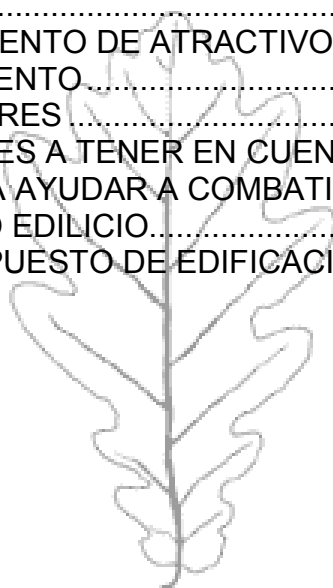




1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVOS.....	5
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
3. MARCO TEÓRICO.....	6
4. METODOLOGÍA.....	13
4.1 INFORMACIÓN PRIMARIA:.....	13
4.1.1 Ficha Técnica:.....	13
4.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA:.....	14
5. MARCO CONTEXTUAL.....	15
5.1 EL ESTRÉS.....	15
5.1.1 Fases del estrés.....	16
5.1.2 Tipos de estrés.....	17
5.1.3 Tratamiento.....	19
5.2 ANTECEDENTES DE OFERTA TURÍSTICA EN TRATAMIENTOS ANTI ESTRÉS.....	21
5.3 MERCADO POTENCIAL.....	27
5.4 SISTEMA TURÍSTICO DE LA CUMBRECITA.....	29
5.4.1 <i>Demanda turística de La Cumbrecita</i> .....	30
5.4.2 <i>Oferta Turística de La Cumbrecita y espacio geográfico</i> .....	31
5.4.3 Operadores de mercado.....	33
6. DIAGNÓSTICO.....	35
ETAPA DE APLICACIÓN.....	37
7. DESARROLLO.....	38
7.1 INTRODUCCIÓN.....	38
7.2 EL CENTRO ANTI ESTRÉS.....	39
7.3 PÚBLICO OBJETIVO.....	41
7.4 DENOMINACIÓN.....	42
7.5 LOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	43
7.6 PRODUCTO.....	44
7.6.1 Programa corto, 4 días y 3 noches.....	44
7.6.2 Programa largo, 7 días y 6 noches.....	46
7.6.3 Actividades.....	47
7.7 INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO.....	53
7.7.1 Sector de áreas comunes y de áreas de habitaciones.....	55
7.7.2 Sector del área de servicios especializados.....	56
7.7.3 Sector del área de restauración.....	56
7.8 PLANTA DE PERSONAL.....	57
7.9 EQUIPO DE ASESORAMIENTO NECESARIO PARA PODER REALIZAR EL PROYECTO.....	61
7.10 MARCO LEGAL.....	62
7.11 TARIFA.....	62
8. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	63
8.1 INVERSIÓN INICIAL.....	63
8.2 COSTOS FIJOS.....	63
8.3 COSTOS VARIABLES.....	65



8.4 PRECIO .....	66
8.5 FLUJO DE CAJA. ....	68
8.6 <i>SENSIBILIZACIÓN DE VARIABLES.</i> ....	70
9. CONCLUSIONES. ....	71
10. BIBLIOGRAFIA .....	73
ANEXOS .....	75
11. ANEXOS .....	76
11.1 ANEXO 1: GUIA DE PAUTAS .....	76
11.2 ANEXO 2: CUESTIONARIO A REALIZAR A EMPRESARIOS DE LA CUMBRECITA .....	79
11.3 ANEXO 3: RESPUESTAS GUIAS DE PAUTAS .....	80
11.4 ANEXO 4: RESPUESTAS CUESTIONARIOS REALIZADOS A EMPRESARIOS. ....	83
11.5 ANEXO 5: MAPA DE ACCESOS A LA CUMBRECITA .....	85
11.6 ANEXO 6: SÍNTESIS CONTENIDOS DEL PLAN DE USO PÚBLICO DE LA CUMBRECITA. ....	86
11.7 ANEXO 7: RELEVAMIENTO DE ATRACTIVOS.....	88
11.8 ANEXO 8: EQUIPAMIENTO.....	89
11.9 ANEXO 9: OPERADORES .....	92
11.10 ANEXO 10: DETALLES A TENER EN CUENTA AL MOMENTO DE DISEÑAR UN MENÚ PARA AYUDAR A COMBATIR EL ESTRÉS.....	94
11.11 ANEXO 11: CÓDIGO EDIFICIO.....	95
11.12 ANEXO 12. PRESUPUESTO DE EDIFICACIÓN DEL CENTRO. ....	98





## 1. INTRODUCCIÓN.

Vivimos en un mundo globalizado, dónde la comunicación y la interdependencia económica unifica países, sociedades y culturas, abriendo un mundo de posibilidades en cuanto crecimiento personal y profesional. Esta situación genera en las personas una necesidad de lograr el reconocimiento necesario para llegar a la autorrealización. Es en este escenario de interacción entre la persona y el medio, dónde aparecen elementos que generan un estado de tensión tal que llega a transformarse en una enfermedad: el estrés, que a largo plazo conlleva a contraer enfermedades de diferentes índoles, afectando tanto a nivel físico como psicológico.

Hallar un método para reducir y tratar el estrés, es una cuestión que preocupa tanto a profesionales de la medicina como a los mismos afectados y el turismo puede ser utilizado como una herramienta para tratarlo, ya que se trata de una manera de usar el tiempo de ocio para despejar la mente, descansar y alejarse de la rutina y las presiones diarias.

El presente trabajo final de graduación buscará desarrollar un centro anti-estrés, una modalidad de alojamiento cuyos servicios complementarios estarán especialmente diseñados para tratar este mal.

Previo a la elaboración del proyecto, se deberá evaluar la viabilidad del mismo. Para poder lograrlo, se desarrollará un marco contextual. Así, en primer lugar se investigará al estrés, cómo funciona, sus fases y tipos existentes, junto con las diferentes formas de tratarlo. En segundo lugar, se indagará sobre diferentes ejemplos de productos turísticos específicamente elaborados para aliviar esta afección, en Italia, Uruguay, Chile y Argentina, para conocer sus características generales, diferencias y puntos críticos a tener en cuenta. En tercer lugar, se estudiarán las personas que padecen esta afección, y se definirá la existencia, o no, de un mercado potencial al cuál ofertar el proyecto. En cuarto y último lugar, se describirá el sistema turístico de la zona seleccionada, dónde se



emplazará el emprendimiento: La Cumbrecita. Se analizará su demanda, su oferta y espacio turístico y sus operadores de mercado.

Todos los datos obtenidos, permitirán efectuar un análisis que posibilitará diagnosticar la viabilidad del emprendimiento, en base a la cuál, se elaborará una propuesta de aplicación.

En la etapa de desarrollo del centro, será necesario determinar las características generales que deberá poseer el emprendimiento para satisfacer a sus huéspedes. Así mismo, será indispensable definir, previamente a desarrollar el o los productos que compondrán la oferta, el público objetivo, la denominación y localización del proyecto. Una vez establecida la oferta, será importante identificar las instalaciones y planta de personal requerida para el funcionamiento del centro, así como también el equipo de asesoramiento necesario para poder llevar a cabo el proyecto.

Finalmente, se realizará la evaluación económica del centro anti-estrés, que determinará la viabilidad financiera del mismo.





## 2. OBJETIVOS.

### 2.1 OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar una propuesta de un alojamiento, tipo centro anti-estrés, en la localidad de La Cumbrecita, provincia de Córdoba.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar el fenómeno del estrés y sus posibles tratamientos.
- Indagar sobre ejemplos de la oferta de tratamientos anti estrés existentes en Italia, Chile, Uruguay y Argentina.
- Definir las características del segmento potencial.
- Analizar el sistema turístico de La Cumbrecita en cuanto a demanda, oferta, espacio geográfico y operadores.
- Diagnosticar la viabilidad de desarrollar el proyecto.
- Formular el proyecto del centro anti-estrés.
- Evaluar la viabilidad económica y financiera.



### 3. MARCO TEÓRICO

Para realizar este proyecto es necesario desarrollar un marco teórico de referencia que permita comprender las herramientas utilizadas. En primer lugar, es importante mencionar que un centro anti-estrés puede categorizado como una modalidad de alojamiento que presta un servicio especializado, en este caso sería la reducción del estrés.

El servicio se puede definir desde el marketing, citando a Kotler, como cualquier acto o desempeño que una parte puede ofrecer a otra y que es en esencia intangible y no da origen a la propiedad de algo. Su producción puede estar ligada, o no, a un producto físico<sup>1</sup>. Presentan diferentes características:

- Son intangibles, no se pueden ver, tocar ni degustar antes de ser adquiridos.
- Son inseparables, porque se consumen y se producen conjuntamente, formando parte el proveedor del servicio, por lo que la interacción con el cliente es una característica especial más.
- Se relacionan a la persona que los presta, cuándo y dónde lo hace, motivo por el cual, son muy variables.
- No se pueden almacenar, por lo que un servicio no prestado es un servicio “perdido”. Esta es su característica de imperdurabilidad, y aquí es donde radica la importancia de lograr una congruencia entre la cantidad demandada y la cantidad ofertada.

“Los proveedores de servicios componen el sector terciario de la industria”<sup>2</sup>. Este sector es el que realiza todas aquellas actividades que no producen bienes materiales de forma directa, entre estas actividades encontramos al turismo.

El turismo es definido por la Organización Mundial de Turismo (OMT) como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias

<sup>1</sup> KOTLER, PHILIP, Dirección de Marketing, Prentice Hall, México DF, 2000; p 428.

<sup>2</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Servicios> (23/06/2006)



en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros”<sup>3</sup>. Estas actividades son el resultado de la interacción entre diferentes elementos que están integrados y que interrelacionan entre si constantemente. Los cuatro elementos básicos son:

- La demanda.
- La oferta.
- El espacio geográfico.
- Los operadores de mercado.

La demanda es definida como el conjunto de consumidores, actuales y potenciales, de productos y servicios turísticos. Está compuesta por turistas y excursionistas, siendo los primeros aquellas personas que permanecen por lo menos una noche en el destino, a diferencia del excursionista que no pernocta.

La oferta es el conjunto de bienes y servicios turísticos que se han puesto en valor para uso y disfrute de la demanda. Está compuesta por:

- Alojamiento,
- Transporte, que se puede clasificar tanto dentro de la oferta como dentro de los operadores de mercados,
- Alimentación,
- Ocio, cultura y actividades deportivas,
- Otros.

El espacio geográfico es el espacio físico, o lugar, donde se encuentran la oferta y la demanda, y dónde ocurre la experiencia turística.

Dentro del espacio geográfico se encuentra el espacio turístico, que es el lugar físico hacia el cual se dirigen los turistas, para encontrarse con la demanda, se trata de la suma de los atractivos, la planta y la infraestructura.

---

<sup>3</sup> SANCHO, AMPARO, Introducción al Turismo, OMT, Madrid, 1998; p 44.



Los atractivos son los recursos con los que cuenta el destino, puestos en valor. Son los que hacen que la gente visite el lugar.

La planta turística está integrada por el equipamiento y las instalaciones. El equipamiento es la suma de todos los establecimientos que prestan los servicios básicos a la comunidad. Las instalaciones, en cambio, están compuestas por aquellas empresas que tienen como función facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

La infraestructura es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país o región para sostener sus estructuras sociales y productivas. La conforman la educación, los servicios de salud, las comunicaciones, los transportes, la energía y la vivienda.

Los operadores de mercados son aquellas empresas, públicas o privadas, encargadas de poner en contacto la oferta y la demanda. Y, si bien son parte del sistema turístico, no producen los bienes y servicios que consumen los turistas, por lo cual no se los considera como parte de la oferta. Entre ellos, se encuentran las agencias de viajes, las centrales de reservas, las empresas de transportes y otros.

La hotelería es definida por la OMT como “el sistema comercial compuesto de bienes materiales e intangibles dispuestos para satisfacer las necesidades básicas de descanso y alimentación de los usuarios fuera de su domicilio”<sup>4</sup>.

Son empresas que se dedican a brindar por un precio: habitación o residencia con o sin servicios complementarios.

La OMT<sup>5</sup>, además, divide los alojamientos en dos clasificaciones según el tipo de establecimiento: Hotelera y Extrahotelera. Entre estos últimos, se encuentran los beauty farms o centros de belleza y de talasoterapia, que además de ofrecer las mismas facilidades que los hoteles introducen un nuevo concepto de vacaciones, especializándose en salud, por lo que un centro anti-estrés se podría enmarcar dentro de esta categoría.

---

<sup>4</sup> Op. cit. p. 86.

<sup>5</sup> Op. cit. *Oferta Turística*.





La ley provincial N° 6483<sup>6</sup> de la Provincia de Córdoba, divide a los establecimientos en once clases diferentes:

- Hotel
- Apart hotel
- Hostería
- Hostal
- Residencial
- Albergue
- Cabañas
- Conjunto de casas y/o departamentos
- Complejo turístico
- Complejo especializado

Dentro de esta clasificación, un centro anti-estrés, será clasificado como complejo especializado, que son definidos por la ley provincial como aquellos *“establecimientos que prestan servicio de alojamiento, de una o más clases, integrado a la prestación de un servicio especializado y ajeno al alojamiento, y/o que por su localización rural se encuadre en esta clase”*<sup>7</sup>.

González y Talón<sup>8</sup> precisan que el producto principal que ofrece un establecimiento hotelero o extrahotelero, es la pernoctación, pero para que el cliente lo utilice, son necesarios productos auxiliares, como la recepción, por ejemplo. Además, existen los productos de apoyo, que son “servicios adicionales ofrecidos para aumentar el valor del producto principal y diferenciarlo de la competencia”<sup>9</sup>, como, por ejemplo, los servicios de un spa. Estos productos de

---

<sup>6</sup> Boletín Oficial de la provincia de Córdoba, N°175 (12/03/2000).

<sup>7</sup> Op. cit.

<sup>8</sup> GONZALEZ, L. Y TALON, P. Marketing Hotelero I. En Dirección hotelera. Operaciones y procesos; Síntesis, Madrid.

<sup>9</sup> Op. cit. p. 428.



apoyo, son los que permitirán al establecimiento hotelero, convertirse en un centro anti-estrés concretamente.

La oferta de esos servicios está destinada a una “porción” del mercado, o mercado meta, el cual, es definido por Kotler, como el segmento de mercado al cuál empresa puede satisfacer mejor sus necesidades.

Segmentar, consiste en “identificar y preparar perfiles de grupos bien definidos de compradores que podrían preferir o requerir distintos productos y combinaciones de marketing”<sup>10</sup>. Los mismos se pueden identificar examinando las diferencias demográficas, psicográficas y de comportamiento de los consumidores.

Luego de identificar los segmentos, se puede definir un nicho, que es un mercado más pequeño, con necesidades que no se encuentran bien atendidas, integrado por personas que se caracterizan por tener un conjunto similar de necesidades y por las cuáles están dispuestos a pagar un precio superior a la empresa que logre satisfacerlas.

Mediante el marketing, no sólo se reconoce cuál es el segmento adecuado para ofertar un servicio, sino que además se encuentran las características esenciales que debe poseer la oferta para adaptarse y satisfacer las necesidades de los clientes. El marketing, utiliza diferentes herramientas para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos: precio, producto, plaza y promoción, también conocidas como Marketing Mix.

Cuando se define el producto turístico, entra en juego el concepto de SERVUCIÓN, o producción de servicios, que organiza los elementos físicos y humanos para prestar un servicio de características predeterminadas. Este proceso tiene tres elementos fundamentales<sup>11</sup>: el soporte físico (el hotel), el personal de contacto (los empleados) y el cliente. Definirlos correctamente toma fundamental importancia en turismo, sobre todo teniendo en cuenta la gran

---

<sup>10</sup> KOTLER, PHILIP, Op. Cit. *Identificación de segmentos y selección de mercados meta*. .

<sup>11</sup> MARTINEZ-TUR, VICENTE. *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Síntesis, Madrid, 2000.



dificultad de prever la demanda y la complicación de la fijación de precios, debido a lo difícil que es medir la calidad y controlar los servicios.<sup>12</sup>

El marketing es una herramienta útil para determinar correctamente el precio, para lo cual se deben tener en cuenta diferentes variables: la demanda, el consumidor, los costos y la competencia<sup>13</sup>.

Cuando se analiza el precio en función de la demanda, se debe tener en cuenta la elasticidad de la misma, que es la cantidad porcentual que varía la cantidad demanda de un bien dividido la cantidad porcentual que varia el precio de ese bien. Siendo la fórmula de la misma:

$$\text{Elasticidad precio de la demanda}^{14} = (Q2 - Q1)/(P2-P1)$$

Dónde Q1 y P1 denotan el precio y la cantidad iniciales, mientras que Q2 y P2, el precio y la cantidad finales. De esta manera se mide el grado en que la cantidad demandada responde a la variación del precio, resultando elástica si responde significativamente e inelástica, de no hacerlo.

Al analizar el precio desde la perspectiva del consumidor, se realizan investigaciones de mercado para definir cuánto están dispuestos a pagar los consumidores a cambio de determinado servicio.

Considerando los precios en función de los costos se analizan, como su nombre lo indica, los costos de producir el servicio variables (que aumentan cuando aumenta la producción del servicio y disminuyen cuando esta disminuye) y fijos (que se mantienen independientemente de la cantidad producida), y a estos costos se le agrega el margen de ganancia deseado.

*Precio = costo variable unitario + (costo fijo/ Volumen de Ventas) + beneficio esperado.*

El último método para estudiar los precios, es hacerlo en función de la competencia, método que contempla la media de los precios de los servicios ofrecidos en el mercado.

<sup>12</sup> GONZALEZ, L. Y TALON, P. Op cit. p. 418-419.

<sup>13</sup> GONZALEZ, L. Y TALON, P. Op. cit. *Marketing Hotelero II*.

<sup>14</sup> MANKIW, GREGORY , Principios de Economía, Mc Graw Hill, Madrid 1998. p.37.



Al momento de tomar la decisión final y establecer el precio con el cuál se ofertará el servicio en el mercado es necesario estudiar todas estas variables.

Con respecto a la plaza es menester volver a mencionar que los servicios son inseparables, por lo cual, acercarlos a la demanda, para facilitar su consumo, es de vital importancia.

Existen dos tipos de canales, los directos y los indirectos. Los primeros, no utilizan intermediarios, y permiten que el oferente tenga un mayor control sobre los públicos a los cuáles quiere captar, pero la cobertura de mercado es limitada. Los canales indirectos, en cambio, al utilizar intermediarios permiten acercar el punto de venta a un mercado más amplio. Entre los intermediarios, encontramos a los tour operadores, las agencias de viajes minoristas, la venta por medio de representantes comerciales, oficinas y entes de turismo locales y nacionales, los sistemas integrados de reservas, Internet, sitios y portales específicos de turismo, medios de comunicación especializados, ferias turísticas y workshops.

En la mayoría de los casos, los operadores turísticos, además de actuar como intermediarios, realizan las funciones de promoción y distribución. De otra manera, al momento de promocionar se utilizan diferentes herramientas de marketing como la publicidad, el marketing directo, las relaciones públicas y la promoción de ventas.



#### 4. METODOLOGÍA

El objetivo del presente trabajo es desarrollar el proyecto de un centro anti-estrés en La Cumbrecita, provincia de Córdoba. Para lograrlo se establecieron objetivos específicos. Para poder desarrollar cada objetivo, es preciso obtener información de diferentes fuentes. Las mismas son:

##### 4.1 INFORMACIÓN PRIMARIA:

###### 4.1.1 Ficha Técnica:

Diseño	De campo	
Tipo de Investigación	Exploratoria	
Metodología	Cualitativa	
Técnica de Investigación	Entrevistas de profundidad	Entrevistas
Instrumento	Guía de pautas (Anexo 1)	Cuestionario (Anexo 2)
Población	Profesionales y expertos en las temáticas abarcadas	Empresarios de la Cumbrecita
Muestra	1 Psicólogo 1 Ingeniero en construcción especializado en Seguridad e Higiene laboral 1 Asesor de desarrollos inmobiliarios 1 Especialista en Turismo.	5 propietarios hoteleros



	1 Persona de la Secretaria de Turismo de la Cumbrecita	
Técnica Muestral	No probabilística por conveniencia	

#### 4.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA:

- Plan de uso público de la comuna de La Cumbrecita, desarrollado por el Ingeniero Marcos Martínez, en el año 2006, que contiene, un completo relevamiento de la zona, y la zonificación de la misma, para un mejor aprovechamiento del área.
- Datos estadísticos, generados por la Agencia Córdoba Turismo, y el Municipio de la Comuna de La Cumbrecita. Estos datos, serán útiles para definir tanto la demanda actual, los ciclos estacionales, así como también el porcentaje de ocupación del centro.
- Investigación realizada sobre el estrés y los argentinos por el diario Clarín junto con la consultora Dalessio IROL<sup>15</sup>.
- Código edilicio urbano, de la comuna, a fin de conocer los requisitos legales a cumplimentar al momento de edificar.
- Información sobre las características de la oferta de distintos establecimientos recabada con folletos y por Internet.

---

<sup>15</sup> <http://database.interlink.com.ar/dalessio> (17/08/07)



## 5. MARCO CONTEXTUAL.

### 5.1 EL ESTRÉS.

Según Folkman, el estrés es “el resultado de la interacción entre las características de la persona y las demandas del medio”<sup>16</sup>.

El Instituto Nacional para la Seguridad y Salud Ocupacional de Estados Unidos (NIOSH, por sus siglas en inglés)<sup>17</sup> explica que el estrés funciona como la respuesta automática del cuerpo humano ante situaciones generadoras de tensión y es un mecanismo activador, por lo que resulta sumamente necesario para que la persona pueda reaccionar oportuna y rápidamente tanto para solucionar un problema como para poner la vida en resguardo. Es menester agregar que es el estrés lo que obliga a la persona a superarse, a lograr sus metas u objetivos, pero, cuando la presión es en exceso, y se extiende en el tiempo, resulta altamente nocivo para la salud.

Entre los efectos negativos más frecuentes del estrés se encuentran:

- Elevación de la presión sanguínea (hipertensión arterial),
- gastritis y úlceras en el estómago y el intestino,
- disminución de la función renal,
- problemas del sueño,
- agotamiento,
- alteraciones del apetito.

<sup>16</sup> <http://www.aidex.es/estres/articulos/eloisia/eloisia2.htm> (04/02/2006)

<sup>17</sup> <http://www.cdc.gov/spanish/niosh/docs/99-101sp.html>



El mismo artículo, citando a la Enciclopedia de la Salud y la Seguridad Ocupacional<sup>18</sup>, afirma que diferentes estudios sugieren una relación entre el estrés y los siguientes problemas:

- Enfermedades cardiovasculares,
- afecciones músculo-esqueléticas,
- afecciones psicológicas, como depresión y agotamiento,
- cáncer, y funciones inmunes afectadas,
- suicidio.

#### 5.1.1 Fases del estrés<sup>19</sup>

El Profesor Hans Selye, científico eminente y un pionero en el ámbito de la investigación sobre el estrés, ha creado el concepto que revela las fases fundamentales de reacción y adaptación ante el mismo.

En la Fase A, llamada reacción de alarma, todas las facultades del organismo se encuentran en su estado de movilización general, pero sin que algún sistema orgánico en particular quede implicado.

Si el estrés persiste durante un periodo de tiempo suficientemente largo, el organismo se habitúa al mismo y entra en la fase de adaptación o de resistencia, también definida como la Fase B del estrés. Es durante esta fase que el metabolismo se adapta a la presencia del estrés durante un periodo de tiempo indeterminado. La reacción del estrés se dirige hacia el órgano o la función fisiológica mejor capacitada para tratar o suprimir al mismo.

La energía necesaria para la adaptación es limitada y, si el estrés se mantiene, puede ocurrir que el organismo entre en la Fase C, o de agotamiento. En esta fase, el órgano o bien la función encargada de enfrentar al estrés queda vencido y se desmorona.

---

<sup>18</sup> Op. Cit.

<sup>19</sup> <http://www.cdc.gov/spanish/niosh/docs/99-101sp.html>





### 5.1.2 Tipos de estrés

Existen tres tipos diferentes de estrés. Así, la persona afectada por esta patología comienza presentando un cuadro de estrés agudo. Si los síntomas y elementos estresores persisten, se desencadena un estrés tipo agudo episódico y si no se realiza un tratamiento adecuado, finaliza en estrés crónico. Como se puede observar, se trata de un proceso interactivo, dónde están en juego tanto las presiones del medio como la capacidad del individuo para afrontarlas e impedir que el estrés continúe desarrollándose y afectando su salud.

Las características más importantes de cada tipo, síntomas y efectos son detallados a continuación.

#### *Estrés Agudo*

El estrés agudo es la forma de estrés más común. Para el hombre, en un principio, resulta estimulante y excitante, pero un elevado nivel agudo puede producir molestias psicológicas, cefaleas y dolor de estómago, entre otros síntomas.

Este tipo de estrés, puede aparecer en cualquier momento de la vida del ser humano.

Puesto que es breve, el estrés agudo no tiene tiempo suficiente para producir grandes lesiones en el organismo, el tratamiento es de corta duración y fácil de realizar, pero presenta varios síntomas. Entre los síntomas más comunes se encuentran:

- Desequilibrio emocional: una combinación de ira o irritabilidad, ansiedad y depresión, las tres emociones del estrés.
- Problemas musculares entre los que se encuentra el dolor de cabeza tensional, el dolor de espalda, el dolor en la mandíbula y las tensiones musculares que producen contracturas y lesiones en tendones y ligamentos.



- Problemas digestivos con molestias en el estómago o en el intestino, como acidez, flatulencia, diarrea, estreñimiento y síndrome del intestino irritable.
- Manifestaciones generales transitorias como elevación de la presión arterial, taquicardia, sudoración de las palmas de las manos, palpitaciones cardíacas, mareos, migrañas, manos o pies fríos, dificultad respiratoria y dolor torácico.

#### *Estrés Agudo Episódico:*

Cuando el estrés agudo persiste en el tiempo, se desencadena el estrés agudo episódico. En este momento, el ser humano comienza a reaccionar de manera descontrolada y muy emocional.

Los afectados por esta tipología de estrés llevan una vida tan desordenada, que parecen estar siempre inmersos en la crisis y en caos, para quienes el lugar de trabajo es un lugar estresante, y cuyas relaciones interpersonales se deterioran rápidamente. Son personas irritables, tensas, ansiosas y hostiles, llegando a describirse como personas que tienen “muchísima energía nerviosa”.

Esta tipología requiere de un tratamiento más prolongado y un cambio de vida, para reaccionar de manera diferente ante los estímulos.

#### *Estrés Crónico.*

La persistencia del individuo ante los agentes estresantes durante meses o aún años, genera inicialmente alteraciones fisiológicas, pero su persistencia crónica produce finalmente serias alteraciones de carácter psicológico y en ocasiones hasta la falla de órganos vitales.

Este tipo de estrés, produce enfermedades de carácter más permanente y de mayor gravedad. Enfermedades como problemas cardiovasculares, depresión, úlceras, cáncer y hasta suicidio, son relacionadas con este tipo de estrés.



### 5.1.3 Tratamiento

Para reducir el estrés y evitar que se desarrolle y origine enfermedades graves, relacionadas con el estrés crónico, el NIOSH y la fundación MAPFRE<sup>20</sup>, recomiendan tomar diferentes medidas:

- Dormir, siete u ochos horas diarias, y, de ser necesario, una siesta de no más de 15 minutos, recomendada para un buen funcionamiento del cuerpo durante el día, ya que es la mejor manera de fortalecer las defensas del organismo. Además, se ha comprobado que es imprescindible para la salud mental, ya que mientras se duerme se liberan emociones inconscientes que de otro modo quedarían reprimidas y podrían resultar perjudiciales.
- Realizar deportes, para prevenir y reducir el estrés, la actividad física es altamente recomendable, ya que sirve para liberar la energía contenida y la tensión.
- Dedicar algún momento de la semana a realizar actividades de ocio: como leer, ir al cine o escuchar música. Necesarias para despejar la mente de las responsabilidades y tensiones generadas en la vida diaria.
- Escribir, organizar los problemas en papel, ayuda a que la mente se aclare, y, eventualmente, se relaje. Esta medida resulta sumamente práctica para realizar algo para lo que las personas estresadas tienen serios inconvenientes: organizar el tiempo personal.
- Adecuar la dieta, para fortalecer el físico, con una dieta adecuada en calorías (muy pocas quitan energía), incluyendo alimentos como carnes magras, verduras, cereales, legumbres, aceite de oliva, y frutas. También es necesario reducir el consumo de sal, café, te, mate y alcohol. Esto se debe a que existen alimentos que estimulan las glándulas suprarrenales, que son las que producen las hormonas necesarias para que el organismo

<sup>20</sup> FARRER VELAZQUEZ, LOZANO Y OTROS. Manual de ergonomía. Fundación MAPFRE. Síntesis, Madrid 1991.



enfrente al estrés, mientras que existen otros, como la cafeína por ejemplo, que afectan la producción de adrenalina, noradrenalina y cortisol, las hormonas “del estrés”.

- Reducir el consumo de tabaco, porque si bien la persona se siente relajada a nivel mental, a nivel físico el efecto generado es diferente, porque el tabaco destruye las células encargadas de regular las funciones de la tráquea, bronquios y pulmones, lo que genera una reacción natural del organismo.
- Meditación, es una forma de pensamiento guiado, que se complementa con ejercicios de estiramiento, respiración y relajación, para reducir la tensión y la contractura muscular generada por el estrés.
- Psicoterapia, que en los casos agudos, es necesaria para encontrar un equilibrio del paciente con el medio. Se puede utilizar tranquilizantes, anti depresivos o betabloqueadores, que son medidas a corto plazo, acompañadas, siempre, con un tratamiento psicológico.
- Terapias grupales con personas que se encuentran en la misma situación, y que, como medida reactiva, es útil para enfrentar los problemas.
- Uso de aromaterapia, que es un tipo de medicina alternativa que utiliza las esencias extraídas de diferentes plantas con fines terapéuticos. Algunos aromas, como el de la lavanda, pino y mejorana se pueden utilizar para mejorar la calidad del sueño y tienen un efecto relajante, por lo que permite disminuir los efectos del estrés y conlleva a una mejoría del afectado.



## 5.2 ANTECEDENTES DE OFERTA TURÍSTICA EN TRATAMIENTOS ANTI ESTRÉS.

En la actualidad, el turismo es una de las herramientas utilizadas para reducir el estrés. Muchas de las personas que empiezan a sufrir los efectos de esta patología, deciden “romper” con la rutina, y viajar para alejarse del agitado mundo en el que están inmersas. Por este motivo, muchos hoteles en el mundo han incluido dentro de su oferta, distintos servicios, para que los huéspedes puedan realizar diferentes tratamientos. Dentro de los servicios adicionales que ofrecen, se encuentran los tratamientos para reducir los efectos del estrés. Estos tratamientos son muy útiles, y hasta necesarios, para relajar el cuerpo. El problema consiste que una vez que las personas retornan a su vida habitual, el medio les sigue afectando de la misma manera, por lo que el estrés se sigue desarrollando. Para remediar esto, muchas personas recurren, en sus ciudades natales, a psicólogos, o instructores de Yoga.

En cuanto al turismo, no son demasiados los ejemplos de oferta que busquen reducir las causas del estrés, como la de los efectos. De hecho, los centros de bienestar en Italia, fueron el único caso específico que se halló.

Los centros de bienestar o *benessere*, por su nombre en italiano, son hoteles cuyo servicio está diseñado para preparar a sus huéspedes con técnicas de afrontamiento en contra del estrés. Estos centros *benessere* son productos turísticos nuevos que se están imponiendo en materia de vacaciones y ocio, atrayendo a turistas europeos.

Un claro ejemplo de los centros de bienestar, es el promocionado hotel “Villa Áurea Centro Benessere” localizado en Cortona, en Toscana, Italia. Se trata de una antigua villa italiana adaptada para la prestación de servicios de alojamiento y tratamientos anti-estrés. Dentro de sus instalaciones cuenta con 21 habitaciones, pileta y un parque de 3 hectáreas especialmente equipados para la tranquilidad de los huéspedes.



La decoración de las habitaciones, como la de toda la villa, es en escala monocromática para el descanso visual. Las habitaciones, insonorizadas, permiten realizar un tratamiento audio visual en los momentos de descanso de los huéspedes. Además, el restaurante posee dos tipos de menús: uno convencional y otro anti-estrés, para los casos más severos de estrés agudo episódico con una dieta basada en verduras y pescado.

En el parque se encuentra un jardín cerrado especialmente diseñado para realizar tratamiento de aromaterapia, con plantas como lavanda, jazmín y romero, dónde los huéspedes realizan sesiones diarias de relajación combinando, de esta manera, actividad física con el uso de esta medicina alternativa, la aromaterapia, para generar un efecto integral.

Lo más relevante de este lugar es el “centro de bienestar” que realiza dos tipos de tratamientos contra el estrés: uno a nivel físico, con masajes, ejercicios y la utilización de diferentes productos, como esencias y aceites, para la relajación muscular y disminución de los efectos provocados por el estrés. El segundo procedimiento actúa a nivel mental, con terapias de relajación audiovisual, que utiliza la proyección de videos y música especialmente diseñados para este propósito. Este segundo procedimiento realiza además terapias con oxígeno para purificar el cuerpo y lograr que el efecto generado por la estadía sea aún mayor. Ambos tratamientos de oxigenación y relajación audiovisual están científicamente probados.

Asimismo, ofertan dos productos diferentes uno de tres noches y otro de siete, el primero es para reducir el estrés, mientras que el segundo además trata al estrés a nivel mental, pretendiendo darle recursos al huésped para que pueda afrontar situaciones generadoras de tensión.

Este centro de bienestar, que puede considerarse como un claro ejemplo de centro anti-estrés, concentra sus esfuerzos en reducir los efectos generados en el organismo humano por el estrés y en desarrollar estrategias de afrontamiento que pueden ser utilizadas por los huéspedes en un futuro para que ante una situación generadora de tensión, la persona pueda reaccionar de la mejor manera posible.



El proyecto, y el tratamiento aplicado, fue diseñado por el reconocido doctor Marco Bertelli, investigador que trabajó sobre las fuentes del estrés negativo y las consecuencias del mismo, lo que le permitió identificar los generadores personales del estrés y desarrollar diferentes instrumentos de control como la terapia de oxigenación y de relajación audiovisual.

En Argentina y países limítrofes, no existen ejemplos de esta modalidad de alojamiento, que con sus tratamientos persigan reducir tanto los efectos como las causas del estrés. Existen diferentes spa para reducir los efectos generados por el estrés tienen una amplia oferta de tratamientos. Entre los más destacados se encuentran:

*Hotel Art Las Cumbres:*

En la ciudad turística de Punta del Este, en Uruguay, se encuentra el Hotel Art Las Cumbres. Este hotel busca diferenciarse con un diseño edilicio vanguardista y presenta, entre otros productos, un plan de desintoxicación urbana que despeja la mente y relaja al huésped alejándolo de la rutina diaria.

En este plan, utiliza los servicios de un personal trainer, una dietista, un terapeuta, una experta en cosmética y un instructor de yoga que brindan un trato personalizado.

Dentro de sus facilidades, el hotel cuenta con: sauna, baño turco, jacuzzi y fitness center. Promocionan un producto de 2 noches, con pensión completa, sin bebidas alcohólicas, y comida gourmet. Junto con una rutina de actividades diarias programadas con asistencia personalizada de actividades aeróbicas, incluye, 2 masajes diarios de 60 minutos cada uno y clases de Tai Chi, Yoga y relajación para relajar mente y cuerpo.

*Villarrica Park Lake Hotel*

Se trata de un hotel de lujo ubicado en la novena Región de la Araucanía, en Chile, conocida, como su nombre lo indica, por sus bosques de Araucarias y



volcanes. Debido a su estratégica ubicación, en las cercanías del volcán Villarrica, este hotel diferencia sus tratamientos por incluir en todos la utilización de elementos extraídos de la naturaleza que generan, a través de masajes, baños termales y caminatas, un efecto relajante que ayuda a despejar la mente. Sus instalaciones cuentan con sauna, baños termales, gimnasio, pileta cubierta, pileta, jacuzzi, centro de belleza, y solarium.

Promocionan productos, de dos y tres noches, para reducir el estrés que incluyen media pensión, masajes, excursiones al centro termal de la zona.

#### *Posada de los Pájaros:*

En la ciudad de Tandil, provincia de Buenos Aires, Argentina, se encuentra la Posada de los Pájaros, uno de los primeros spa del país. Cuenta sólo con 16 habitaciones, lo que permite una atención altamente personalizada. Como elemento diferenciador del establecimiento se realizan todo tipo de tratamientos, adaptándolos a las exigencias y necesidades de los clientes.

La posada se especializa en estética corporal y reducción de peso. Dentro de su oferta, cuenta con un producto, destinado a la relajación corporal, que incluye masajes, shiatsu, reflexología, hidromasajes, camilla termal y sauna seco. El paquete de tres noches incluye pensión completa y todas las actividades son constantemente supervisadas.

#### *Termas de la Paz*

En la ciudad de La Paz en un predio de 12 hectáreas colindantes al río Parana en Entre Ríos, Argentina, se encuentra el complejo Termas de La Paz que conforma una pequeña aldea con capacidad para alojar a un gran número de pacientes, con 11 piletas de distintas medidas y profundidades, enfermería, sauna, baño finlandés, hidromasajes, aromaterapia, maxi kioscos y colectivos. Este complejo es atendido por médicos profesionales y kinesiólogos matriculados y se brindan tratamientos personalizados de salud.





Termas de la Paz ofrece una gran variedad de tratamientos, como un producto para reducir el estrés, de una duración de 2 noches que incluye diferentes baños, masajes, limpieza de cutis, pulido corporal, seguimiento nutricional y de hidratación.

### Provincia de Córdoba

En la provincia de Córdoba, existen diferentes complejos especializados que ofrecen tratamientos reductores de estrés. Entre ellos, encontramos la *Posada del Qenti*, *Spa Las Dalias*, *Posada del Peregrino* y *Diquecito Health Resort*.

Las características más importantes son enumeradas a continuación.

#### *Posada del Qenti:*

Se encuentra ubicada en las cercanías del poblado de Icho Cruz.

Los productos más importantes que ofrece se relacionan con tratamientos de relax, nutrición, estética y revitalización.

Además de sus 45 habitaciones, el establecimiento, cuenta con pileta, pileta climatizada, gimnasio, senderos, sauna, sala de convenciones, cancha de tenis, golf y caballerizas.

Promocionan un paquete para reducir el estrés, “*Antistress intensive*”, que incluye, además de las comidas, terapia de reflexología, masajes, fango facial y control clínico.

#### *Spa las Dalias:*

Este spa se encuentra en Villa de las Rosas en el Valle de Traslasierras. La oferta de sus productos incluye tratamientos para descansar, relajarse, desestresarse y ordenar la alimentación. Cuenta con 14 plazas, pileta y salón para actividades fijas.



Dentro de su oferta, posee un programa para reducir el estrés, que incluye diferentes actividades diarias como caminatas, clases de Yoga, charlas terapéuticas y sesiones de reflexología. Su duración puede ser de 4, 7 ó 10 días.

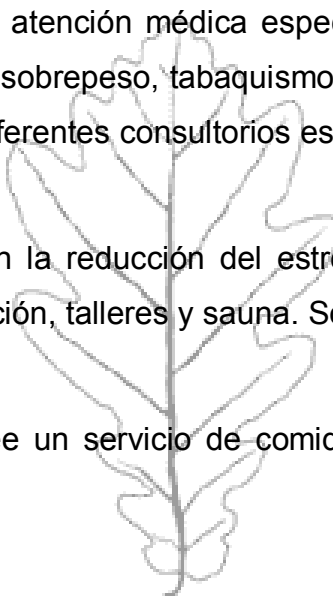
Para realizar un seguimiento de sus huéspedes Las Dalias envía por mail a sus clientes un boletín propio, bimensual y gratuito que trata diferentes temas relacionados con la salud.

*Diquecito Health Resort:*

A sólo 30 kilómetros de la terminal de Córdoba, localizado en el Valle de Río Primero, existe un centro de atención médica especializada conocido en todo el país por sus tratamientos de sobrepeso, tabaquismo y desintoxicación psicofísica. Dispone de sauna, pileta y diferentes consultorios especializados en distintos tipos de tratamientos.

El paquete enfocado en la reducción del estrés incluye pensión completa, masajes, clases de revitalización, talleres y sauna. Son paquetes desde una a diez noches.

Además, el resort posee un servicio de comidas nutricionales con envío a domicilio.





### 5.3 MERCADO POTENCIAL.

Para saber si existe ó no un mercado potencial de personas afectadas por el estrés, se llevó a cabo una investigación de los relevamientos existentes en la Organización Mundial de la Salud, en el diario Clarín y en otras consultoras.

Se descubrió que relevamientos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) señalan que 3 de cada 10 personas en el mundo, no pueden dominar su ansiedad y viven bajo los efectos del estrés.

En Argentina el diario Clarín, junto con la consultora Dalessio IROL<sup>21</sup>, realizó una investigación de mercado sobre la ansiedad y los argentinos, la cual fue publicada en el diario Clarín el día Martes 23 de Septiembre de 2003.

De las personas encuestadas, el 84% creen presentar un nivel de estrés medio o alto y creen que el estrés es el mal que más afecta a los argentinos. La investigación descubrió también que los argentinos no sólo buscan la manera de reducir los rastros que genera en el cuerpo, también intentan hallar las herramientas que ayuden a evitarlo, por lo cual han aumentado no sólo los tratamientos corporales, si no también las visitas al psicólogo.

La revista Empresalud en una investigación realizada<sup>22</sup>, descubrió que los propietarios de Pymes y trabajadores por cuenta propia tienen dificultades para descansar mentalmente, por lo que son más propensas a sufrir estrés agudo episódico.

La consultora Grant Thornton<sup>23</sup> publicó, además, una investigación de mercado sobre los altos ejecutivos argentinos, de los cuáles se descubrió que, junto con los empresarios de la India, son los que trabajan más horas semanales en promedio en el mundo y que un 47% de ellos se siente más estresado que en el 2006.

---

<sup>21</sup> <http://database.interlink.com.ar/dalessio> (17/08/07)

<sup>22</sup> <http://www.empresaludng.com.ar/index.php?idedicion=6&idseccion=3&idnoticia=126> (19/08/07)

<sup>23</sup> <http://www.gtar.com.ar> (20/09/07)



Los altos ejecutivos pertenecen al denominado segmento ABC1 que, según la Asociación Argentina de Marketing (AAM<sup>24</sup>), se trata de profesionales que son:

- Socios o dueños de empresas.
- Directivos de grandes empresas y directivos de segunda línea
- Rentistas.
- Profesionales independientes con ocupación plena.
- Profesionales dependientes.

Además, todos ellos poseen estudios universitarios completos, y han realizado postgrados.

La consultora argentina Giacobbe ABC1<sup>25</sup>, en una investigación realizada en el mes de Marzo de 2007, especificó que se trata de personas con una edad promedio de 36 años que viven, en su mayoría, en grandes ciudades argentinas, como Mendoza, Rosario, Gran Buenos Aires, Capital Federal y Córdoba y son viajantes asiduos que no gustan de pasar sus días de descanso en la ciudad.

Este segmento, el ABC1, está conformado por el 5,6% de la población total de Argentina, y es el segmento más propicio para enfocarse al desarrollar un producto contra el estrés, ya que cuentan con los recursos económicos para solventarlo.

---

<sup>24</sup> [http://www.aam-ar.com/publicaciones/inse\\_2006.asp](http://www.aam-ar.com/publicaciones/inse_2006.asp) (16/10/07)

<sup>25</sup> <http://www.giacobbeabc1.com.ar> (25/09/07)



#### 5.4 SISTEMA TURÍSTICO DE LA CUMBRECITA.

Al momento de decidir sobre la localización idónea para establecer algún tipo de emprendimiento, se optó por La Cumbrecita. El motivo de esta elección es que este asentamiento serrano, además de estar caracterizado por la belleza de sus paisajes, su clima, sus amplios recursos naturales y culturales, cuenta con una característica inusual: es el único pueblo peatonal de la Argentina, lo que lo convierte en un lugar tranquilo, dónde la contaminación sonora es prácticamente nula. Además posee una imagen de prestigio generada por los turistas que visitan el lugar, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y medio alto.

La Comuna de La Cumbrecita es un asentamiento serrano fundado en el año 1934 por el Dr. Helmut Cbajolsky. Fue el primer pueblo declarado peatonal de la Argentina, el 9 de Julio de 1996 y se encuentra a 120 kilómetros de la ciudad de Córdoba, y 36 kilómetros de Villa General Belgrano, en el faldeo Oriental de las Sierras Grandes de Córdoba, a 1450 metros sobre el nivel del mar.

Se accede a la villa por la Ruta Nacional 36 hasta la ciudad de Alta Gracia, donde se toma la Ruta Provincial 5, que pasa por Anisacate, La Bolsa, Villa Ciudad de América, Dique Los Molinos, Villa General Belgrano hasta La Cumbrecita, en camino de ripio. En el anexo 5, se puede observar el mapa.

En la actualidad, se está realizando el asfaltado de la ruta de acceso, cuya finalización esta prevista para el año 2008. Ello supondrá un alto impacto ambiental y cultural, puesto que el acceso actualmente se encuentra limitado por el estado de la ruta y ello reduce el ingreso de personas y vehículos que circulan.

A continuación, se detallarán características generales de La Cumbrecita, así como también su sistema turístico, en cuanto a demanda turística, oferta y espacio geográfico y operadores de mercado.



#### *5.4.1 Demanda turística de La Cumbrecita*

Al asentamiento serrano de La Cumbrecita, lo visitan una gran variedad de turistas y excursionistas, que se acercan al poblado por la curiosidad que despierta conocer el pueblo peatonal, o bien por la tranquilidad y el aire puro del lugar.

Según el relevamiento realizado por el municipio de La Cumbrecita, la demanda turística tiene un crecimiento sostenido. De hecho a lo largo del año 2001, se recibió un total de sesenta y siete mil personas y en el 2006 la cifra alcanzó los doscientos cinco mil visitantes, lo cuál representa un crecimiento del 200% en cinco años.

Si bien, el crecimiento es exponencial, hay un dilema que preocupa a los residentes de la zona, el hecho de que un alto porcentaje de los visitantes, son sólo excursionistas, lo cual genera un ingreso en materia de gastos en gastronomía y otros servicios, pero al no realizarse el pernocte el gasto de los turistas es reducido. En este dilema, hay una ventaja que es el hecho de que los excursionistas (provenientes de centros turísticos importantes como Villa General Belgrano, Santa Rosa de Calamuchita y Carlos Paz) descubren los variados atractivos por conocer, y que precisan más que una simple visita. De hecho gran parte de la demanda actual conoció La Cumbrecita en una excursión y luego eligió el pueblo para hospedarse en sus próximas vacaciones.

La comuna no cuenta con información estadística que detalle los movimientos turísticos. El único dato disponible es el número total de visitantes medidos por el ingreso al estacionamiento, los cuales pueden ser turistas que pernoctan en la zona, o bien excursionistas.

Para profundizar más en este tema se entrevistó a diferentes empresarios de la zona, propietarios de establecimientos que prestan servicios de alojamiento y que además habitan en el lugar. De estas entrevistas, se determinó que los visitantes son en general familias tipo y parejas de un nivel socioeconómico medio/alto. En temporada alta, provienen en su mayoría de Buenos Aires, pero en



temporada baja, son de la provincia de Córdoba. En la actualidad, la corriente de turistas extranjeros es casi inexistente en la comuna.

Con respecto al tipo de alojamiento que utilizan ninguna de las personas entrevistadas pudo proporcionar un dato certero al respecto.

Se estima que el promedio de estadía es de 3 a 4 noches.

El porcentaje de ocupación es del 100% en los meses de mayor afluencia, que son enero, febrero, julio y octubre, semana santa, y fines de semana largos. El resto del año la ocupación promedio es del 50%.

#### *5.4.2 Oferta Turística de La Cumbrecita y espacio geográfico*

La información que se menciona a continuación fue obtenida del plan de uso público, de la zona de reserva provincial de uso múltiple, La Cumbrecita, realizado por el Ingeniero Marcos Martínez en el año 2006<sup>26</sup>, del cual se encuentra una síntesis en el anexo 6.

Como ya se mencionó con anterioridad, la zona estudiada tiene un amplio potencial turístico, ya que posee una gran belleza natural y un microclima especial, resultado del bosque compuesto de diferentes especies (como pinos, abedules, robles, entre otros, y una gran variedad de helechos, hongos y flores) y los tres ríos que lo serpentean. Pero la realidad es que el mayor atractivo que tiene el lugar, y que lo diferencia de los otros asentamientos serranos, es el hecho de que se trata de un pueblo peatonal. De hecho a la comuna sólo se puede acceder con vehículo si se cuenta con una reserva previa en algún establecimiento hotelero, de lo contrario el vehículo debe ser dejado en el estacionamiento del ingreso.

Así, la altura, la vegetación y la poca circulación de vehículos, generan una atmósfera de tranquilidad y aire puro, ideal para descansar y relajarse.

---

<sup>26</sup> MARTINEZ, MARCOS. Plan de uso público. Reserva natural de uso múltiple. Gobierno de La Cumbrecita. Año 2006.



A todo esto, se le suman los recursos culturales, que reflejan la historia de estos pobladores. La fuerte identidad centro europea, representada en construcciones, costumbres familiares, y hasta los usos y costumbres de los habitantes, que resultan muy atractivos para los turistas y cuyo principal exponente es el pueblo histórico.

Entre los principales atractivos naturales, los más visitados son las tres cascadas, el Remanso Negro, el Lago Esmeralda, el Cerro Wank, el Vallecito de Abedul y la Cascada Escondida. Se trata de recursos turísticos que además de permitir desarrollar diferentes actividades al aire libre (como caminatas, cabalgatas, rapel y tirolesa) permiten que el turista disfrute de la belleza paisajística que le otorga la gran variedad de especies de flora y fauna existentes en el lugar.

En el anexo 7, se encuentran detallados los atractivos naturales y culturales.

La Cumbrecita, posee para alojar a sus turistas un total de 474 plazas, divididas en 5 hoteles (con 239 plazas), 17 complejos de cabañas (con 210 plazas) y 5 hospedajes habilitados (con 25 plazas).

El equipamiento gastronómico está conformado por 12 restaurantes y confiterías, con capacidad de atención para 1440 personas por día. La oferta gastronómica se caracteriza por poseer un menú típico regional.

En el anexo 8, se encuentra una lista detallada de todo el equipamiento, junto con su categoría. Con respecto al alojamiento, vale aclarar el hecho de que ninguno de los establecimientos hoteleros supera la categoría de 3 estrellas. Sin embargo, en los últimos años se han construido 5 complejos de cabañas.

En cuanto al esparcimiento, sólo tiene establecimientos gastronómicos que proyectan música y videos y el salón comunal que es utilizado para reuniones sociales.

Respecto a sus instalaciones, el poblado cuenta con un estacionamiento para 220 vehículos, y el estacionamiento La Pampita, con camionetas para el traslado de personas.





Los centros de información existentes tienen una capacidad de atención de hasta 300 personas por día con sanitarios públicos provistos por la comuna.

La infraestructura está conformada por:

- Camino de acceso (como ya se mencionó, ripio, asfalto en construcción)
- Alumbrado público (Cooperativa)
- Red de agua potable (Cooperativa)
- Energía eléctrica (Cooperativa)
- Teléfono (Cooperativa)
- Plazas /parques: 2 plazas y espacios verde protegidos
- Centro cívico (Administración, SUM, Dispensario)
- Tratamiento de efluentes: planta depuradora.

Los servicios sanitarios de traslado de ambulancia y bomberos también los provee la comuna.

Con respecto a la oferta de servicios turísticos, en la Cumbrecita hay sólo una empresa de servicios receptivos “Travesías Sin Riesgos”, con dos guías, uno profesional y otro alternativo.

En la Comuna hay tres vehículos habilitados para transporte de remisse.

Cabe mencionar que no existen servicios bancarios de ningún tipo.

#### 5.4.3 Operadores de mercado

Como se mencionó con anterioridad, el servicio receptivo es provisto por una sola agencia “Travesías sin riesgos”.

Si bien no hay registros de las empresas de turismo que lleven regularmente excursionistas a La Cumbrecita, en distintas agencias de la zona se ofrecen excursiones individuales, de hecho en el anexo 9, se pueden observar los nombres de las 5 empresas de Villa General Belgrano, 2 de Santa Rosa de

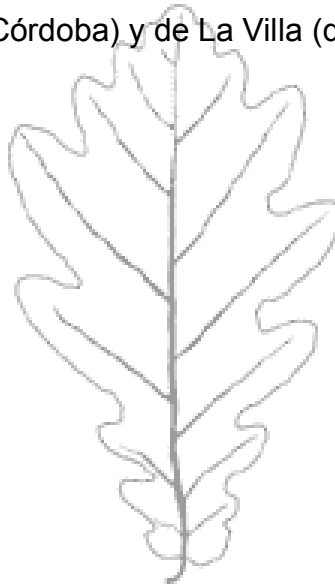


---

Calamuchita, 6 de Carlos Paz, 2 de La Falda y 3 de Embalse Río Tercero, que ofrecen las susodichas excursiones.

No existe transporte de larga distancia directamente hasta La Cumbrecita, por lo que se deben realizar combinaciones vía Córdoba o Villa General Belgrano, desde donde se puede ir directamente. En el anexo 9, hay un cuadro con las empresas que prestan el servicio hasta la Villa, desde Buenos Aires, y Rosario.

En cuanto a servicios de traslado de media distancia, la única empresa de transporte que llega hasta la comuna, es la empresa de transporte diferencial Pájaro Blanco. De lo contrario, hay varias empresas que llegan hasta Villa General Belgrano, (además de Pájaro Blanco). Estas son: LEP (desde Río IV y Córdoba), Sierras Calamuchita (desde Córdoba) y de La Villa (desde Córdoba).





## 6. DIAGNÓSTICO.

En el marco contextual desarrollado, se indagó sobre diferentes temas concernientes al estrés, de los cuales se pudieron obtener diferentes conclusiones, que serán mencionadas a continuación.

El estrés afecta a la persona en distintos niveles y, cuando este trastorno evoluciona, se llega a una fase de agotamiento en la que el afectado no puede continuar con su vida normal, ya que su estado físico y mental le impide inclusive relacionarse con otras personas de manera normal. Es en este momento cuando normalmente busca diferentes métodos para tratarlo.

Si bien el turismo sirve para contrarrestar los efectos del estrés, es difícil lograr beneficios a largo plazo, porque una vez que el turista retorna y vuelve a insertarse en su ámbito diario con los mismos estímulos estresantes se siguen generando los mismos efectos. Por este motivo, se debe desarrollar un método que, además de reducir las secuelas generadas por el estrés, le permita a la persona aprender a enfrentar, a largo plazo, las presiones del medio.

En la actualidad, en Italia, existen centros turísticos especializados en desarrollar tratamientos de este tipo. Complejos que “educan” a sus huéspedes para que puedan afrontar las situaciones de tensión y mejorar su calidad de vida.

En nuestro país, hay una gran cantidad de personas afectadas por el estrés, entre las cuáles existe un nicho integrado por personas del segmento ABC1, quienes están interesados en reducirlo y evitarlo y están dispuestos a utilizar sus recursos económicos para lograrlo.

Sin embargo, en Argentina y países limítrofes, existe una gran oferta de spa que incluyen en su propuesta la reducción del estrés, ofreciendo productos de alta calidad, servicio personalizado y excelentes instalaciones, pero todavía no se ha desarrollado ningún tratamiento que busque actuar en el largo plazo.

Esto por todo lo anteriormente citado que se plantea la oportunidad de desarrollar un producto abocado exclusivamente a trabajar sobre el estrés a través



de un tratamiento integral que sirva también para actuar en el largo plazo. Este procedimiento, además de darle valor agregado al producto le permitirá diferenciarse de la oferta de los spa, actualmente saturada.

Con respecto a La Cumbrecita, si bien la zona cuenta con las condiciones ideales para desarrollar la industria del turismo, la oferta de servicios turísticos en la zona es insuficiente para satisfacer a la demanda actual, que está creciendo de manera exponencial. Y considerando que en los años próximos se concretará el asfaltado del camino de acceso al pueblo se generará una mayor corriente de turistas hacia la zona produciendo una necesidad, aún mayor, de mejoras en materia de infraestructura. Todo esto lleva a que cada vez mayor cantidad de inversionistas se sientan atraídos por el lugar. Pero es sumamente importante desarrollar emprendimientos que además de ofrecer servicios de alta calidad atraigan al mismo segmento económico de la actualidad y sean respetuosos con el medio ambiente para que el desarrollo sea el adecuado, es decir, sustentable y sostenido.

Estas características permiten considerar a La Cumbrecita no sólo en una zona apta para el tratamiento de afecciones producidas por el estrés y otras enfermedades físicas y mentales, sino que además, en una localidad para la cual un emprendimiento de este tipo resultará ampliamente beneficioso.

Lo anteriormente citado permite concluir, que el desarrollo de un centro anti estrés en La Cumbrecita, es un proyecto viable.



**ETAPA DE APLICACIÓN.**





## 7. DESARROLLO.

### 7.1 INTRODUCCIÓN.

Para poder formular el proyecto del centro anti-estrés, se deberán desarrollar los siguientes objetivos específicos:

- Definir el público objetivo.
- Sugerir una posible denominación.
- Establecer el producto turístico a ofertar.
- Describir las actividades incluidas en el producto.
- Determinar la localización del emprendimiento.
- Planear las instalaciones necesarias para el funcionamiento del centro.
- Proponer la planta de personal.
- Sugerir el equipo de asesoramiento necesario tanto para la puesta en marcha como para el funcionamiento del proyecto.
- Investigar las condiciones legales a cumplimentar.
- Determinar las tarifas.
- Evaluar la viabilidad económica y financiera.



## 7.2 EL CENTRO ANTI ESTRÉS.

El estrés, como ya se mencionó, es el resultado de la interacción entre el hombre y el medio. Así, cuando el medio presenta situaciones generadoras de tensión y la persona no tiene la capacidad de afrontarlas, surge el estrés.

En la vida normal del ser humano, son muchas las situaciones diarias que resultan difíciles de afrontar, por este motivo, el estrés se desarrolla y empiezan a aparecer secuelas en el organismo. Las enfermedades que surgen como resultado de esta enfermedad pueden ser muy graves, y esta es la razón por la cual miles de personas recurren a diferentes alternativas para tratar o reducir los efectos generados. El problema consiste en que reducir las secuelas es un tratamiento reactivo, se trata el efecto, pero no la causa, por lo cuál, las demandas generadas por el medio, seguirán existiendo y afectando a la persona.

En el centro anti-estrés se desarrolla un tratamiento para reducir las secuelas del estrés en el cuerpo y además se busca que el huésped adopte estrategias de afrontamiento ante elementos generadores de tensión. Porque, si bien no se pueden eliminar las demandas del medio, si se pueden adquirir recursos para enfrentarlas.

Dentro de la oferta, el centro posee dos tratamientos, los cuáles son descritos en el punto 7.6. Para lograr llevar a cabo estos tratamientos, se deben tener en cuenta todos los detalles, por esto, se creó un ambiente, en el que todos los elementos que lo componen estén especialmente diseñados para lograr trabajar contra el estrés.

Para ello, el predio de cinco hectáreas en el que se encuentra ubicado el establecimiento posee una gran variedad de plantas autóctonas (abedules, alerces, y pinos, entre otras) y diferentes flores, principalmente lavanda (o espliego) que es conocida por su efecto relajante. Este parque es utilizado por los clientes para entrar en contacto con la naturaleza realizando actividades al aire libre, además de resultar estéticamente hermoso, gracias al trabajo realizado por el paisajista.



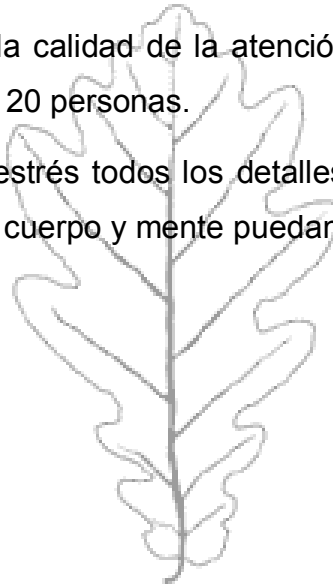
Dentro del establecimiento, los huéspedes se encontrarán con ambientes especialmente diseñados para generar un efecto visual relajante, como lo logran los colores fríos, como el azul y el verde, en escala monocromática.

Para que el efecto sea también auditivo, el centro cuenta con música funcional especialmente seleccionada, como la sonata en Sol de Mozart o simplemente el sonido del agua en un molino.

Debido al efecto integral que se busca lograr en todo el centro, el cigarrillo y el uso de celular, están vedados para no molestar a los huéspedes. El consumo de bebidas alcohólicas tampoco está permitido porque su consumo no es recomendado para este tipo de tratamientos.

Para poder mantener la calidad de la atención y del servicio, la capacidad máxima de alojamiento es de 20 personas.

Así, en el centro anti-estrés todos los detalles son tenidos en cuenta para lograr una experiencia dónde cuerpo y mente puedan estar en armonía.







---

### 7.3 PÚBLICO OBJETIVO.

Al momento de decidir a quién ofrecerle este producto, se investigó a aquellas personas, que además de sufrir estrés, estén buscando diferentes métodos para reducirlo y cuenten con los medios económicos para hacerlo. De esta manera se definió el mercado potencial, dentro el cuál, el público objetivo del centro serán las personas que pertenecen al segmento ABC1 de la Argentina, que representa al 5.6% de la población total del país. Son personas pertenecientes a la clase alta y media alta y viven en grandes conos urbanos, como Buenos Aires, Capital Federal, Córdoba, Mendoza o Rosario.

Sobre este segmento la consultora argentina Giacobbe ABC1<sup>27</sup> realizó una investigación para definir sus características generales. En la investigación realizada en el mes de Marzo de 2007, se especificó que se trata de personas con un alto nivel educativo y con una edad promedio de 36 años. La mitad de los encuestados son profesionales y empleados privados en su mayoría y otro 20% son ejecutivos de empresas.

Profesionales de la medicina afirmaron además, que las personas de alto poder adquisitivo que sufren de estrés se caracterizan por trabajar más de cincuenta horas semanales, tener hijos (de diferentes edades), preocuparse mucho por su imagen, relacionarse con personas en su situación socioeconómica y consumir productos especialmente diseñados para ellos, como las revistas “Salud” y “Empresario”. Se trata de un segmento al cuál se puede ingresar con una estrategia de comunicación adecuada, y, ofreciendo productos de calidad, se logra que los mismos clientes difundan el producto, gracias al llamado “boca a boca”.

---

<sup>27</sup> <http://www.giacobbeabc1.com.ar> (25/09/07)



#### 7.4 DENOMINACIÓN.

El nombre del establecimiento es *“Espliego”*.

El espliego, o lavanda, es una planta aromática, con flores color celeste-lila, conocida por sus propiedades. De hecho, es muy utilizada en el campo de la cosmética y para la fabricación de esencias y perfumes.



El nombre del centro es en alusión a la gran plantación de espliego con la que cuenta el parque.

El logotipo del centro es el siguiente y está conformado por un dibujo de la flor y el nombre del centro anti-estrés:





## 7.5 LOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.

Una vez estudiado el plan de uso público (Ver síntesis en anexo 6), se decidió para localizar el centro utilizar la subzona de expansión de uso extensivo y de protección de pastizales de altura, que es la comprendida desde las áreas del Río Medio y el camino de acceso del sur hasta el límite del radio comunal y el área al noroeste del pueblo histórico de La Cumbrecita.

Esta zona, se encuentra en el código edilicio urbano comprendida en la zona rural R4, y los usos permitidos son; el rural y de servicios, emprendimientos turísticos (complejos especializados o turísticos). Por lo que sólo se pueden construir casas de campo, hoteles, hostales, hosterías o complejos turísticos.

El lote en el cuál se sitúa este proyecto posee una superficie de 5 hectáreas, un frente de 80 metros y se encuentra en la margen del Río Medio.

En el mapa a continuación, se puede observar la zona exacta de la ubicación del terreno.



Mapa n° 2, Vista área de La Cumbrecita. Fuente: Google Earth.



## 7.6 PRODUCTO.

Cuando se diseñó el servicio que iba a prestar este emprendimiento, se decidió enfocar la oferta del servicio en dos tipos específicos de estrés: el estrés agudo y el estrés agudo episódico. Siendo el agudo el tipo de estrés más leve, y, a medida que el nivel de ansiedad se intensifica, se convierte, primero en agudo episódico y termina en crónico. Cuando aparece este tipo de estrés, el crónico, las secuelas generadas en el cuerpo son tan graves que requieren tratamiento médico especializado por las enfermedades y alteraciones generadas. El centro desarrolló un método para que cada huésped logre impedir que los niveles de ansiedad lleguen a desencadenar enfermedades relacionadas con el estrés crónico.

El centro oferta dos productos: el primero, de ahora en adelante llamado programa corto de 4 días y 3 noches, intenta trabajar a nivel físico, desarrollando herramientas para que la persona relajando el cuerpo controle su reacción física de manera más eficiente y reduciendo los efectos. Al mencionar reacción física, se está refiriendo a la manera que el cuerpo reacciona ante una situación que no puede afrontar, por ejemplo: aceleración del ritmo cardíaco o la tensión de los músculos.

El segundo producto llamado programa largo de 7 días y 6 noches, busca trabajar a nivel físico y mental. A nivel mental, se comienza indagando sobre la valoración que el huésped hace de cada situación estresante que vive, se analiza y se intenta hallar el método más adecuado para reducir así, los momentos estresantes en la vida diaria.

### 7.6.1 Programa corto, 4 días y 3 noches

Como se mencionó con anterioridad, este producto se diseñó para relajar el cuerpo y lograr que la persona controle mejor la respuesta física ante elementos estresantes. Por este motivo, en pos de la consecución de estos objetivos, durante su estadía, el huésped realiza diferentes ejercicios. Por un lado son ejercicios



físicos, como caminatas, excursiones y clases de Yoga. Por otra parte, efectúa ejercicios respiratorios, especialmente planificados y acordes a sus necesidades.

Así, una vez realizado el check in, el huésped, tendrá una reunión con el psicólogo, el nutricionista y el instructor de Yoga quienes, en base a las preferencias, necesidades y el cuadro de estrés que presente el cliente, diseñarán un cronograma de actividades especialmente para él y un régimen de comidas que se adapte a sus requerimientos.

En el cuadro n° 1, se puede observar un ejemplo tentativo del cronograma. Es importante aclarar que los horarios se planificarán para cada huésped, para adecuarlos a la disponibilidad horaria de los profesionales del centro.

**Cronograma de actividades del programa corto, 4 días y 3 noches-**

	<b>Día 1</b>	<b>Día 2</b>	<b>Día 3</b>	<b>Día 4</b>
<b>10:00</b>	Check In	Desayuno	Desayuno	Desayuno
<b>11:00</b>	Entrevista	Masaje	Masaje	Entrevista
<b>12:00</b>	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo
<b>13:00</b>				Check out
<b>14:00</b>	Sesión de Yoga	Ejercicios Respiratorios	Sesión de Relajación	
<b>15:00</b>	Ejercicios Respiratorios	Sauna	Sauna	
<b>16:00</b>	Merienda	Merienda	Merienda	
<b>17:00</b>	Sesión de Relajación	Sesión de Yoga	Excursión	
<b>18:00</b>	Masaje	Hidromasaje		
<b>19:00</b>	Hidromasaje	Ejercicios Audiovisuales de Relajación		
<b>20:00</b>	Cena	Cena	Cena	
<b>21:00</b>	Actividades de Ocio	Actividades de Ocio	Actividades de Ocio	

*Cuadro n° 1, Cronograma actividades 4 días. Fuente: Elaboración propia.*



El producto incluye el servicio de alojamiento, pensión completa, uso y disfrute de todas las instalaciones, actividades incluidas en el programa y el seguimiento tanto del psicólogo como de los empleados del establecimiento que estarán a disposición del huésped. De ser necesario, los traslados serán realizados por el centro anti-estrés *Espliego*, pero el costo de los mismos no se incluye en la tarifa.

Una vez finalizado el tratamiento, el huésped se entrevistará por segunda vez con el psicólogo para verificar el resultado del método utilizado.

Por último, para realizar un seguimiento de los clientes, el centro hará encuestas, vía mail, indagando sobre el servicio prestado. Estas encuestas son enviadas periódicamente junto con información sobre novedades en cuanto a tratamientos, para captar la atención del lector.

#### 7.6.2 Programa largo, 7 días y 6 noches

Este producto intenta lograr que el huésped descanse de manera “físico y mental” y que, además, pueda controlar su respuesta ante situaciones estresantes.

Hay que tener en cuenta el hecho de que las demandas de la situación dependen de la valoración que haga el individuo. De esta manera, una situación que puede resultar muy estresante para una persona, para otra no resulta estresante en absoluto. Por este motivo, se intentará trabajar sobre la valoración que posee la persona sobre distintas situaciones. Para lograr esto, se incluyen sesiones individuales y grupales con el psicólogo, también a ser desarrolladas en el punto 8.6.3 sobre las actividades.

En el cuadro número 2, se puede observar un cronograma tentativo de este producto que incluye, al igual que el programa corto, el servicio de alojamiento, pensión completa, uso y disfrute de todas las instalaciones, actividades incluidas en el programa, y el seguimiento de los empleados del establecimiento.



**Cronograma de actividades del programa largo, 7 días y 6 noches-**

	<b>Día 1</b>	<b>Día 2</b>	<b>Día 3</b>	<b>Día 4</b>	<b>Día 5</b>	<b>Día 6</b>	<b>Día 7</b>
<b>10:00</b>	Check In	Desayuno	Desayuno	Desayuno	Desayuno	Desayuno	Desayuno
<b>11:00</b>	Entrevista	Masaje	Masaje	Masaje	Masaje	Masaje	Entrevista
<b>12:00</b>	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo
<b>13:00</b>							Check out
<b>14:00</b>	Sesión de Yoga	Ejercicios Respiratorios	Sesión con el psicólogo	Sesión Grupal	Sesión de Relajación	Sauna	
<b>15:00</b>	Ejercicios Respiratorios	Sesión con el psicólogo	Sauna		Sesión con el psicólogo	Hidromasaje	
<b>16:00</b>	Merienda	Merienda	Merienda	Merienda	Merienda	Merienda	
<b>17:00</b>	Sesión de Relajación	Sesión de Yoga	Excursión	Ejercicios Audiovisuales de relajación	Excursión	Sesión de Yoga	
<b>18:00</b>	Masaje	Hidromasaje				Ejercicios Respiratorios	
<b>19:00</b>	Ejercicios Audiovisuales de relajación	Sesión de Relajación				Sesión con el psicólogo	
<b>20:00</b>	Cena	Cena	Cena	Cena	Cena	Cena	
<b>21:00</b>	Actividades de Ocio	Actividades de Ocio	Actividades de Ocio	Actividades de Ocio	Actividades de Ocio	Actividades de Ocio	

*Cuadro nº2, Cronograma actividades 7 días. Fuente: Elaboración propia.2*

### 7.6.3 Actividades

En el punto anterior se han mencionado las características generales de los productos que ofrece el centro anti-estrés, a continuación se pasa a detallar las diferentes actividades que incluyen.

#### *Masajes*

El masaje es la técnica más utilizada para relajar el cuerpo. Sus beneficios van desde proporcionar alivio a dolores musculares, hasta eliminar dolencias concretas del cuerpo. Se trata de un método de tratamiento manual que transmite presión mecánica con a diferentes órganos del cuerpo.





En el centro anti-estrés, se utilizan para aliviar la tensión psico-física, aplicando presión con las manos de forma firme y lenta sobre los músculos afectados. Los masajes tienen una duración aproximada de 45 minutos por sesión.

Si bien los masajes son altamente beneficiosos, en cuanto a los efectos que el estrés produce, sólo actúan en el corto plazo, reduciendo los efectos generados por la ansiedad.

### *Excursiones*

Cualquier actividad física en contacto con la naturaleza es útil para lograr romper con la rutina y despejar la mente. Por este motivo, se realizan caminatas guiadas y excursiones a caballo. El servicio es prestado por la agencia receptiva *“Viviendo montañas, Travesías sin riesgos”*.

Los recorridos pueden variar dependiendo de las propuestas que realice la agencia, el tamaño del grupo y las características de sus integrantes (como edad, estado físico, etc.). Por este motivo, todas las semanas, se organizan diferentes excursiones para conocer los diferentes atractivos de la zona. Su duración es de entre tres y cuatro horas aproximadamente. Entre los recorridos más importantes se encuentran los tres que se detallan seguidamente, ya que representan los recursos naturales mayormente visitados por los turistas:

- Tres cascadas, Remanso Negro y Lago Esmeralda, cuyo recorrido es de 1.5 kilómetros, y se hace caminando.
- Cerro Wank, posee un recorrido de 1.6 kilómetros puede ser realizado a pie o a caballo dependiendo del sendero por el que se opte tomar.
- Cascada escondida y Vallecito de Abedul, la excursión más larga se realizará sólo si la condición física de los huéspedes lo permite. Se trata de un recorrido de 3.6 kilómetros a pie, dónde se visitan ambos atractivos naturales.





### *Sesiones de Yoga*

El Yoga es una práctica milenaria mundialmente conocida, que tiene tres principios básicos: la respiración profunda, la concentración y la alineación de la espina dorsal. Esta práctica pretende lograr el equilibrio entre cuerpo y mente, a través de la realización de ejercicios físicos que trabajan diferentes posturas corporales y permiten a la persona que lo realiza, llamado yogui, lograr, sin fatiga ni inquietud, la serenidad física y mental, y alcanzar la meditación.

Esta disciplina es útil para lograr la relajación física, despejar la mente y encontrar la paz. Su práctica continuada puede mejorar la postura, la digestión, la flexibilidad y el funcionamiento del sistema cardiovascular. De hecho, día a día se encuentran mayores beneficios a esta técnica.

Gracias a esta práctica, los huéspedes pueden adquirir herramientas para controlar físicamente sus emociones cuando el medio comienza a presionar.

Cada sesión de yoga tiene una duración aproximada de una hora.

### *Sesiones de relajación*

Consisten en ejercicios que pretenden reducir la tensión de los huéspedes mediante la utilización de elementos relajantes como la música y diferentes esencias aromáticas. El fin de esta actividad es transmitir estas técnicas a los clientes, susceptibles de ser practicadas en su vida rutinaria a lo largo de distintos momentos del día, ya sea en su lugar de trabajo o residencia.

Su duración aproximada es de una hora.

### *Ejercicios respiratorios*

Los beneficios de estos ejercicios son que con ellos se puede regular el ritmo cardíaco cuando el corazón empieza a latir más fuerte y rápido, previendo así las reacciones que el estrés tiene sobre el organismo. Estos ejercicios pueden ser realizados en cualquier momento y lugar.



La clase de respiración tiene una hora de duración.

### *Hidromasaje*

Se trata de una forma de hidroterapia basada en transmitir presión sobre determinadas zonas del cuerpo con chorros de agua.

La utilización del hidromasaje tiene muchos beneficios: estimula la circulación arterial, relaja los músculos y abre los poros favoreciendo la eliminación de toxinas, combatiendo el cansancio y la tensión nerviosa, aliviando los dolores de artritis, bursitis y de cualquier enfermedad ósea o muscular.

El uso de plantas aromáticas con efecto relajante, como la lavanda, es utilizado para completar los beneficios de este tratamiento.

Las sesiones son de 15 minutos.

### *Sauna*

Se trata de un baño de vapor que se realiza en un recinto a muy alta temperatura. En el centro anti estrés, el sauna será seco, oscilando entre los 80° y 90° centígrados.

El sauna es una herramienta útil que ayuda a eliminar diferentes toxinas y metales pesados y liberar endorfinas.

Para poder realizar las sesiones correctamente, y debido a que se trata de un sauna seco, se deben alternar duchas frías cada 10 o 15 minutos, dependiendo de cada persona.

La duración de este tratamiento difiere según el huésped.

### *Ejercicios audiovisuales de relajación*

Este tipo de ejercicios permite a la persona relajarse mediante la utilización de la audición y la visión.



Este tratamiento logra un efecto visual tranquilizante mediante la utilización de videos que se sirven de elementos de la naturaleza como coloridos paisajes, siempre combinando formas y colores. A esto se le suma la transmisión de sonidos, también provenientes de la naturaleza, como la cascada de un río por ejemplo, que junto con el visual generan un efecto integral.

Para estas sesiones, se utiliza la sala de conferencias y su duración aproximada es de 30 minutos.

### *Sesiones grupales*

Como ya se ha mencionado anteriormente alguno de los problemas que genera el estrés es la irritabilidad y los cambios de ánimo que hacen que los afectados sean hostiles con otras personas, deteriorando así las relaciones interpersonales. Para revertir esto, en el centro se organizan charlas grupales para permitir a los huéspedes compartir experiencias, y encontrar conjuntamente técnicas para ser más tolerantes. El psicólogo del establecimiento actúa como moderador.

### *Sesiones individuales con el psicólogo*

Estas sesiones son sumamente necesarias para poder identificar qué es lo que en la vida del paciente genera el estrés y descubrir porqué, ante la aparición de ellos, la persona se siente bajo presión.

Las sesiones tienen sólo una hora de duración, pero como la estadía tiene una duración limitada, una vez que el cliente retorne a su ciudad de origen se recomendarán especialistas para poder otorgarle continuidad al tratamiento en el largo plazo.

Se trata de un tratamiento preventivo, dónde no se busca reducir el estrés sino las fuentes que lo generan.

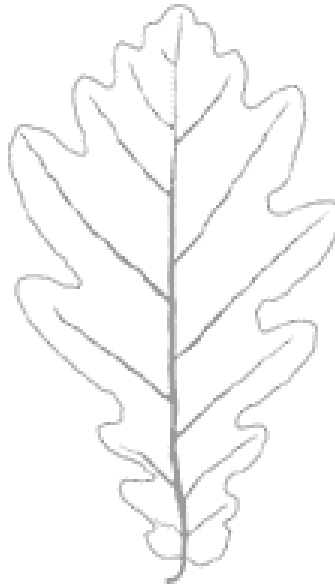


---

*Actividades de ocio*

Como actividades de ocio, en *Espliego* se ofrecen varias alternativas, como son: lectura de libros, proyección de películas, campeonatos de juegos, entre otras, todas ellas pensadas en cerrar el día con actividades lúdicas diferentes a la rutina diaria de ejercicios y tratamientos realizados en el centro.

Los clientes son libres de elegir aquellas actividades que les seduzcan. De esta forma, el centro les da libertad para la elección de las mismas, poniendo a su disposición diferentes libros, películas proyectadas en la sala de conferencias, las cuáles son anunciadas por la mañana. En el estar, se puede jugar a las cartas, dominó, dados y otros juegos de mesa.





## 7.7 INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO.

Para poder organizar mejor la distribución del hotel, se dividieron las instalaciones en tres sectores: el sector de las áreas comunes y de habitaciones, el del área de servicios especializados y el del área de restauración. En el plano número uno se presenta una propuesta del layout del hotel, dónde se puede observar como se distribuyen estos tres sectores y las instalaciones que poseen. Se decidió distribuirlo así por resultar más práctico al momento de moverse dentro del establecimiento, ya que, como se puede observar, las habitaciones se encuentran apartadas, mientras que el restaurante y el área de servicios especializados están divididos por el área de recepción. De esta manera, el estar central y la recepción se convierten en el centro del establecimiento, permitiendo un mayor control desde la recepción de la salida y entrada de los pasajeros y un fácil acceso para los huéspedes.

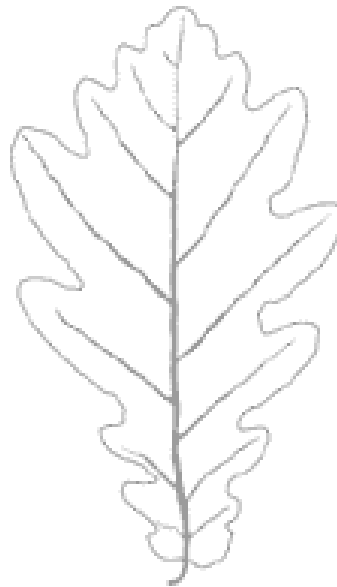
La estética edilicia que posee el centro anti-estrés *Espliego* fue diseñada por el arquitecto encargado del proyecto, teniendo en cuenta las disposiciones contenidas en el código de edificación de la comuna. El aspecto exterior del establecimiento tiene un estilo centro europeo, similar al que se puede observar en el dibujo número 1.

El interior del hotel fue decorado por un diseñador de interiores, quién trabajó bajo la pauta que dentro de el hotel los colores deben ser en escala monocromática y acorde al diseño exterior.

Para lograr la continua armonía auditiva del lugar, todo el establecimiento posee música



Dibujo n° 1: Estilo Centro Europeo. Fuente: Elaboración propia.



*Plano nº1: Planta Centro Anti Estrés. Fuente: Elaboración propia.*



funcional. Es por ello que existe una colección de diferentes discos compactos con música de relajación, que se escucha a lo largo de todo el día, en función del horario y de las. Así, cuando las sesiones de hidromasajes tengan lugar, la música en los cuartos específicos será seleccionada para relajar y entretener a los huéspedes, por esto, podrán escuchar música interpretada por artistas como Morcheeba o Enya. En cambio, en los momentos de descanso de los huéspedes se escucharán sonidos relajantes de la naturaleza, que tranquilizan y estimulan el sueño de los oyentes, como es la música de Awancana.

#### 7.7.1 Sector de áreas comunes y de áreas de habitaciones

Este sector del hotel cuenta con:

- El área de recepción.
- 20 plazas, divididas en 14 habitaciones para huéspedes, 8 singles y 6 dobles. Todas las habitaciones contarán con baño privado.
- 2 habitaciones para empleados, destinadas a alojar a empleados del establecimiento que realizarán guardias de 12 horas, y estarán comunicados vía celular con el gerente y el psicólogo, que son los máximos responsables del centro, ante cualquier eventualidad con un huésped.
- Una sala de estar.
- Una oficina de administración.
- Depósito y lockers, utilizados tanto por los huéspedes como por los empleados del centro, para guardar sus pertenencias.
- Un lavadero.
- Piscina cubierta con solarium.
- Predio de cinco hectáreas, en el que hay diferentes especies de plantas y flores.



### 7.7.2 Sector del área de servicios especializados

Para poder realizar cada una de las actividades planeadas para cada huésped en el cronograma del centro, *Espliego* posee diferentes instalaciones. Cuando se decidió el tamaño de las mismas, se tuvo en cuenta la capacidad máxima de alojamiento del centro, de 20 personas. Por este motivo, se precisó de 3 cuartos para hidromasajes y 3 para masajes, lo que permite organizar así las sesiones en hasta seis turnos diarios.

Así, se pueden enumerar las instalaciones del área de servicios especializados de la siguiente manera:

- Sauna.
- 2 duchas.
- 3 salas de masajes.
- 3 salas de hidromasajes.
- Jardín de invierno, que funciona como sala de aromaterapia, y puede ser utilizado para realizar ejercicios de relajación.
- Sala de Yoga y Gimnasio, con baños.
- Sala de conferencias para 56 personas, a utilizar para realizar las terapias grupales, con proyecciones de películas, PowerPoint y la realización del tratamiento audio visual. Como se puede observar la misma tendrá una capacidad más amplia que el complejo, con la intención de que un futuro sea utilizada para brindar otros servicios como capacitación sobre el estrés laboral para empresas.

### 7.7.3 Sector del área de restauración

Este sector contará con el restaurante y la cocina.

A fin de no ampliar la planta operativa, el servicio gastronómico se terciariza. Los menús diseñados por el nutricionista son personalizados a cada cliente, es por ello que él los acordará con los prestadores del servicio de restauración.

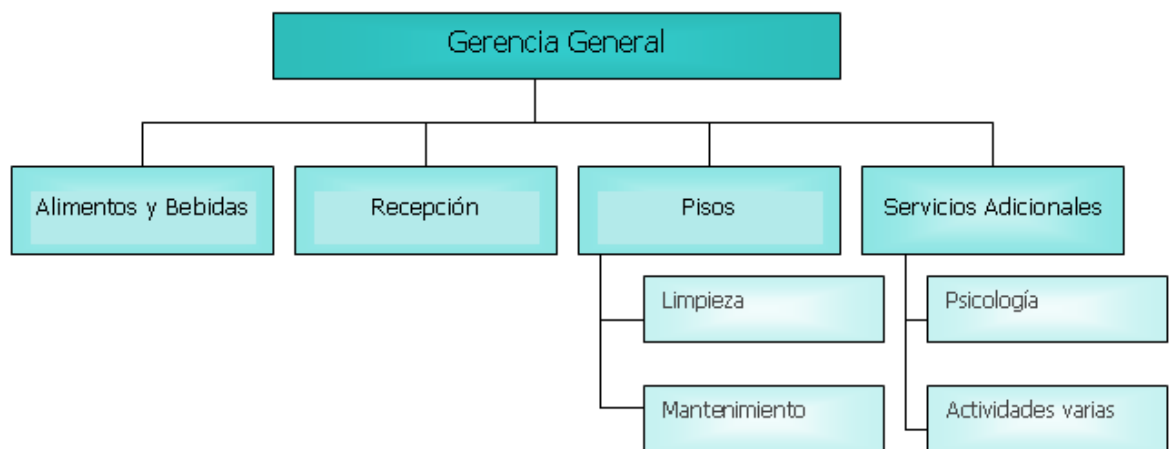




## 7.8 PLANTA DE PERSONAL.

Para que el centro anti-estrés pueda comenzar a funcionar, a continuación se detallará la planta laboral, la cuál debe ser revalidada por el licenciado en Recursos Humanos que se contratará para asesorar al gerente del centro y que realice un plan de recursos humanos (ver punto 7.9)

En el organigrama se puede observar como estará distribuido el personal.



*Organigrama centro anti-estrés. Fuente: Elaboración propia*

### *Gerencia General*



Esta área estará conformada sólo por el Gerente General. Sus funciones principales son la planificación, organización, dirección y control de la empresa. Para esto deberá: fijar los objetivos generales, determinar políticas, planes y presupuestos, definir la estructura organizativa del centro y controlar que todas las áreas del establecimiento logren sus objetivos.

El Gerente General, deberá ser una persona que tenga:

- Capacidad organizadora.
- Convicción en cuanto a sus objetivos, y cómo conseguirlos.
- Decisión y autoridad.



- Capacidad para relacionarse con otras personas.

Para poder lograr sus funciones, el gerente contará con un equipo de asesores que son descritos en el punto 7.9.

#### *Pisos*

Este departamento se divide en dos áreas: limpieza y mantenimiento.

El área de limpieza, es la que se encarga de la limpieza de habitaciones, pasillos, oficinas y áreas comunes del hotel. Cuenta con 3 mucamas, dos de las cuáles trabajan por la mañana y otra por la tarde.

El encargado de mantenimiento no forma parte del personal fijo de la empresa, si no que se contratará cuando sea necesario para solucionar problemas puntuales y realizar tareas de mantenimiento de plomería, de instalación eléctrica, entre otras.

#### *Alimentos y Bebidas*

Es el departamento encargado del proceso de producción de alimentos y bebidas para prestar el servicio de restauración a los huéspedes. Debe cumplir las pautas impuestas por el nutricionista, con respecto a dietas a seguir junto con el tratamiento anti-estrés.

Este departamento, como se mencionó en el punto 7.7.3 está terciarizado.

#### *Recepción*

Este es el área encargada de cumplir las tareas de:

- Reservas: realiza reservas y ventas de los productos.
- Recepción: planifica las habitaciones, efectúa check in y check out, y se encarga de las necesidades del cliente durante su estadía.



- Cuentas de clientes: maneja las cuentas del centro, consumos de los clientes, pago de comisiones a agencias de viajes y facturación, entre otras.
- Manejo de caja: cobra las cuentas, efectúa los pagos, y realiza las liquidaciones.

Debido al tamaño del hotel, cuya capacidad de alojamiento es pequeña, este área contará sólo con cuatro recepcionistas, cuyo trabajo se organiza en tres turnos por día, uno de 07:00 a 15:00 horas (el turno de la mañana), otro de 15:00 a 23:00 horas (el turno de la tarde), y el tercero de 23:00 a 7:00 horas (el turno de la noche) al ser cuatro recepcionistas, si se organizarán los horarios, la grilla quedaría conformada de la siguiente manera:

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Recepcionista 1	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana		Mañana	Mañana
Recepcionista 2	Tarde	Tarde	Tarde	Tarde	Tarde		Tarde
Recepcionista 3	Noche	Noche	Noche	Noche	Noche	Noche	
Recepcionista 4					Mañana	Tarde	Noche

Como se puede observar tres recepcionistas trabajan seis veces por semana y el cuarto es el encargado de reemplazarlos en sus días libres.

Para trabajar en este puesto, además de contar con experiencia previa en recepción, se debe poseer un carácter afable y predispuesto, buena presencia y buena dicción, para poder tratar con los huéspedes del centro.

### *Servicios Adicionales*

Este área es la encargada de prestar los servicios específicos que ofrece *Espliego*, los cuáles son detallados en el punto 7.6.

Estará conformada por un psicólogo, un nutricionista, un instructor de Yoga, tres masajistas y el encargado de equipos.

El psicólogo es el profesional encargado junto con el nutricionista e instructor de Yoga, de realizar la entrevista inicial y final, en base a la cuál elaboran el



cronograma de actividades de cada huésped. Es una persona capacitada en la temática del estrés y con experiencia previa en tratamientos de este tipo. Además de llevar a cabo las sesiones individuales, conduce las sesiones grupales y asiste al gerente, cuando éste así lo requiera.

El nutricionista, elabora los menús de comidas para cada huésped, controla la prestación de los servicios de gastronomía terciarizados y asiste a los ejercicios de relajación recomendando a los clientes dietas a seguir, que ayudan a la reducción del estrés, en sus respectivos hogares.

El instructor de Yoga, se encarga de las sesiones de Yoga, relajación y ejercicios respiratorios. Además debe realizar el seguimiento de los masajistas, y junto con el psicólogo, verificar que el tratamiento que está llevando a cabo cada huésped está funcionando de manera correcta. Debido a que el instructor realiza diferentes actividades, es necesario adecuar los cronogramas de los huéspedes a la disponibilidad horaria del instructor.

El encargado de equipos, es una persona que debe no sólo poner en funcionamiento las diferentes máquinas del establecimiento (hidromasaje, sauna, proyector en la sala de conferencias, por nombrar ejemplos) si no que además debe verificar que funcionen correctamente.



---

## 7. 9 EQUIPO DE ASESORAMIENTO NECESARIO PARA PODER REALIZAR EL PROYECTO.

Para que este proyecto se lleve a cabo, es necesario contar con el asesoramiento de diferentes profesionales, que satisfagan distintos requerimientos en cuanto a diseño y funcionamiento del centro.

Para realizar el proyecto, y dirección de obra, se debe contratar un arquitecto, quien trabaje junto con un diseñador de interiores para que este último decida sobre la estética que poseerán las instalaciones.

El parque será trazado por un paisajista, quien seleccionará las especies más apropiadas de plantas y flores, su localización, para que el predio del centro resulte atractivo.

Se deben requerir los servicios de un Licenciado en Recursos Humanos, para que este, junto con el gerente de *Espliego*, cree un plan de recursos humanos, en el cuál se contemplen las características de cada empleado, las tareas a realizar, el desempeño esperado y los programas de capacitación necesarios. Además, será el encargado de realizar la búsqueda de personal.

Una vez finalizada la construcción del centro y selección de personal, para la inauguración, será importante hacer una gran campaña de lanzamiento, con mucha difusión y dar a conocer el centro, sus servicios y las características del mismo, en las grandes ciudades argentinas, como Buenos Aires, Rosario y Córdoba que es dónde se encuentra el público objetivo. Para realizar esta campaña, se contratarán los servicios de una consultora de marketing, la cuál se encargará de elaborar el plan de marketing de *Espliego*, y de desarrollar las tareas necesarias para llevarlo a cabo. Para lograr esto, la consultora será contratada de manera permanente y para realizar las distintas acciones de comunicación y promoción necesarias contará con un presupuesto anual. La consultora también será quién decida sobre el canal de distribución, desarrollando siempre estrategias acordes a los requerimientos del centro anti-estrés.



### 7.10 MARCO LEGAL.

Para el desarrollo del centro, se tendrá en cuenta las especificaciones del código de edificación de la comuna, escrito en la resolución comunal N° 239/06.

En el código, se determinan ciertas características que se deben cumplir al momento de edificar, se enumeran todos los requisitos a cumplimentar y se determina, además, la zona apta para el desarrollo de emprendimientos turísticos hoteleros.

Todos estos requerimientos fueron tenidos en cuenta al momento de desarrollar el presente trabajo.

En el anexo 11, se encuentra el índice de los contenidos del código.

### 7.11 TARIFA.

La tarifa del producto se establecerá en el estudio económico, dónde se analizan los costos de funcionamiento y el precio de la competencia (Ver evaluación económica en el punto 10).

Considerando que se trata de la prestación de un tratamiento y no sólo del servicio de alojamiento, se debe aclarar que no se distinguirá la tarifa para habitación single o doble.



## 8. EVALUACIÓN ECÓNOMICA.

Para poder realizar la evaluación económica de este proyecto, se consultó a diferentes profesionales. A continuación se analizarán los costos, los ingresos y el correspondiente estudio de las distintas variables.

### 8.1 INVERSIÓN INICIAL.

Se trabajará sobre el supuesto de que el terreno ya ha sido adquirido.

Así la inversión inicial será de:

Costos de Edificación	\$	2.036.136,00
Plan de Recursos Humanos	\$	3.000,00
Diseñador de Interiores	\$	6.000,00
Mobiliario	\$	100.000,00
Capital de Trabajo (primer mes)	\$	30.832,37
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>\$</b>	<b>2.175.968,37</b>

En el anexo 12, se puede observar el detalle del costo de edificación.

El capital de trabajo está conformado por los costos fijos necesarios para el funcionamiento del centro en el primer mes.

### 8.2 COSTOS FIJOS.

A continuación se detallan los costos fijos que tendrá el centro para su funcionamiento, se tienen en cuenta no sólo los sueldos, si no también impuestos y los costos de asesoría de marketing.



Concepto	Costo Fijo Mensual
Sueldos <sup>28</sup>	\$ 10.900,00
Luz <sup>29</sup>	\$ 675,00
Agua <sup>30</sup>	\$ 155,84
Rentas <sup>31</sup>	\$ 1.954,17
Seguro <sup>31</sup>	\$ 440,00
ART <sup>31</sup>	\$ 275,00
Internet <sup>31</sup>	\$ 70,00
Asesor de Marketing <sup>2</sup>	\$ 3.000,00
Gastos de comunicación <sup>32</sup>	\$ 8.333,33
Teléfono <sup>31</sup>	\$ 33,03
Cargas Sociales <sup>33</sup>	\$ 4.796,00
Mantenimiento <sup>34</sup>	\$ 200,00
<b>Total</b>	<b>\$ 30.832,37</b>

Los sueldos mencionados, que se detallan a continuación, fueron calculados en base al apartado sobre la planta laboral en el desarrollo del proyecto y a los sueldos mensuales que se abonan en el mercado actual.

Puesto	Sueldo
Gerente General	\$ 2.000,00
Psicólogo	\$ 1.500,00
Instructor de Yoga	\$ 1.500,00
Nutricionista	\$ 800,00
Encargada de Limpieza 1	\$ 500,00
Encargada de Limpieza 2	\$ 500,00
Encargada de Limpieza 3	\$ 500,00
Encargado de equipos	\$ 500,00
Recepcionista 1	\$ 900,00

<sup>28</sup> Ver planilla de sueldos página 64.

<sup>29</sup> El costo de luz se obtuvo teniendo en cuenta un consumo mensual de 1500 KW a un costo de \$ 0.45 por KW, brindado por la cooperativa eléctrica de La Cumbrecita.

<sup>30</sup> Datos brindados por las compañías que prestan los diferentes servicios.

<sup>31</sup> Según la ley impositiva n° 1950, se calculó sobre una base imponible de 2 300 000.

<sup>32</sup> Para comunicación, la consultora Caparroz Pereyra estimó un presupuesto anual de \$100 000.

<sup>33</sup> Están conformadas por un 17% del sueldo, en retenciones, y un 27% en aportes patronales.

<sup>34</sup> Se trata de un estimativo mensual.





Recepcionista 2	\$ 900,00
Recepcionista 3	\$ 900,00
Recepcionista 4	\$ 400,00
Total mensual	\$ 10.900,00

### 8.3 COSTOS VARIABLES.

El centro anti-estrés *Espliego* incluirá dentro de su oferta dos productos diferentes. Para poder estimar los costos variables de cada producto se consideraron diferentes variables.

Para el programa corto, de 4 días, se calcularon sesenta pesos (\$60) de costos en comida por día (incluyendo desayuno, almuerzo, merienda y cena). Además se incluyó el costo de una excursión o caminata (realizada por la agencia Viviendo montañas por veinte pesos, \$20), treinta pesos (\$30) por masaje y diez pesos (\$10) para estimar posibles gastos en teléfono para comunicarse con el huésped.

También forma parte de los costos variables el diez por ciento (10%) de posibles comisiones a abonar a agencias de viajes o relacionistas públicos (ver en el desarrollo del proyecto apartado sobre el equipo de asesoramiento), junto con posibles gastos no contemplados.

Para el programa largo, de 7 días, se tuvieron en cuenta las mismas variables por siete días, sólo que las excursiones a realizar serán posiblemente dos, y no una, y los masajes por paquete, seis y no tres.

Así, los costos variables totales por producto serían de:

Producto 4 días	\$ 580,00
Producto 7 días	\$ 1.000,00



Para analizar los costos teniendo en cuenta diferentes porcentajes de ocupación, en el gráfico número 1, se puede observar como se comportan los costos en base al porcentaje de ocupación al igual que los ingresos. El punto de inserción entre los ingresos y los costos totales es el punto de equilibrio contable, representado en el gráfico con (1), el cual se logra con una ocupación aproximada del 25%.

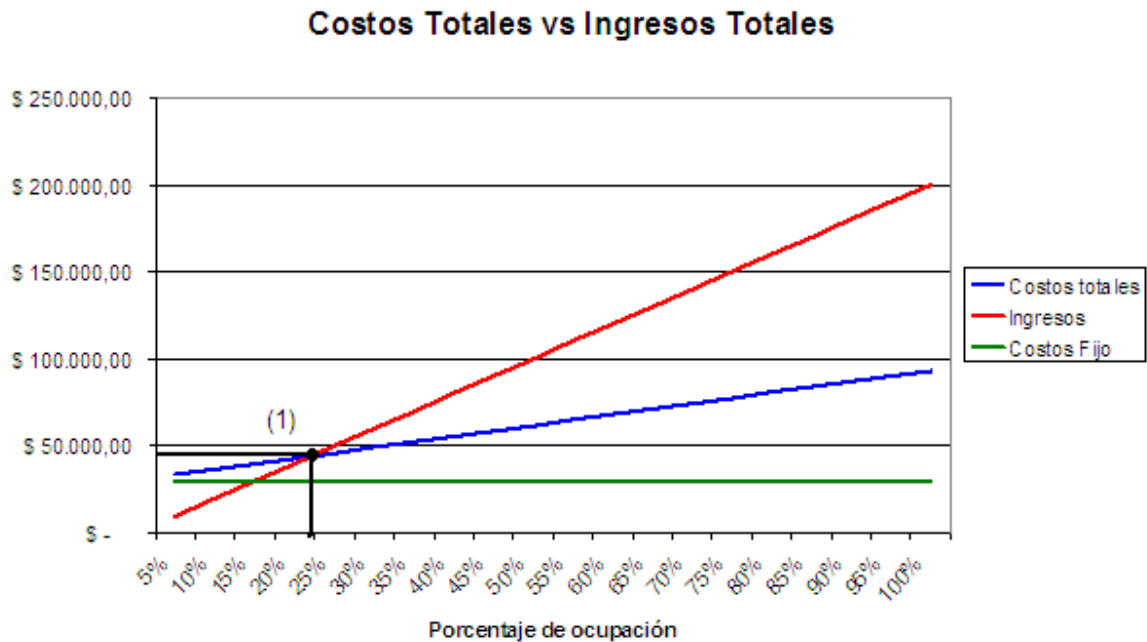


Gráfico n° 1. Análisis de costos e Ingresos. Fuente: Elaboración propia.

#### 8.4 PRECIO

Para definir la el precio al que se ofertará el producto se analizaron los precios de la competencia y los costos anteriormente vistos del centro anti-estrés. Para poder estudiar diferentes variables se trabajará con el supuesto de que el centro tiene una ocupación promedio del 60% anual.



El Diquecito Health Resort, que oferta un producto sustituto, tiene una tarifa de \$2160 por cuatro noches de alojamiento, y de \$3880 por siete noches, ambos precios por persona en base single. La Posada del Quenti, que también representa la competencia del centro anti-estrés *Espliego*, en cambio tiene una tarifa de \$2315 por cuatro noches y de \$3562 por siete noches, también en base single. Estos precios incluyen IVA.

Así, teniendo en cuenta los precios investigados, se decidió que la tarifa sería superior a la de los productos sustitutos ofertados para la misma cantidad de noches de alojamiento, ya que tanto el tratamiento como la atención serán personalizados para cada huésped.

Luego, teniendo en cuenta que los costos fijos mensuales son de treinta mil ochocientos treinta y dos (\$30.832), y una ocupación del 60% promedio, que serían doce (12) plazas ocupadas por día (trescientas sesenta ocupadas por mes), el costo fijo medio diario resulta de ochenta y seis pesos (\$86).

Los costos fijos por producto, con una ocupación del 60%, serían:

Producto 4 días	\$ 344,00
Producto 7 días	\$ 602,00

Es menester aclarar que estos costos no tienen en cuenta la alícuota general a abonar de ingresos brutos (del 3.5%) ni el impuesto a las ganancias (del 35% de los ingresos brutos).

Los siguientes precios, no incluyen IVA.

Producto	CV medio	CF medio	Costo Total	<b>Precio</b>
4 Días	\$ 580,00	\$ 344,00	\$ 924,00	<b>\$ 2.000,00</b>
7 Días	\$ 1.000,00	\$ 602,00	\$ 1.602,00	<b>\$ 3.000,00</b>



## 8.5 FLUJO DE CAJA.

Para poder realizar este punto en particular, se debió promediar el precio y los costos de los productos, así considerando los costos variables y la cantidad de días y precios ofertados se puede afirmar que:

Producto	4 Días	7 Días	Promedio (5,5 días)	Diario
CV Medio	\$ 580,00	\$ 1.000,00	\$ 790,00	\$ 143,64
Precio	\$ 2000,00	\$ 3.000,00	\$ 2500,00	\$ 554,55

Con estos datos se puede realizar un análisis de los ingresos y egresos de los primeros cinco años de funcionamiento del centro, con un 60% de ocupación promedio.

Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		1440	1440	1440	1440	1440
Impuesto Ingresos brutos		-50	-50	-50	-50	-50
<b>Ingresos Netos</b>		<b>1390</b>	<b>1390</b>	<b>1390</b>	<b>1390</b>	<b>1390</b>
Costos de personal		-192	-192	-192	-192	-192
Costos generales		-495	-495	-495	-495	-495
Costos de marketing <sup>35</sup>		-136	-136	-136	-136	-136
<b>Costos totales</b>		<b>-823</b>	<b>-823</b>	<b>-823</b>	<b>-823</b>	<b>-823</b>
Depreciación Inmuebles		-41	-41	-41	-41	-41
Depreciación Muebles		-10	-10	-10	-10	-10
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>557</b>	<b>557</b>	<b>557</b>	<b>557</b>	<b>557</b>
Impuesto a las ganancias		-195	-195	-195	-195	-195
<b>Utilidad Neta</b>		<b>362</b>	<b>362</b>	<b>362</b>	<b>362</b>	<b>362</b>
Ajustes depreciaciones		51	51	51	51	51
Inversión	-2175,39	0	0	0	0	0
Valor remanente a 10 años						1816
<b>Flujos de Fondos libres</b>	<b>-</b>	<b>413</b>	<b>413</b>	<b>413</b>	<b>413</b>	<b>2228</b>

Todas las cifras de este cuadro están dadas en miles de pesos.

<sup>35</sup> Los costos en materia de Marketing incluyen \$100 000 de presupuesto anual, y los \$3000 mensuales de la consultora de Marketing.



Este flujo de caja tiene en cuenta los ingresos y egresos que se pueden llegar a producir en el centro anti estrés. La alícuota, por ley, es del 3.5% de los ingresos. Y, contablemente la depreciación de bienes inmuebles es del 2% anual, mientras que para los bienes muebles es del 10% por año.

El impuesto a las ganancias se calcula sobre el 35% de la utilidad antes de los impuestos.

Considerando este flujo de caja, se calculó el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), para la cuál se utilizó una tasa de descuento del 15%, calculada a partir del concepto tomado de la Gerencia de Investigación del Banco Central (CEMA) , que estipula que la tasa de descuento elegida para descontar los flujos futuros es el promedio mensual de las tasas nominales anuales para depósitos a plazo fijo de 30 a 59 días, en pesos o en dólares según corresponda, que publica el Banco Central de la República Argentina en la Información diaria sobre tasas de interés pasivas contenida en los comunicados de prensa.

Así el análisis dio como resultado que:

VAN	110.15
TIR	17%

Estas cifras están dadas en miles de pesos.

El hecho de que el VAN sea mayor a cero, significa que el proyecto es rentable, porque además de tener beneficios en todos los períodos analizados, se recuperó la inversión en sólo cinco años y el costo de oportunidad del capital (en este caso sería la tasa, del 15%).

Se puede concluir que luego de cinco años, se ganarían ciento diez mil pesos más que con otra alternativa (costo de oportunidad).

La TIR, es la tasa de descuento que hace al VAN igual a cero. En este caso, al ser del 17% (por lo tanto mayor que la tasa de descuento) el proyecto es aceptable.



### 8.6 SENSIBILIZACIÓN DE VARIABLES.

Para poder conocer como afectaría un cambio del escenario a los flujos de caja se decidió estudiar la variable que, a simple vista, más afectaría los rendimientos del complejo: el porcentaje de ocupación.

Por este motivo, se decidió calcular diferentes VAN y TIR, según el porcentaje de ocupación. Los resultados fueron:

Porcentaje de ocupación	VAN	TIR
20%	\$ -1.169.718,71	0%
40%	\$ -486.328,68	7%
60%	\$ 110.150,05	17%
80%	\$ 714.260,07	27%
100%	\$ 1.699.102,35	26%

Como se puede observar los cambios de los valores son notorios, por lo que la afirmación antes realizada de que la ocupación afecta los ingresos de la empresa es cierta.

Así se puede concluir que es de suma importancia concentrar los esfuerzos de la empresa, en materia de comunicación y marketing, en lograr que la ocupación promedio sea, como mínimo, del 60%.



## 9. CONCLUSIONES.

Al momento de realizar el siguiente trabajo, me propuse desarrollar una modalidad de alojamiento diferente, que combinara la prestación de un servicio básico, el alojamiento con un tratamiento médico.

Luego de investigar diferentes trastornos, como quemaduras, enfermedades de transmisión sexual, entre otras, el estrés surgió como la alternativa más viable, no sólo por la cantidad de personas afectadas por esta patología existente en la Argentina, si no también porque el turismo parece una de las respuestas más adecuadas si se está buscando reducir los efectos que genera. Además, al buscar información sobre tratamientos turísticos existentes que trataran este mal, descubrí que, si bien la oferta es amplia, se concentra en la reducción de los efectos, pero nunca en las causas. Por este motivo, decidí centrar mis esfuerzos en crear un tratamiento que intentara prevenir la reaparición del estrés, y que, de alguna manera, el resultado relacionara el tratamiento con el turismo.

Lo siguiente a resolver era el lugar ideal para localizar el emprendimiento, porque, citando a mi profesor de productos turísticos, Fernando Bonelli, el éxito de un emprendimiento turístico depende de tres variables: ubicación, ubicación y ubicación. Por este motivo, comencé a indagar sobre diferentes destinos turísticos en la Argentina. Larroudé y Río Colorado en La Pampa, parecían dos soluciones ideales, pero, la falta de información y la distancia, hicieron que tuviera que considerar una opción que me sugirieron: La Cumbrecita. Así fue que me encontré con un pueblo peatonal, que poseía todo lo necesario para desarrollar un emprendimiento de este tipo: tranquilidad, ambiente libre de contaminación, belleza paisajística e imagen de prestigio en todo el país.

De esta manera, surge el proyecto del centro anti-estrés *Espliego* en La Cumbrecita, Córdoba.

Para llevar a cabo este tipo de emprendimiento es de suma importancia prestarle atención a los detalles, ya que los mismos son la esencia de la oferta. La



decoración, el parque, el personal, la música funcional, entre otras cosas, son aspectos que no deben dejarse de lado al momento de entregarle el producto al cliente.

Si bien la inversión inicial es alta, si se logra alcanzar una ocupación media del 60% anual, el proyecto resulta altamente rentable, pero, es importante no dejar de lado el mantenimiento y la mejora continua de las instalaciones, ya que esto resulta trascendental para ofertar un producto de calidad a los huéspedes.

Sería interesante plantear al centro anti-estrés como un centro de capacitación para empresas sobre el estrés. El hecho es que la única capacitación que se puede ofrecer hoy en día es el post grado en seguridad e higiene laboral, en el cuál se estudia el estrés laboral, como afecta al empleado y como se puede remediar. Verdaderamente creo que este es un nicho del mercado que se puede explotar en un futuro cercano, ya que las instalaciones del centro son aptas para hacerlo.







## 10. BIBLIOGRAFIA

- KOTLER, PHILIP; *Dirección de Marketing*; Prentice Hall; México DF; 2000.
- SANCHO, AMPARO; *Introducción al Turismo*; OMT; Madrid; 1998.
- BALANZÁ, ISABEL; *Organización y Control del Alojamiento*; Paraninfo; Valencia; 2000.
- GONZALES, L. Y TALON, P.; *Dirección hotelera. Operaciones y procesos*; Síntesis; Madrid; 2002.
- MARTINEZ-TUR, VICENTE; *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*; Síntesis; Madrid; 2000.
- SAPAG CHAIN, NASSIR; *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*; Prentice Hall; Buenos Aires; 2003.
- SAPAG CHAIN, N. y R; *Preparación y evaluación de proyectos*; Mc Graw Hill; 2005.
- DALMAGRO, MARIA CRISTINA; *Cuando de textos científicos se trata...;* Comunicarte; Córdoba; 2000.
- ROCHA, CASANUEVA Y OTROS; *Gestión de alojamientos turísticos*. Pirámide.
- FARRER VELAZQUEZ, LOZANO Y OTROS; *Manual de ergonomía*. Fundación MAPFRE; Madrid; 1994.
- CERRA, J Y OTROS; *Gestión de producción de alojamientos y restauración*; Síntesis; Madrid; 1991.
- MANKIW, GREGORY ; *Principios de Economía*; Mc Graw Hill; Madrid; 1998.

## DOCUMENTOS OFICIALES



• CORDOBA; *Boletín Oficial de la provincia*; año LXXXVIII; tomo CDXXXIV; N° 175 (12/03/2000).

• LA CUMBRECITA; *Plan de uso público. Reserva natural de uso múltiple*. Año 2006.

• CORDOBA; *Ley impositiva 9350*; año 2007.

#### WEBS CONSULTADAS

- [es.wikipedia.org/wiki/Servicios](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicios)
- [perso.wanadoo.es/aniorte\\_nic/apunt\\_psicolog\\_salud\\_6.htm](http://perso.wanadoo.es/aniorte_nic/apunt_psicolog_salud_6.htm)
- [www.aidex.es/estres/articuloseloisa/eloisa2.htm](http://www.aidex.es/estres/articuloseloisa/eloisa2.htm)
- [www.contusalud.com/website/folder/sepa\\_tratamientos\\_stress.htm](http://www.contusalud.com/website/folder/sepa_tratamientos_stress.htm)
- [www.cdc.gov/spanish/niosh/docs/99-101sp.html](http://www.cdc.gov/spanish/niosh/docs/99-101sp.html)
- [www.elo.utfsm.cl/~elo302/Marketing%20lusm2004.ppt#1](http://www.elo.utfsm.cl/~elo302/Marketing%20lusm2004.ppt#1)
- [www.lacumbrecita.gov.ar](http://www.lacumbrecita.gov.ar)
- [www.cba.gov.ar/imagenes/fotos/leyimpositiva2007.pdf](http://www.cba.gov.ar/imagenes/fotos/leyimpositiva2007.pdf)
- [www.cema.edu.ar](http://www.cema.edu.ar)
- [www.database.interlink.com.ar/dalessio](http://www.database.interlink.com.ar/dalessio)
- [www.empresaludng.com.ar/index.php?idedicion=6&idseccion=3&idnoticia=126](http://www.empresaludng.com.ar/index.php?idedicion=6&idseccion=3&idnoticia=126)
- [www.gtar.com.ar](http://www.gtar.com.ar)
- [www.villaaurea.it](http://www.villaaurea.it)
- [/www.giacobbeabc1.com.ar](http://www.giacobbeabc1.com.ar)
- [www.aam-ar.com](http://www.aam-ar.com)



**ANEXOS**





## 11. ANEXOS

### 11.1 ANEXO 1: GUIA DE PAUTAS

#### Psicólogo

1. Presentación del proyecto.
2. Puesto/Función/ Antigüedad.
3. ¿Esta familiarizado con el tema? ¿Qué información podría brindar sobre el estrés?
4. ¿Que actividades tendría que incluir el centro anti estrés?
5. ¿Qué características generales deberían poseer las personas a las cuales se les ofertará este producto?
6. ¿Cuáles son las herramientas utilizadas para medir el estrés?

#### Ingeniero en construcción especializado en Seguridad e Higiene laboral

1. Presentación del proyecto.
2. Puesto/Función/ Antigüedad.
3. ¿Esta familiarizado con el tema? ¿Qué información podría brindar sobre el estrés?
4. En cuanto a los empleados, ¿qué tipo de capacitación y tratamiento recomienda para evitar su estrés y que estén correctamente informados con respecto al tema?
5. En cuanto al edificio, ¿Cómo debe estar diseñado y que instalaciones debe poseer?
6. Pedir presupuesto.

#### Asesor de desarrollos inmobiliarios

1. Presentación del proyecto.



2. Puesto/Función/ Antigüedad.
3. ¿Cómo definiría la situación actual de Córdoba?
4. ¿Qué sector ha crecido y va a crecer más?
5. ¿Qué zona proyecta un mayor crecimiento?

Licenciado en Administración Hotelera

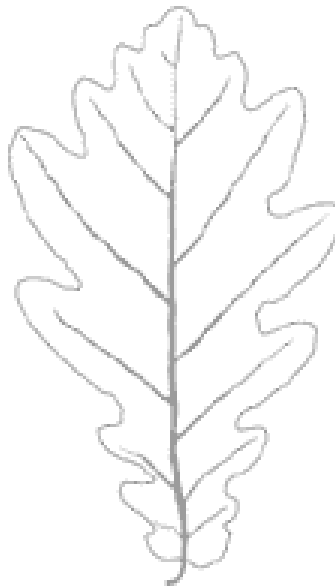
1. Presentación del proyecto.
2. Puesto/Función/ Antigüedad.
3. ¿Qué encuentra positivo con respecto al proyecto?
4. ¿Qué encuentra negativo?
5. ¿Qué método de comercialización aconseja?
6. ¿Cómo recomendaría fijar el número de plazas?
7. ¿Cómo recomendaría fijar el precio?
8. ¿Cuál es el segmento más propicio para ofertar este producto?

Persona de la Secretaria de Turismo de la Cumbrecita

1. Presentación del proyecto.
2. Puesto/Función/ Antigüedad.
3. ¿Cuál es el equipamiento y la infraestructura que posee la zona?
4. ¿Qué características generales poseen los turistas/excursionistas de la zona?
5. ¿Qué cree que precisa la comuna para posicionarse mejor y crecer?



6. ¿Qué información estadística puede brindar?
7. ¿Qué zona cree UD. La más propicia para localizar el emprendimiento?
8. ¿Qué requisitos legales hay que cumplimentar para poder abrir un emprendimiento de este tipo?
9. Solicitar información estadística e impositiva.





---

## 11.2 ANEXO 2: CUESTIONARIO A REALIZAR A EMPRESARIOS DE LA CUMBRECITA

### Información sobre La Cumbrecita

- ¿Cuál cree usted que es la característica más importante de la comuna para atraer turistas?
- ¿Cuál es la mayor deficiencia que tiene La Cumbrecita?
- ¿Cómo ve el crecimiento económico de los últimos años? ¿Aumentaron las inversiones? ¿En que área?
- ¿Qué necesita la comuna para poder crecer más?
- Sobre la hotelería, ¿Cuál es su opinión?
- ¿Cómo cree que afectará a la zona el asfaltado de la ruta?

### Información sobre la demanda

- ¿Cuáles son las características generales de los turistas de la cumbrecita? (edad, procedencia, estado civil, nivel socioeconómico)
- De los visitantes que se aproximan a la zona, ¿qué porcentaje estima Ud. Que se hospeda y dónde? (hoteles, cabañas, hosteles, etc.)
- ¿Qué consumen los turistas? (en cuanto a excursiones, restauración, productos regionales, etc.)
- ¿Cuál es su porcentaje de ocupación anual?
- ¿Cuál es el promedio de noches de estadía de los huéspedes?
- ¿Cuáles son los meses de mayor ocupación? ¿ y de menor?



11.3 ANEXO 3: RESPUESTAS GUIAS DE PAUTAS

		Respuesta
PSIÓLOGO	Estrés	El estrés, es un fenómeno psicosocial, resultado de una serie de demandas excesivas o inusuales que amenazan a la persona. El intento de dominar la situación lleva a una perturbación en el individuo. La psicóloga, entrego diferentes artículos, publicados en revistas e Internet, sobre el tema. Los cuales fueron utilizados a lo largo del trabajo, con sus correspondientes citas bibliográficas.
	Actividades a incluir en centro	Recomendó la incorporación de diferentes técnicas de relajación como masajes, yoga y ejercicios respiratorios. Además de una alimentación sana y ejercicios físicos, como caminatas y recorridos en bicicleta.
	Características clientes potenciales	Hombres y mujeres de negocios preocupados por el trabajo diario, de grandes ciudades (donde la contaminación sonora y la agitada vida es fuente de grandes tensiones), y sus respectivas parejas.
	Herramientas de medición del estrés	Existen diferentes métodos para medir es estrés, pero para poder aplicarlos es necesario contar con los conocimientos teóricos necesarios. Los mas conocidos son: La auditoria del estrés de Boston, el cuestionario LES, y el inventario de estados de angustia, entre otros.
INGENIERO	Estrés	Lo definió como carga y fatiga mental, producto de la rutina.
	Capacitación y para tratamiento empleados	Recomendó el libro "Manual de Ergonomía", de la fundación MAPFRE.

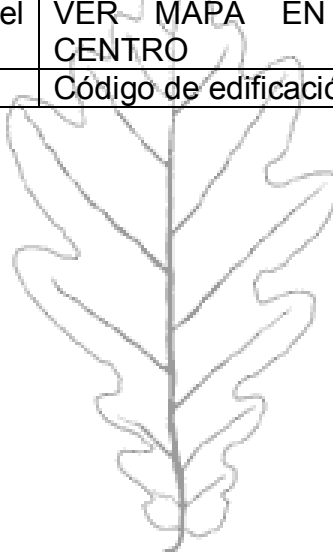




	Diseño edilicio e instalaciones	El diseño edilicio propuesto se encuentra en el Anexo .
	Presupuesto	El presupuesto para este proyecto, se encuentra en el Anexo .
ASESOR	Situación de Córdoba	La provincia de Córdoba presenta un crecimiento del 8%, pero, si bien, se presenta una mejora económica a nivel general, la provincia se encuentra debajo de los estándares nacionales. No es una provincia autónoma, ya que depende de coparticipaciones con otras provincias, y con el gobierno nacional. En cuanto a la financiación, para Pymes y personas comunes, es muy difícil acceder a créditos. La generación de empleo, es una cuenta pendiente, reemplazada por los planes trabajar, con sus nefastos efectos. Con respecto al cuidado del medio ambiente a nivel social crece la toma de conciencia, pero no a nivel político, si bien existe mayor información, no se toman medidas para mitigar problemas.
	Sectores en crecimiento	Comercial y turístico, el área industrial también, pero en menor medida.
	Zonas en crecimiento	El Sur de la provincia, es el área que mas creció, gracias al sector industrial y agropecuario. La zona del valle de Calamuchita y el valle de Punilla presentan un gran crecimiento gracias al turismo.
ESPECIALISTA EN TURISMO Y CONOCEDOR DE LA ZONA	Positivo del proyecto	La zona es idónea para un proyecto de este tipo.
	Negativo del proyecto	Va a ser difícil desligar la imagen de spa con la que se relacionará el centro.
	Características necesarias	Debe adecuarse al código edilicio de la zona.
	Segmento	Clase media, media alta.
	Número de plazas	Tiene que estar acorde a la oferta, si la oferta quiere ser especializada el número de plazas debe ser reducido.
	Perfil de turistas de la Cumbrecita	Turistas de clase media alta, de grandes ciudades, mayores de 40 años. Parejas sin hijos.



	Opinión sobre los movimientos turísticos	Según datos hoteleros las pernoctaciones están en 2.5 días por persona, y el porcentaje de ocupación relaciona los datos de visitación con el número de plazas disponibles.
SECRETARIA DE TURISMO	Equipamiento e infraestructura de la zona	En plan de Uso Público.
	Características de visitantes	Clase media/alta, parejas mayores que buscan tranquilidad, provenientes en su mayoría de Buenos Aires.
	Falencia de la comuna	La falta de actividades recreativas, como la nocturna, impiden que se atraigan nuevos segmentos, de gente más joven.
	Información estadística	Se entregaron diferentes cuadros con datos de distintos períodos.
	Zona para localizar el emprendimiento	VER MAPA EN LOCALIZACIÓN DEL CENTRO
	Requisitos Legales	Código de edificación





---

#### 11.4 ANEXO 4: RESPUESTAS CUESTIONARIOS REALIZADOS A EMPRESARIOS.

- ¿Cuál cree usted que es la característica más importante de la comuna para atraer turistas?

El tipo de construcción alpina centroeuropea, la vegetación, el hecho de que es el único pueblo peatonal, también el estar inserto en una reserva de usos múltiples y ser el pueblo más alto de Córdoba.

- ¿Cuál es la mayor deficiencia que tiene La Cumbrecita?

La falta de servicios y de infraestructura

- ¿Cómo ve el crecimiento económico de los últimos años?  
¿Aumentaron las inversiones? ¿En que área?

El crecimiento económico ha incrementado y las inversiones también, pero no van de la mano del crecimiento de la demanda.

En los últimos 5 años se han construido unos 5 complejos de cabañas, y uno de locales.

Las inversiones son siempre en el área de turismo, debido que el 95% del pueblo vive de ello.

- ¿Qué necesita la comuna para poder crecer más?

Aumentar los ingresos, debido a que la población estable y que paga impuestos es muy poca.

Más inversiones en materia de servicios públicos.

Mayor desarrollo hotelero.

- Sobre la hotelería, ¿Cuál es su opinión?

La hotelería además de ser insuficiente es de baja calidad ningún hotel llega a las 3 estrellas y se necesitan otros tipos de hospedajes para cubrir otras demandas, como ser hostels, posadas, hoteles de mayor categorías, etc.



- ¿Cómo cree que afectará a la zona el asfaltado de la ruta?

Depende mucho de los habitantes de la comuna, de cómo saber aprovechar y contrarrestar el crecimiento del afluente turístico.

Establecer normas para que el crecimiento sea ordenado.

## INFORMACIÓN SOBRE LA DEMANDA

- ¿Cuáles son las características generales de los turistas de la cumbrecita?  
(edad, procedencia, estado civil, nivel socioeconómico)

La mayoría de la gente que viene a hospedarse por lo general son familias tipo y parejas, en temporada alta provienen de Buenos Aires y en temporada baja provienen de Córdoba capital, todavía no hay gran afluente de turismo extranjero.

Por lo general es gente de un nivel socioeconómico medio/alto.

- De los visitantes que se aproximan a la zona, ¿qué porcentaje estima UD. que se hospeda y dónde? (hoteles, cabañas, hosteles, etc.)

La mayoría en cabañas. En cuanto a porcentaje de personas que se hospedan ninguno de los entrevistados supo responder.

- ¿Cuál es su porcentaje de ocupación anual?

Las respuestas fueron %100 en alta, %50 en baja.

- ¿Cuál es el promedio de noches de estadía de los huéspedes?

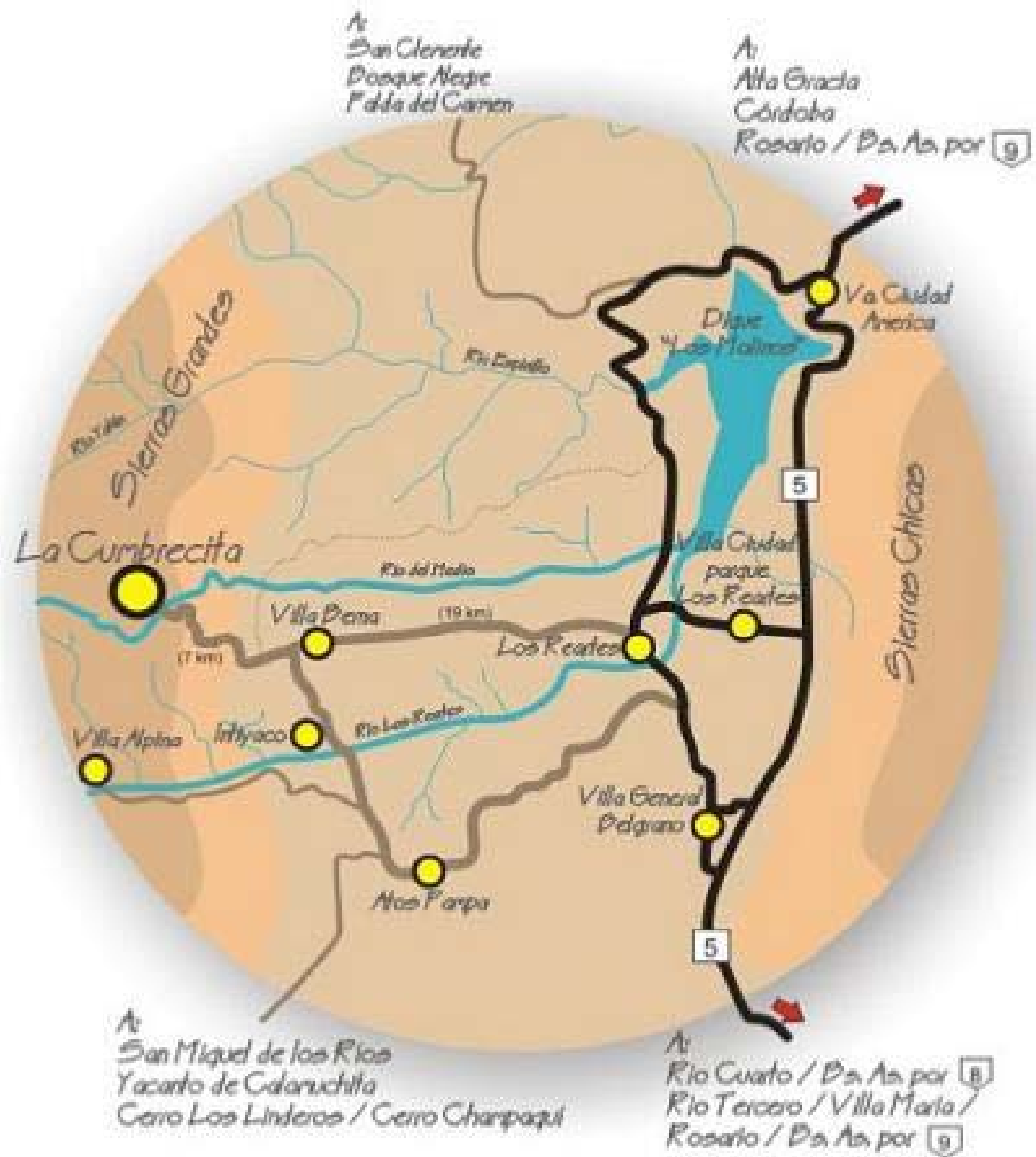
El promedio es de unas 3 ó 4 noches de estadía.

- ¿Cuáles son los meses de mayor ocupación? ¿ y de menor?

Los meses de menor ocupación son Mayo (salvo el fin de semana largo), Septiembre y Noviembre. Los de mayor son Enero, Febrero, Julio, Octubre y semana santa, también algunos fines de semana largo como ser el del 25 de mayo, 17 de agosto fueron mencionados.



11.5 ANEXO 5: MAPA DE ACCESOS A LA CUMBRECITA





---

## 11.6 ANEXO 6: SÍNTESIS CONTENIDOS DEL PLAN DE USO PÚBLICO DE LA CUMBRECITA.

Zona de reserva provincial de uso múltiple “La Cumbrecita”

### Objetivos

Objetivos generales del plan de uso público:

1. Consolidar a la cumbrecita como destino turístico.
2. Garantizar la sustentabilidad del desarrollo turístico.
3. Garantizar la sustentabilidad de la reserva de uso múltiple.

Objetivos particulares:

1. Programar las actividades turísticas.
2. Programar los servicios turísticos.
3. Ordenar la prestación de servicios en función de garantizar la calidad.
4. Programar la expansión urbanística vinculada a la expansión turística.
5. Conservar los recursos naturales y culturales poniéndolos en valor.

#### *1.Relevamiento de recursos*

1.1. Relevamiento de recursos naturales:

A) caracterización: 1) geomorfológica y 2) hidrológica

B) caracterización climática

1.1.1. Relevamiento de formaciones vegetales

1.1.2. Relevamiento de especies de fauna



1.1.3. Relevamiento de especies de flora

1.2. Relevamiento de recursos culturales

1.3. Planta turística:

A) Relevamiento y categorización de equipamiento turístico

B) Relevamiento y categorización de instalaciones turísticas

1.4. Infraestructura:

1.5. Servicios turísticos:

*2. Análisis de usos históricos y actuales*

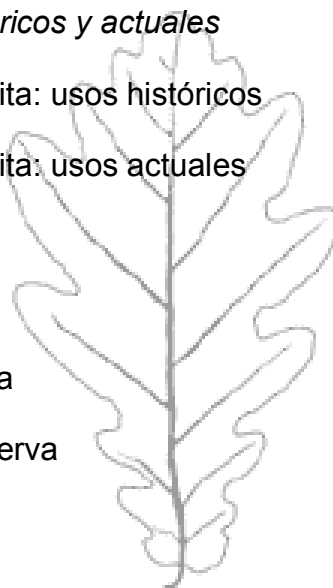
2.1. La cumbrecita: usos históricos

2.2. La cumbrecita: usos actuales

*3. Zonificación*

3.1. Zona urbana

3.2. Zona de reserva





11.7 ANEXO 7: RELEVAMIENTO DE ATRACTIVOS

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	OBSERVACIONES
La Cascada	sitio natural	caída de agua		
La Olla	sitio natural	Río		
Lago de Las Truchas	sitio natural	Río		
Tres Cascadas	sitio natural	caída de agua		
Lago Esmeralda	sitio natural	Lago		
Remanso Negro	sitio natural	Río		
Paseo del Indio	sitio natural	Paseo pintoresco		
Cerro Wank	sitio natural	Montaña	Sierra	
La Gruta	sitio natural	Montaña / paseo pintoresco	Sierra	
Cascada Abanico	sitio natural	caída de agua/ paseo pintoresco	Sierra	
La Lagunita	sitio natural	Montaña / paseo pintoresco	valles quebradas	y
El Duraznito	sitio natural	Montaña / paseo pintoresco	valles quebradas	y atractivo cultural
Vallecito de Abedul	sitio natural	Montaña / paseo pintoresco	valles quebradas	y
Cascada Escondida	sitio natural	Montaña / paseo pintoresco	valles quebradas	y
Los Calabozos	sitio natural	Montaña / paseo pintoresco	valles quebradas	y
Pozo Las Cabras	sitio natural	Río		
Río subterráneo	sitio natural	Río		
Los Cajones	sitio natural	Montaña	Sierra	
Cerro Corona	sitio natural	Montaña / paseo pintoresco	Sierra	
Casas Viejas	sitio natural	Paseo pintoresco		
Cerro Cristal	sitio natural	Montaña	Sierra	
Cerro Champaquí	sitio natural	Montaña	Alta montaña	
Pueblo histórico	manifest. Cultural	Lugar histórico		
Capilla ecuménica	manifest. Cultural	Obras de arte	arquitectura	
cementerio	manifest. Cultural	Lugar histórico		
La Fuente	manifest. Cultural	Obras de arte	arquitectura	
Plaza de Ajedrez	manifest. Cultural	Obras de arte	arquitectura	
Museo de Minerales	manifest. Cultural	Museos		
Plaza de los Pioneros	manifest. Cultural	Obras de arte	arquitectura	
Rancho Juvencio	manifest. Cultural	Lugar histórico		





11.8 ANEXO 8: EQUIPAMIENTO

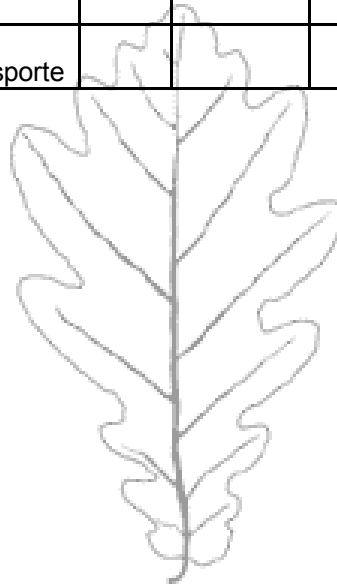
Nombre o razón social	Rubro	Tipo	Cat.	Empleados	Nº Plazas	Características	Antigüedad
La Colina Suites	Alojamiento	suites	suites	dos	6	3 suites	1 año
Hotel Cumbrecita	Alojamiento	Hotel		siete	91		63 años
Las Verbenas	Alojamiento	Hotel	ns/nc	cinco	65		78 años
Cascadas	Alojamiento	Hotel	2 *	ns/nc	45	deptos 2 y 3	55 años
Solares Cumbrecita	Alojamiento	Hotel	3 *	nueve	32		2 meses
Hotel Panorama	Alojamiento	Hotel					reiniciar
Terra Nostra	Alojamiento	Cabañas		cuatro	40		6 años
Ruca Alihuen	Alojamiento	Cabañas		uno	14	4 cabañas	1 año
Cerro Cumbrecita	Alojamiento	Cabañas		dos	23	5 cabañas	6 años
del Fiume	Alojamiento	Cabañas			10		4 años
Los Abedules	Alojamiento	Cabañas			15		15 años
Nirvana	Alojamiento	Cabañas			11		15 años
Cabañas Waldhutzen	Alojamiento	Cabañas		uno	15	3cabx4+1cabx7	4 años
Cabañas Cerro Cristal	Alojamiento	Cabañas		tres	20	5cabx2+2cabx2+1cabx4	8 años
Cabañas de la Compañía	Alojamiento	Apart Hotel		cuatro	20	7cab=4cabx2+3cabx4 ó 6	6 años
Cabañas ANAN	Alojamiento	Cabañas		uno	6	1cabx2+1cabx4 ó 6	1 año
Cabañas Ruca Alihuen	Alojamiento	cabañas			6		2 año
Cabañas Río Manso	Alojamiento	Cabañas	s/cat.	tres	6	2cabx4+2cabx6	2 años
Tolhuin	Alojamiento	Cabañas			10		12 años
Cabañas Pefka	Alojamiento	Cabañas	s/cat.	dos	8	2cabx4	
Cabañas Amancay	Alojamiento	Cabañas					16 años
Cabañas Ingelein	Alojamiento	Cabañas			8		
Aguas Claras	Alojamiento	Cabañas					
Casa Rosita	Alojamiento	hospedaje		tres	8		8 años



	o						
El Ceibo	Alojamiento	Hospedaje		tres	6	3 hab.	
Kuhstall	Alojamiento	Hospedaje			4		3 años
La Campana	Alojamiento	Hospedaje			6		
Casa Milo	Alojamiento	hospedaje					14 años
La Cumbrecita	Gastronomía	Panadería		dos			5 años
Ohne Sorgen	Gastronomía	Restaurante		nueve	90 tenedores		37 años
Bar Suizo	Gastronomía	Restaurante		seis	80 tenedores		65 años
Liesbeth	Gastronomía	Restaurante		cuatro	70 tenedores		21 años
El Puente	Gastronomía	Restaurante					6 años
La Colina Suites	Gastronomía	Restaurante					13 años
El Encuentro	Gastronomía	Restaurante					9 años
El Paseo	Gastronomía	Restaurante					31 años
Minibar	Gastronomía	Restaurante					2 años
La Rok	Gastronomía	Restaurante					3 años
La Costa	Gastronomía	Restaurante					20 años
El Cañizo	Gastronomía	Restaurante					1 año
Fritz 41	Gastronomía	Restaurante					7 meses
Amancay	Gastronomía	Cafetería		dos	20 tenedores		1 año
Raices	Comercio	Artesanías		uno			39 años
La botica de Marianne	Comercio	Boutique		uno			6 años
La Cumbrecita	Comercio	farmacia		ns/nc			20 años
La Cumbrecita	Comercio	Kiosco		dos			3 años
Walheim	Comercio	Ramos generales		uno			40 años
La Cumbrecita	Comercio	Regionales		uno			3 1/2 años
Artesano	Comercio	Artesanías		uno			4 años
La Campana	Comercio	Kiosco		uno			2 años
Raku	Comercio	Artesanía		uno			ns/nc



		s					
El Palenque	Comercio	Artesanía s		uno			
La Cumbrecita	Comercio	Panadería					
Rancho Grande	Comercio	Proveeduría					
Am Hang	Comercio	Regionales					
La Posada de los Duendes	Comercio	Artesanía s					
Telecabinas sierras	Comercio	quiniela/te					
Museo de Minerales	Museo	Museo					
Viviendo Montañas/ Travesías sin riesgos	excursion es	excursion es					
Pájaro Blanco	Transporte	transporte					





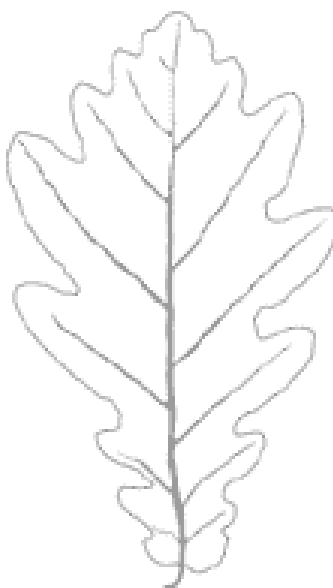
11.9 ANEXO 9: OPERADORES

Excursiones a La Cumbrecita			
Empresa	Saliendo desde	Tel	Web
Cumbrecitaviajes	Villa Gral Belgrano	(03546) 461248	-
Friedrich Servicios Turisticos	Villa Gral Belgrano	(03546) 461372	-
Transporte Diferencial Pajaro Blanco	Villa Gral Belgrano Sta Rosa Calamuchita	(03546) 461709	-
Transporte de la Villa	Villa Gral Belgrano	(03546) 462464	-
Aventurismo	Villa Gral Belgrano	(03546)15659999	-
Grandes Lagos	Santa Rosa de Calamuchita	(03546) 429929	-
Champaqui	Santa Rosa de Calamuchita	(03546) 420628	-
Colotur	Villa Carlos Páz	(03541) 420069	-
Cacho López	Villa Carlos Páz	(03541) 427561	-
Baricar	Villa Carlos Páz	(03541) 423143	-
Arequito	Villa Carlos Páz	(03541)15621239	-
Viasa	Villa Carlos Páz	(03541) 421672	-
Quirtour	Villa Carlos Páz	(03541) 423243	-
Excursión Argentina	La Falda	(03548) 423068	-
La Falda	La Falda	(03548) 423409	-
Barra	Embalse de Rio Tercero	(03571) 485675	-
Masucco	Embalse de Rio Tercero	(03571) 424534	-
Pupos Tours	Embalse de Rio Tercero	(03571) 485059	-

Empresas de Transporte de Larga Distancia hasta Villa General Belgrano					
Empresa	Saliendo desde	Ventanilla	TEL	Tel en Villa	Web
Chevallier	Retiro (Bs.As)	67-71	4314-5555	(03546)461348	-
Valle de Calamuchita	Retiro(Bs.As)	86	4313-2085	(03546)461343	-



Sierras Cordobesas	Retiro(Bs.As)	89	4314-9488	(03546)462604	-
TUS	Retiro(Bs.As)	92	4312-3659	(03546)462616	-
San Juan -					
Mar del Plata	Retiro(Bs.As)	87	4312-4960	(03546)461701	-
Monticas	Rosario(Sta Fe)	13/14	439-5894	(03546)461343	-





---

#### 11.10 ANEXO 10: DETALLES A TENER EN CUENTA AL MOMENTO DE DISEÑAR UN MENÚ PARA AYUDAR A COMBATIR EL ESTRÉS.

- Se debe mantener el nivel de glucosa estable. Una consideración dietética importante es evitar las variaciones en la glicemia (nivel de glucosa en sangre). Para ello, no deben faltar de la alimentación diaria alimentos ricos en carbohidratos complejos como: pan, arroz y otros cereales, frijoles, pasta, papa, plátano.

- Respetar los horarios de las comidas. Este punto es fundamental para mantener en orden el cuerpo y la mente, para evitar que el estrés afecte el estómago, defensas y sistema nervioso. Además, también es beneficioso el comer menos pero con mayor frecuencia, sin sobrecargar al organismo con pesadas digestiones.

- Consumir alimentos ricos en triptofano. La producción cerebral de serotonina, necesaria para mejorar el estado anímico, es muy sensible a la dieta. El aumento se debe a una mejor absorción del aminoácido triptofano. Las fuentes dietéticas de triptofano más importantes son: carnes rojas, pescados, leche y derivados, huevos, nueces, almendras, plátano y lechuga.

- Incluir diariamente al menos una ensalada al día y dos frutas frescas. Estos alimentos constituyen las principales fuentes de vitamina C. Las necesidades de esta vitamina aumentan en caso de estrés de cualquier tipo. Además, este nutriente estimula las defensas, lo cual resulta muy conveniente en caso de estrés.

- Reducir sustancias tóxicas y excitantes como las bebidas estimulantes, bebidas alcohólicas, cafeína, tabaco, entre otras. Los productos estimulantes, excitan pero no nutren, y aunque momentáneamente pueden proporcionar una cierta ayuda, su uso continuado acaba produciendo desgaste nervioso, agotamiento y falta de adaptación al estrés.



## **11.11 ANEXO 11: CÓDIGO EDILICIO**

INDICE DE CONTENIDOS UTILIZADOS

CAPÍTULO 1: NORMAS GENERALES.

1.1 NORMAS GENERALES

1.2 TRAMITACIONES Y AUTORIZACIÓN COMUNAL

1.3. INSPECCIONES DE OBRA

1.4. PENALIDADES

1.5. CARTEL DE OBRA

CAPÍTULO 2: ZONIFICACIÓN.

CAPÍTULO 3: NORMAS VOLUMÉTRICAS Y LÍNEAS

3.1. LÍNEAS

3.2. CERCAS Y ACERAS

3.3. SUPERFICIE EDIFICABLE

CAPÍTULO 4: NORMAS FUNCIONALES Y DE HABITABILIDAD

4.1. DE LOS EDIFICIOS

4.2. DE LOS LOCALES

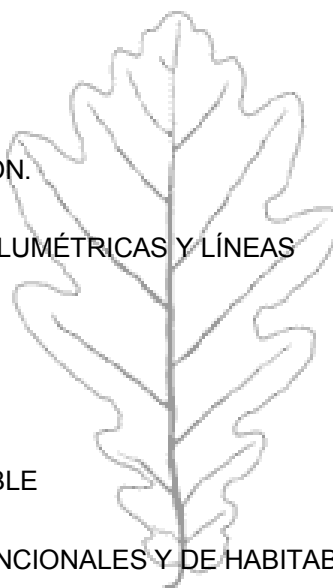
4.3. DOTACIÓN SANITARIA

4.4. DE LOS EDIFICIOS EXISTENTES

CAPÍTULO 5: MEDIOS DE EGRESO

5.1. CONDICIONES GENERALES

5.2. EDIFICIOS MIXTOS





5.3. CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE EGRESO

5.4. GALERÍAS COMERCIALES

CAPÍTULO 6: NORMAS DE SEGURIDAD

6.1. DE LA EJECUCIÓN DE LAS OBRAS

CAPÍTULO 7: NORMAS CONSTRUCTIVAS

CAPÍTULO 8: DE LAS INSTALACIONES

CAPÍTULO 9: FRACCIONAMIENTO DE TIERRA

9.1. TRAZADO DE LA RED VIAL

9.2. INFRAESTRUCTURA

9.3. ESPACIOS AFECTADOS AL USO COMÚN

9.4. DISPOSICIONES GENERALES

9.5. TAMAÑO DE LOTES Y PARCELAS

9.6. MENSURA Y AMOJONAMIENTO

9.7. SUBDIVISIONES

9.8. PROCEDIMIENTO

9.9. DEL TRÁMITE DE APROBACIÓN DE FRACCIONAMIENTOS

9.10. DE LAS INFRACCIONES Y SUS PENALIDADES

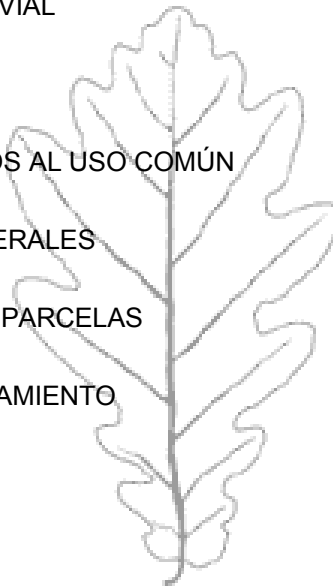
9.11. URBANIZACIONES ESPECIALES

CAPÍTULO 10: FORESTACIÓN

CAPÍTULO 11: MODALIDADES DE ALOJAMIENTO

11.1. Concepto básico de alojamiento transitorio

11.1.1. Clases de establecimientos







11.1.2. Conceptos básicos referidos a tipologías de unidades de alojamiento

11.1.3. Requisitos generales

11.1.4. Requisitos particulares de la clase hotel

11.1.5. Especificaciones para la clase apart hotel

11.1.6. Especificaciones para la clase hostería y/o posada

11.1.7. Especificaciones para la clase hostel

11.1.8. Especificaciones para la clase residencial

11.1.9. Especificaciones para la clase albergue

11.1.10. Especificaciones para la clase cabañas

11.1.11. Conjunto de casas y/o departamentos

11.1.12. Especificaciones para la clase complejo turístico

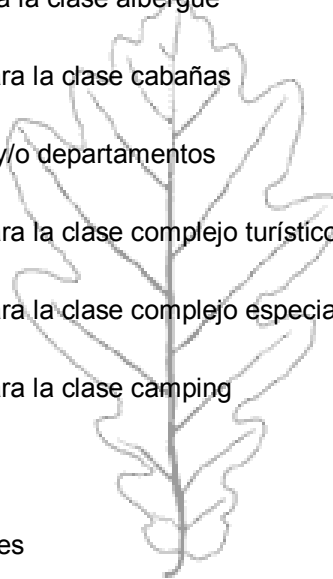
11.1.13. Especificaciones para la clase complejo especializado

11.1.14. Especificaciones para la clase camping

11.2. Vivienda Permanente

11.2.1. Viviendas unifamiliares

11.2.2. Departamentos





11.12 ANEXO 12. PRESUPUESTO DE EDIFICACIÓN DEL CENTRO.

**PROPIETARIO:** Sergio Pechin

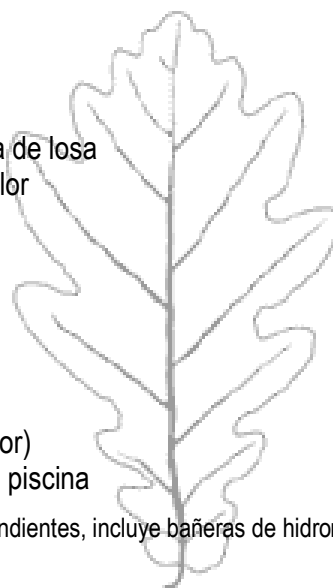
**OBRA:** Construcción centro anti-stress.

PRESUPUESTO

Para construir un edificio según anteproyecto adjunto, con una superficie cubierta de 974 m<sup>2</sup> , semi cubierta de 39.24 m<sup>2</sup> , piscina de 38.6 m<sup>2</sup> , incluyéndose en éste el amoblamiento y decoración necesarios para la puesta en marcha inicial de este complejo hotelero.

**Incluye:**

- Estructura
- Contrapisos
- Aislaciones
- Mampostería
- Revoques interiores y exteriores
- Cubierta plana losa
- Cubiertas madera y teja
- Cieloraso yeso aplicado en cubierta de losa
- Aberturas de aluminio anodizado color
- Vidrios
- Instalaciones de agua fría y caliente
- Desagües cloacales
- Desagües pluviales
- Instalación de gas natural
- Instalación eléctrica
- Aire acondicionado central (frío / calor)
- Sistema purificación y climatización piscina
- Artefactos sanitarios y accesorios correspondientes, incluye bañeras de hidromasaje
- Artefactos cocinas
- Calderas
- Pintura
- Instalación Sauna
- Máquinas gimnasio



Zona	M <sup>2</sup>	U\$D	\$
<b>Dormitorio</b>	435 m <sup>2</sup>	282 750	876 525
<b>Zona Spa</b>	253 m <sup>2</sup>	190 125	589 388
<b>Zona Resto / recepción</b>	325.24 m <sup>2</sup>	171 600	531 960
<b>Galerías y patios</b>			
<b>Pileta</b>	38.60 m <sup>2</sup>	12 352	38 291.2
<b>Total por todo concepto</b>		<b>656 827</b>	<b>2 036 163</b>

