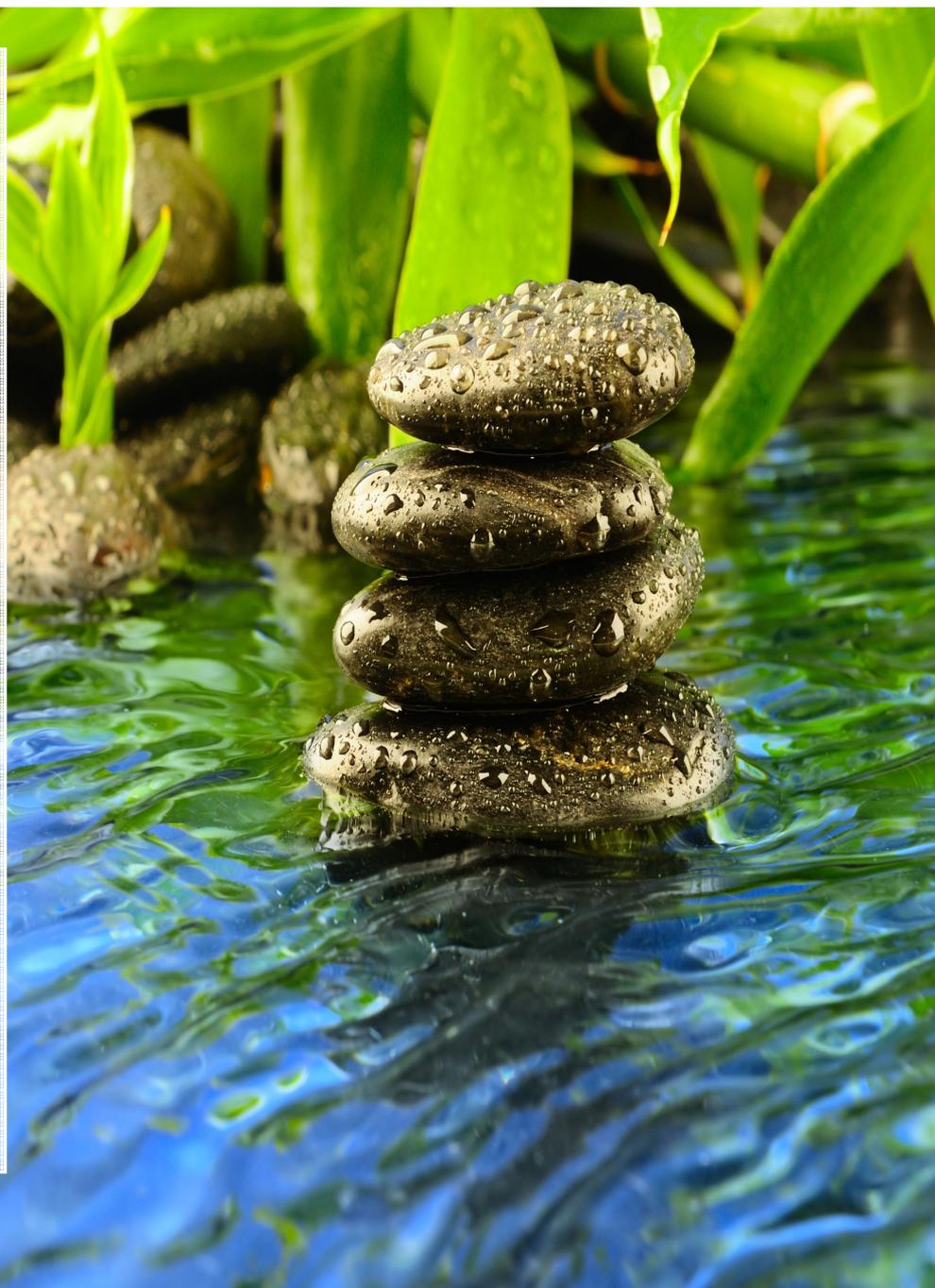


PARQUE TERMAL MAR CHIQUITA

MANUAL PARA EL INVERSOR

AÑO 2017



**UNA GUIA PARA CONOCER UNA GRAN OPORTUNIDAD DE HACER NUEVOS NEGOCIOS:**

**Todo lo que hay que saber para invertir en el *nuevo* producto turístico de la provincia de Córdoba.**

## **Índice**

**Cómo será físicamente el Parque Termal Mar Chiquita.**

**Con el Parque Termal ganamos todos!!! Beneficios del Proyecto**

- 1.- Beneficios del Proyecto: El Parque Termal Mar Chiquita, una inversión rentable y sin riesgos**
- 2.- Figura Institucional de la sociedad propietaria del Parque**
- 3.- Evaluación económico-financiera de la inversión. Comparación con otros tipos de negocios**

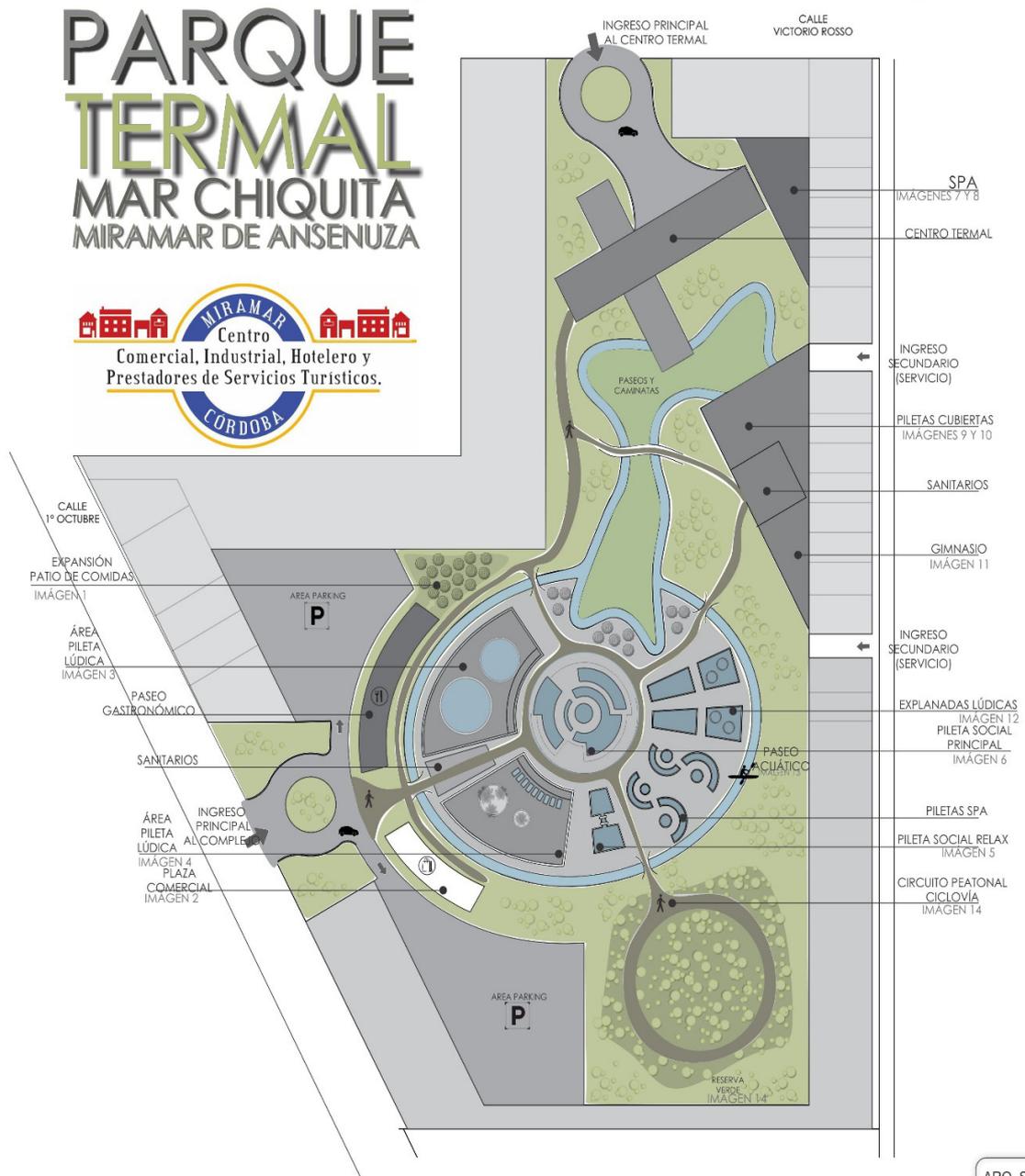
**Plan de Marketing del Parque Termal Mar Chiquita**

- A. Ubicación**
- B. Análisis DAFO**
- C. Por qué invertir en el Parque Termal Mar Chiquita?**
- D. Turismo Terapéutico o de Salud**
- E. Quiénes serán nuestros Inversores Públicos y Privados?**
- F. Objetivos y Metas**
- G. Qué vamos a hacer?**
- H.Cuál será nuestra Estrategia?**
- I. Quién será nuestro principal cliente en el Parque Termal?**

**Anexos**

- Estudio Geológico.**
- Flujos de Fondos Análisis de Inversión Parque Termal.**
- Apéndice Bibliográfico.**

## CÓMO SERÁ FÍSICAMENTE EL PARQUE TERMAL MAR CHIQUITA?



ARQ. SCHMIDT, GRACIELA  
ARQ. CUELLO, GASTÓN  
ING. MOSCONI, GUILLERMO

## **CON EL PARQUE TERMAL GANAMOS TODOS!**

### **1.- El Parque Termal Mar Chiquita... una inversión rentable y sin riesgos.**

#### **Beneficios del proyecto:**

El proyecto de creación del Parque Termal Mar Chiquita, implica la realización de un negocio rentable y seguro para todos sus socios y para la ciudad vista integralmente:

#### **1) Con el Parque Termal gana toda la ciudad:**

Sin lugar a dudas, la construcción del Parque Termal generará para todos los agentes turísticos de Miramar de Ansenuza y la región un incremento de su actividad, significando por ende un aumento en el nivel de ocupación de este destino turístico en vías de consolidación. Esto se debe a 3 (tres) factores:

- El primero de ellos, refiere al incremento lógico de turistas por contar con un nuevo atractivo que resulta único para el centro del país;
- El segundo y más importante, resulta de la tan ansiada ruptura de la estacionalidad que sufre este destino turístico, dado que la temporada alta se prolongará en el invierno y otras épocas del año, por ser precisamente este tipo de atractivo el más buscado por los turistas y visitantes en estas fechas; mientras que
- El tercero deriva en que el Parque Termal no sólo atraerá más turistas, sino también nuevas inversiones en equipamientos turísticos para afrontar la mayor demanda que ganará este destino.

Todos estos factores harán que: i) la ocupación de los alojamientos se incremente y sea más constante a lo largo del año; ii) la gastronomía cuente con mayor cantidad de comensales; y iii) el comercio, las empresas de excursiones y la artesanía tengan un desenvolvimiento más dinámico. Estos beneficios desembocarán en una mayor rentabilidad de las empresas locales, un mayor nivel de ocupación de la mano de obra, la posibilidad de invertir en una mejor calificación de los trabajadores al estar empleados todo el año, una mejor calidad de los productos turísticos que ya ofrece, una mayor competitividad de este destino turístico y una mejor calidad de vida de los habitantes de la localidad y la región.

#### **2) Con el Parque Termal el Gobierno Provincial se verá beneficiado:**

La construcción del Parque Termal Mar Chiquita implica un beneficio para la provincia vista integralmente como destino turístico regional. Esto se debe a que

amplía la cantidad de tipos de productos turísticos que ofrece y con ello el aumento de pernoctaciones que recibe.

El Gobierno de la Provincia ha logrado en los últimos años un notable desempeño respecto a la actividad turística de Córdoba y el Parque Termal significará el incremento de turistas que antes no encontraban una oferta de este tipo en el territorio provincial.

Por otra parte, el Gobierno Provincial verá amortizadas las nuevas e importantes obras construidas recientemente en Miramar, ya que una mayor cantidad de turistas dará impulso a una nueva imagen de este destino y dará mayor contenido a estas inversiones.

Por último, el Parque Termal Mar Chiquita contribuirá a la estrategia dedicada a lograr turismo “todo el año” y diversificará la oferta provincial. Según un relevamiento realizado por el Equipo Técnico del proyecto, los productores teatrales y de espectáculos sólo hacen inversiones físicas en algunos destinos de las sierras de Córdoba debido a que el nivel de actividad les permite amortizar las mismas. La creación del Parque en Miramar permitirá hacer constante el flujo de turistas a este destino, lo que hará que “cierren los números” para este tipo de inversión privada.

### **3) La localización del Parque Termal resulta estratégica y segura ante futuras crecidas de la Laguna:**

El emplazamiento seleccionado de propiedad privada para la construcción del Parque Termal, asegura su sustentabilidad a lo largo del tiempo. El terreno ya cedido para su instalación se encuentra por encima de la cota necesaria, considerada por los organismos oficiales como exenta del riesgo de inundación ante crecidas de las aguas de la Laguna Mar Chiquita.

Por otra parte, las parcelas cedidas al Centro Comercial de Miramar de Ansenusa para la construcción del Parque están localizadas estratégicamente.

El terreno con que se cuenta está ubicado prácticamente en la zona céntrica de la ciudad, a metros de la Laguna, con un muy fácil acceso por ambos frentes de la manzana que la contiene, no generará molestias a los vecinos y pivotea entre importantes equipamientos turísticos tal como el nuevo hotel casino.

Asimismo, debe destacarse que se cuenta con la autorización municipal del uso del suelo para instalar el Parque Termal.



#### **4) Los resultados de la perforación para la obtención de fluido termal siempre serán positivos:**

Según los estudios técnicos realizados por el profesional de mayor renombre en el país sobre perforaciones termales, luego corroborados en los organismos provinciales con incumbencia en la materia por parte del Equipo Técnico del proyecto, indican la existencia de fluido termal con una temperatura de 42° centígrados a una profundidad de 950 metros.

La perforación para su extracción podría derivar en diferentes resultados posibles, pero ninguno de ellos invalidaría la concreción de este establecimiento termal:

- El más conveniente sería que el caudal sea suficiente y el tipo de agua surgente tuviera propiedades beneficiosas para la salud humana.
- Otra alternativa sería que la presión del caudal no fuera suficiente, lo que se resolvería con la instalación de una bomba para extraer el fluido termal.
- Frente al resultado de que el agua propia del fluido termal proveniente de la perforación, poseyera una proporción de elementos químicos perjudiciales para la salud, esto se resolvería trayendo agua de la Laguna ubicada a pocos metros de los terrenos seleccionados para el emprendimiento, inyectándola en la perforación y extrayéndola a la temperatura ya mencionada de manera ecológica y sin consumo de energía eléctrica o gas.

Consecuentemente, siempre podrá concretarse la operación del Parque Termal proyectado y por ende la perforación necesaria para la construcción de este equipamiento turístico brinda seguridad total a los inversores.

**5) Los socios obtendrán interesantes beneficios económicos con la distribución de las utilidades obtenidas:**

Invertir como socio en la empresa propietaria del Parque Termal Mar Chiquita, implicará la obtención de beneficios económicos para quienes decidan participar en el proyecto. Esto debe verse desde 3 (tres) perspectivas:

*i. Desde la perspectiva del negocio del tipo de producto turístico que ofrecerá:*

Tal como se detalla en el Plan de Marketing del Parque que figura en el tercer apartado del presente Manual, el Parque Termal tiene una demanda asegurada, dependiendo sólo de la difusión de su política de marketing y comunicación. Este concepto se basa en la información recogida en las visitas realizadas a las termas de la provincia de Entre Ríos, las que más que una amenaza se las considera como una oportunidad, debido a que ellas fueron las que instalaron a nivel nacional este tipo de producto turístico.

Además, a nivel nacional las restricciones económicas han hecho que aquel que puede vacacionar vuelva a mirar a los centros locales y las escapadas de pocos días se transformen en moneda corriente.

En general, el turismo de salud registra una importante tendencia al alza en el escenario internacional, que se ha mantenido e incluso incrementado en un promedio de crecimiento de alrededor del 20% anual y tendencias claras a mantener ese comportamiento hacia el futuro. Los países líderes en este campo son México, con 450 mil turistas anuales, Turquía con 350 mil y Singapur, con una media que oscila entre los 200 y los 350 mil pacientes internacionales por año.

El Parque Termal Mar Chiquita una vez en funcionamiento, se convertirá en un producto sin precedentes a nivel Provincial, sin competencia en el mercado del centro del país y con la excelente oportunidad de poder variar y complementar a los productos que este destino ya posee, diferenciándose además de los centros termales ya existentes.

Para ser más claros: No existe a nivel Internacional, Nacional y Provincial, la oportunidad de disfrutar en el mismo lugar de un Parque Termal que a pocos metros tiene "La Mar Chiquita" y que juntos poseen líquidos termales, barros y aguas con propiedades terapéuticas, a lo que se suman las actividades recreativas que el Parque Termal prevé ofrecer. Por otra parte, todos sabemos de los beneficios para la salud derivados de la alta concentración salina que posee la Laguna Mar Chiquita, compartiendo características con el majestuoso Mar Muerto.

Asimismo en esta laguna, constituida por la desembocadura de los ríos Dulce, Suquí y Xanaes, nidifican millares de aves entre las que se destacan los flamencos rosados, encontrándose allí tres de las cinco especies existentes en el mundo.

Todo esto no hace más que confirmar, que con la construcción del Parque Termal se completará una oferta turística para múltiples tipos de turistas.

*ii. Desde la comparación de la rentabilidad comparada con otro tipo de inversión:*

Según el análisis económico-financiero del proyecto que figura en el título 3 del presente apartado, se confirma la alta rentabilidad de este negocio con una tasa de ganancia superior a otro tipo de inversiones.

*iii. Desde la perspectiva de diversificación del riesgo de la cartera del inversor:*

Desde otro enfoque y al apuntarse prioritariamente a inversores locales y de la región de Ansenusa, invertir en el Parque significará diversificar el riesgo de sus carteras, las que seguramente cuentan con un alto contenido de actividad agropecuaria y de agro-alimentos. Asimismo, invertir/fondear/financiar la construcción del Parque significa para una serie de instituciones de la región la posibilidad de colocar sus fondos en una inversión más rentable que otras alternativas.

**6) En el caso de que no se consigan la totalidad de inversores necesarios para financiar íntegramente la construcción del Parque, existe tierra suficiente en las parcelas seleccionadas como para vender una parte y de esta forma fondear el proyecto:**

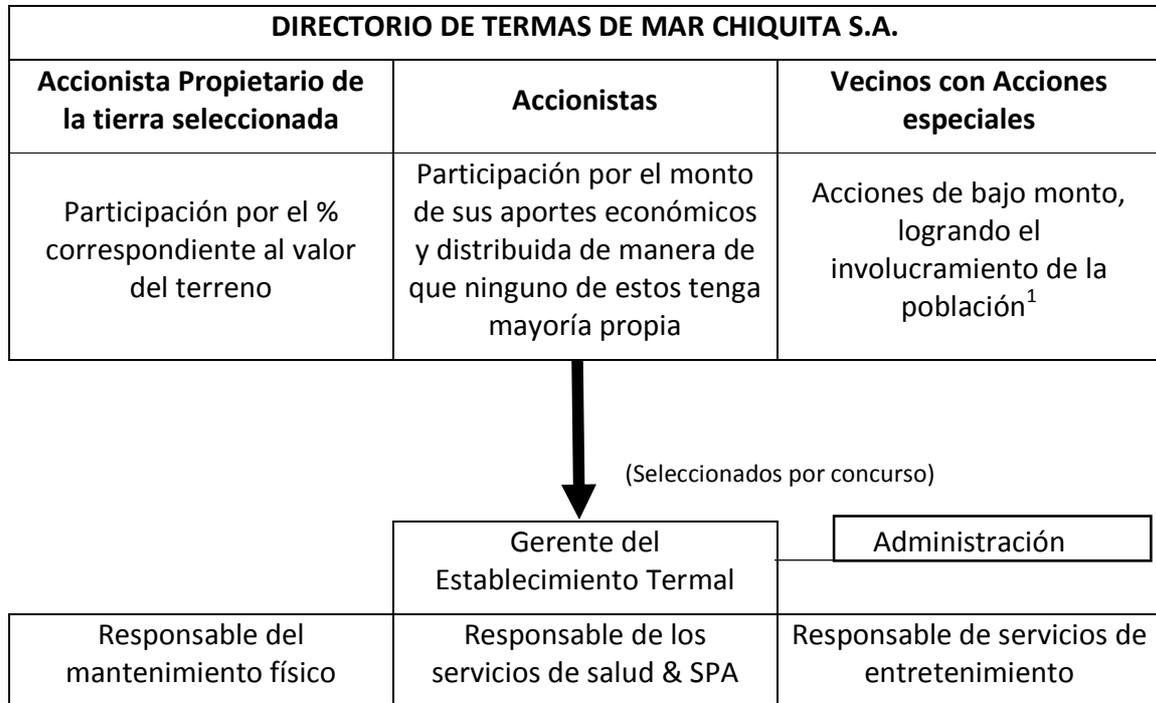
Otro aspecto que minimiza el riesgo de invertir en el Parque, deviene del hecho de que las dimensiones de los terrenos seleccionados permiten la venta de una parte de ellos y de esta forma seguir con el proyecto en el caso de que no se consigan la totalidad de inversores necesarios.

***2.- Figura Institucional de la sociedad propietaria del Parque:***

La creación del Parque Termal Mar Chiquita persigue el objetivo principal de convertirse en un negocio interesante para sus socios y por ende persigue lucro. Por ello, se propone la creación de una sociedad con una personería jurídica de Sociedad Anónima.

Asimismo, este tipo de personería jurídica con fines de lucro permite una mejor gestión de la toma de decisiones, al asignarse a cada socio una cuota-parte correspondiente al valor de su aporte. En este sentido, se distribuirán en propiedad una cierta cantidad de acciones a cada socio conforme al capital que aporten a la sociedad.

En el Estatuto de la sociedad anónima a constituirse, se verá reflejada la siguiente estructura societaria y de toma de decisiones del proyecto, como del terreno y el establecimiento termal:



Respecto a la filosofía con que deben operar las participaciones de los diferentes socios, como de la estructura de gerenciamiento del Parque Termal, merece la realización de los siguientes comentarios:

- Los socios deberán tener una participación accionaria individual de manera que ninguno de ellos tenga mayoría propia.
- Respecto a la estructura gerencial que gestionará el Parque, esta deberá ser muy profesionalizada y de carácter técnico. Por ende, ninguno de los propietarios de este equipamiento turístico debería actuar como personal gerencial del mismo. Por ello, deberá llamarse a concurso para cubrir los cargos jerárquicos del organigrama del Parque Termal.

<sup>1</sup> Este tipo de socio se creará conforme a los montos de las propuestas de inversión que se reciban, conforme al procedimiento de convocatoria a inversores ya determinado en el plan de negocios del Parque Termal.

### ***3.- Evaluación económico-financiera de la inversión. Comparación con otros tipos de negocios***

La presente etapa del Proyecto, desarrolla aspectos económicos y de rentabilidad que a diferencia de lo ya hablado hasta estos momentos, nos muestran en números monetarios, los beneficios que tal inversión puede realizar.

Antes de comenzar con el análisis financiero de nuestro proyecto, es necesario que explayemos detalladamente, todos los puntos de influencia tenidos en cuenta a la hora de los cálculos, para que con ellos, los guíemos en el buen entendimiento de éste especial proyecto de inversión.

#### **¿Por qué Miramar necesita de este Parque Termal?**

Nuestra localidad, ya se encuentra reconocida y elegida por muchos, como uno de los polos Turístico de la Provincia de Córdoba y eso es algo difícil de lograr. Sin embargo, al igual que muchos de los demás lugares turísticos que nuestra querida Provincia posee, tiene el mejor nivel de ocupación en la época de verano, y como es de público conocimiento por todos, cada vez dicha temporada turística se acorta, lo que no solo se ve reflejada en el éxodo de turistas, sino que además, provoca que nuestras economías vayan poco a poco cediendo, al igual que rentabilidades de cualquier negocio y/o emprendimiento queramos ejercer.

La realización de éste Parque, no solo beneficiaría que la temporada se incremente, también, se lograría atraer más turistas todo el año y esa es la visión que seguimos o pretendemos.

El Centro Comercial de Miramar, siguiendo los lineamientos de su estatuto y buscando alternativas que fomenten el desarrollo económico de sus asociados, se encuentra convencido en el futuro prometedor del Termal y el rompimiento de nuestra actual estacionalidad en gran parte del año.

#### **¿A qué público inversor apuntamos?**

Como bien manifestamos en el párrafo anterior, la finalidad del Centro Comercial de Miramar, es el bienestar social de sus asociados, o sea, gestiona y funciona siempre mirando el bien común de los socios, por eso es una asociación civil sin fines de lucro.

Como ente local y promotor del Parque Termal, sabe que ningún proyecto y/o inversión de tal magnitud llega a buen destino, sin la conjunción y trabajo en equipo de todos los sectores sociales. Por ello, considera y aconseja que la ejecución del Parque Termal, sea realizada como Sociedad Anónima. Ésta Sociedad, se encuentra conformada por un grupo de socios, que para ser considerados como tal, deben adquirir Acciones, las que se encuentran numeradas y valoradas de acuerdo a la cantidad de Capital aportado y/o a

aportar. En una primera etapa, realizaremos el llamado y/o convocatoria de inversores a nuestros socios, a los cuales se les explicará el negocio y se los invitará a sumarse y comprometerse. Luego, de existir la necesidad del ingreso de aportes, se realizarán nuevas presentaciones al público en general.

Consideramos que una excelente oportunidad para que el pueblo de Miramar de Ansenusa se comprometa en su desarrollo y progreso. Queremos que todos formen parte y entre todos compartamos un mejor bienestar.

### ¿Por qué se eligió éste estilo societario y no otro?

Por el análisis llevado a cabo y considerando el proyecto en su conjunto, la constitución de una SOCIEDAD ANÓNIMA, otorga ciertas particularidades y ventajas al socio inversor, como: la seguridad en la inversión para el socio; limita su responsabilidad al aporte y/o adquisición de acciones ( parte del capital ); su aporte puede ser en dinero y/o especies; no tiene límite en cantidad de accionistas; se constituye por Instrumento Público o Privado el cual se inscribe en el Registro Público de Comercio y Personas Jurídicas de la provincia de Córdoba, pudiendo ser modificado cuantas veces se requiera solo por mayoría absoluta de votos presentes en asamblea extraordinaria; y se cuenta además con la ventaja de que su constitución es de bajo costo, solo requiere una capital suscrito de \$ 100.000 ( de inicio en el Estatuto ) e integrado solo en un 25% ( o sea, \$ 25.000,00 ).-

### ¿Qué herramienta financiera se utilizó para la evaluación del proyecto?

Se utilizó una herramienta denominada flujo de fondos, es un instrumento financiero que nos permite determinar acciones y pasos a seguir para la toma de decisiones. Es importante para un proyecto de inversión, contar con esta herramienta, ya que al ser tan dinámica, nos brinda la posibilidad de ir incluyendo en él, distintas variables o hipótesis y obtener con ella, una gama de resultados aproximados a la realidad y/o suceso planteado.

Dicha herramienta, parte de la inversión inicial necesaria y permite la estimación de lo que serán los ingresos y egresos del proyecto a lo largo de un período, estableciendo resultados que hacen al análisis y determinación que nos conviene hacer o invertir.

Precisamente para el armado del flujo de fondos de éste Proyecto del Parque Termal, se consideraron los siguientes datos:

- ✓ Cantidad de Ingresos al parque: A sabiendas, de que contar con éste importante atractivo turístico, se lograría atraer un mayor número de visitantes a nuestra localidad y por ende, una mayor convocatoria de ingresos al parque, para la confección del flujo de fondos, nos manejamos con los datos proporcionados y recopilados por nuestra oficina de turismo local, desde el año 2013 a la actualidad.

Nuestra localidad, cuenta con la capacidad de albergar a 2713 turistas diarios en hoteles, departamentos, cabañas, etc., y de ella, se desprende nuestro análisis. Aclaramos, que nuestra localidad también tiene y brinda el servicio de Camping, pero como dicha capacidad no fue proporcionada, para el análisis que nos compete, ésta última capacidad no fue incorporada.

Otro dato importante y que si fue estudiado, es que ese número de visitantes solo se logra alcanzar en la época de temporada. Dicha época, transcurre en verano, comprendiendo los meses de Diciembre, Enero, Febrero y Marzo. Sin embargo, no podemos dejar de resaltar que nuestra querida Miramar, hace ya algunos años, viene alcanzando ese nivel de ocupación durante algunos fines de semanas al año, en los denominados fines de semana largos. Éstos últimos, han marcado un nuevo concepto dentro de las visitas de turistas, no solo en nuestro pueblo, sino que en todo el país. Es por ello, que dichos fines de semana, han sido considerados en el proyecto.

Habiendo explicado el nivel de concurrencia y la base de nuestro análisis, pasamos ahora a la determinación de las distintas variables establecidas para el estudio:

✓ Variables:

- 1) TEMPORADA: según lo explicado anteriormente y de acuerdo a los datos recopilados, se estableció que la temporada de Miramar, se extiende desde el 15 de diciembre al 15 de marzo. Dichas fechas, comprenden un total de 89 días, en los cuales, por ser determinada nuestra temporada, la capacidad se establece en un 100%.
- 2) FINDES DE SEMANA LARGOS: En éste concepto se incluyen: \*\* 3 días del mes de Marzo; \*\* 2 días de abril; \*\* 4 días de junio; \*\* 10 días del mes de julio (receso escolar de invierno); \*\* 3 días de agosto; \*\* 3 días de octubre; y \*\* 3 días de noviembre; todos ellos nos determinan un total de 28 días, en los cuales, además de que ya se cuenta con un importante número de visitantes y la posibilidad de contar con ésta alternativa del parque termal, determinamos una capacidad del 100%.
- 3) RESTO DE DÍAS: Aquí quedan estipulados el resto de días del año, incluyendo en ellos: \*\* los fines de semana que no son largos, que ascienden a 64 días y que a los fines de su impacto en el proyecto, se les asignó una capacidad de ingreso de solo el 100%; \*\* los días de semana, considerados de lunes a viernes, de los cuales se computaron un total de 143 días y se les asignó una capacidad de ingreso de solo el 10%; \*\* y también tenemos los días de cierre del Parque, en los cuales se harían tareas de mantenimiento y reparación, que suman un total de 41 días en el año.

- 4) CAPACIDAD DEL PARQUE: Éste es un dato muy importante y del cual se desprenden los ingresos que genere el parque. Según a lo estipulado dentro del proyecto, como realización de la primera parte del parque, se contará con una capacidad de ingreso de 1000 personas diarias. Ésta capacidad, de acuerdo a la operatoria y funcionalidad que vaya realizando el parque, va a ir cambiando a medida que se realicen las siguientes etapas y hasta alcanzar la utilización y/o ocupación final que se determine en su momento.
- 5) VALOR DE INGRESO O PRECIO DE ENTRADA: De acuerdo a las distintas termas visitadas, los informes proporcionados otras y la información con la que se cuenta para el desarrollo de este proyecto, el valor de ingreso considerado es de \$ 200.
- 6) GASTOS DEL PARQUE: Para efectuar la estimación de gastos, también nos valimos de toda la información con la que se cuenta para este desarrollo. Se tuvieron en cuenta promedios de empleados de distintos parques, gastos de insumos y servicios promedios mensuales, impuestos actuales según la facturación estimada, etc. En el flujo de fondos, se consideraron: \* Gastos de Insumos y Servicios mensuales: 20% del total de ingresos; \* Sueldos y Cargas Sociales: se tomaron en promedio y de acuerdo a la inversión planteada como primera etapa, un total de 20 empleados, a los que se asignó una remuneración promedio de acuerdo a lo determinado para un empleado de comercio en la actualidad, bajo un régimen de tiempo completo, adicionándoles una estimación del 60% correspondientes a las cargas sociales; \* Impuestos: Para su cálculo, se consideró el 21% del IVA y el 4% para el ingreso bruto de la provincia como mensuales y a partir del 2 año de vigencia, se estimaron los anuales como Ganancias Personas Jurídicas, Ganancia Mínima Presunta, Bienes Acciones y Participaciones Societarias.-
- 7) ACLARACIONES GENERALES: Todo este análisis, se encuentra realizado de acuerdo a situaciones estimadas y de acuerdo a como se ejecuten las obras y las correspondientes tomas de decisiones, pueden o no, sufrir determinados ajustes y/o resultados distintos.-

Como observarán, el estudio económico-financiero, fue realizado siguiendo una tendencia pesimista, pero sin dejar de lado, la realidad turística que nuestro pueblo tiene.

Ahora bien, me pregunto: ¿Qué pasaría si hoy tendríamos nuestro Parque Termal abierto? ¿Por qué cada vez hay más Parques Termales y cada vez son mayores las inversiones en los ya vigentes? ¿Es una actividad rentable o no?

Si bien el flujo de fondos elaborado, parte de la suposición de que tendríamos la parte inicial del parque listo y abierto al público, ésta herramienta ya nos orienta a una idea probable de generación de resultados y con ella una posible obtención cuantificada de tiempo, en cuanto a la tasa de recupero de inversión y tasa de rentabilidad que tanto nos importa a la hora de ver si nos conviene o no, invertir en el proyecto.

En todo proyecto en el cual se espera la característica de “Rentable”, se tiene como premisa la recuperación de la inversión, entonces, el tiempo que se demore en recuperar el dinero invertido o “Período de Payback”, se vuelve muy importante, ya que de esto dependerá cuán rentable es, y qué tan riesgoso será llevarlo a cabo. Cuanto más corto sea el periodo de recuperación, menos riesgoso será el proyecto. Por ello se debe hacer especial mención, que cuanto más se vaya hacia el futuro, serán mayores las incertidumbres.

### ¿Cuál es la ventaja de saber el tiempo de recupero?

La primer ventaja es que teniendo los datos lo más aproximados a la realidad posible, un buen estudio de costos e ingresos y bien determinadas las variables directas e indirectas del proyecto, el cálculo de obtención de la tasa de recupero no es muy complicado; En segundo lugar contar con un periodo corto de recupero ( o un corto Payback ) configura un retorno rápido de inversión. Tercero, con un periodo de Playback corto, se reducen los riesgos de pérdidas, al asegurar el flujo positivo; y por último, un período corto nos mejora la liquidez de forma rápida.

### ¿Y las desventajas....?

Con el cálculo de recupero, no se toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, además solo estamos midiendo cuanto demora recuperar la inversión y si se utilizan en la comparación de varios flujos de caja, no se le da importancia a la vida útil de los activos ni tampoco al flujo de caja después del período de retorno.

De acuerdo a los datos proporcionados por el área de planificación, diseño y arquitectura del proyecto, la inversión inicial del Parque Termal es de \$ 56.983.308,58; con ella, el parque contaría con una capacidad total de 1000 visitantes por día y demandaría un tiempo de realización de 18 Meses aproximadamente.

Hasta aquí podemos determinar en cuanto tiempo recuperamos la inversión, pero no debemos dejar de lado, que en la estimación de flujo de fondos, no se encuentran considerados distintos factores que hacen a la obtención de mayores ingresos, como por ejemplo: concesiones de espacios para emprendimientos gastronómicos; tiendas de artículos regionales y/o galerías, etc.; los que sin duda, generaran y aportaran un gran apoyo de fluidez al proyecto.

Buenísimo!!! Ya sé en cuanto recupero lo que invertí, ahora..... es rentable el proyecto? Gano plata? Me conviene o no invertir en este proyecto?

Si bien ya conocemos el resultado de un estudio de análisis de inversión, no podemos dejar de lado que también necesitamos saber cuánto voy ganar, o bien, saber que ganancia me deja el participar en este proyecto y no otro.

Para ello, debo tener en claro que este proyecto requiere de la unión de muchos emprendedores y visionarios de progreso, y que por tal, son limitados aquellos que en forma personal y/o unilateralmente podrían llegar a realizarlo, siendo esta última propuesta la que nuestro Centro Comercial “no espera o pretende”... queremos que nuestros socios sean los propietarios y visionarios de progreso!!!!

El flujo de caja o el beneficio neto no es una medida de la rentabilidad pero estos valores se utilizan para calcular la rentabilidad de un proyecto particular. El objetivo de un inversor o de una empresa es siempre maximizar las ganancias respecto al costo del capital que debe ser invertido para generar dichos ingresos. Si el propósito fuera sólo el de maximizar las ganancias, cualquier inversión que diera beneficios sería aceptable, no importando los bajos retornos o los altos costos.

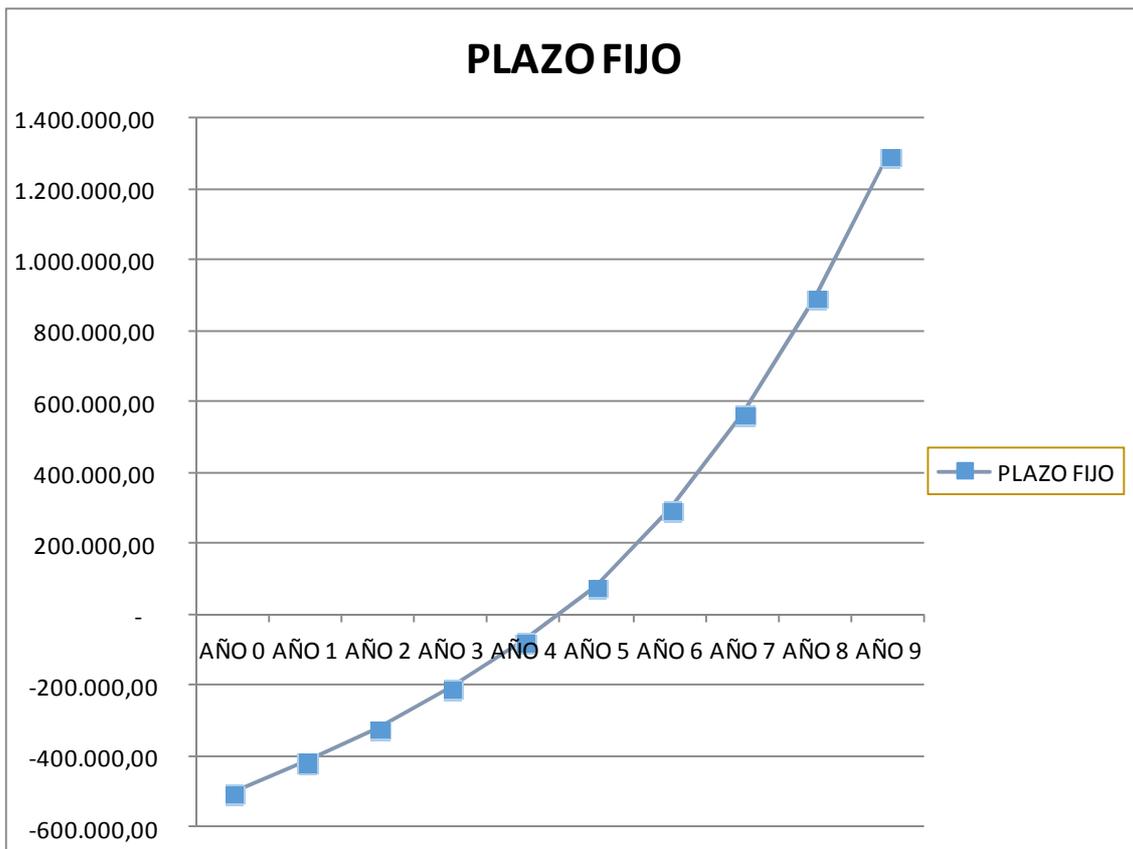
En estudios económicos donde es necesario comparar entre distintas alternativas de un proyecto y entre la rentabilidad de un proyecto o de las operaciones financieras de plaza, se utilizan métodos de análisis que permiten realizar dicha estimación sobre una base uniforme de comparación.

Por ello, hemos revisado distintas propuestas de negocios o inversiones para compararlas con el Parque Termal, así, todos tenemos datos aproximados o concretos de que nos conviene hacer o a donde invertimos.-

### **OPCION 1:**

**\*\* PLAZO FIJO:** Colocación de \$ 500.000,00 a 365 días ( 1 año ), aplicando una tasa promedio de interés que ronda el 1,5 % mensual, se obtiene al finalizar el plazo, un ingreso \$ 90.000,00 ( sin considerar los costos, impuestos, etc. ); por lo tanto, la tasa de recupero se logra ente los 5 a 6 años y por consiguiente nuestra tasa de rentabilidad mensual es del 1,5 %.

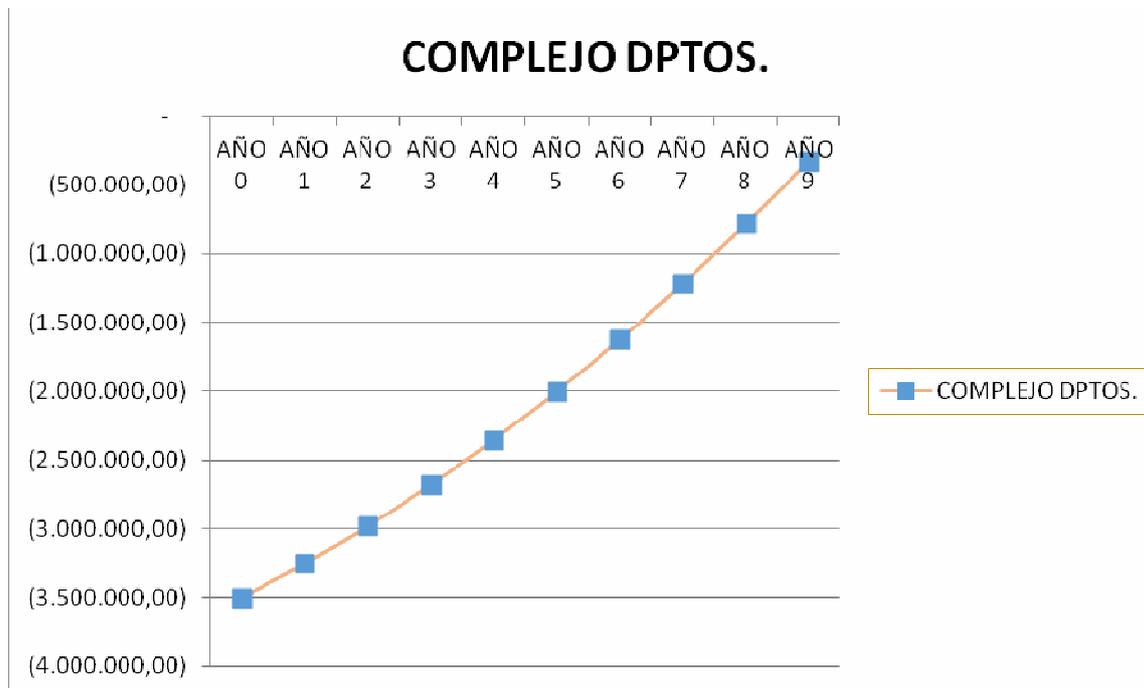
PERIODO		PLAZO FIJO
AÑO 0	-	500.000,00
AÑO 1	-	415.048,27
AÑO 2	-	320.288,00
AÑO 3	-	207.700,00
AÑO 4	-	76.300,00
AÑO 5		76.800,00
AÑO 6		297.862,00
AÑO 7		567.053,00
AÑO 8		894.843,00
AÑO 9		1.293.975,00



## **OPCION 2:**

**\*\* COMPLEJO DE 4 CABAÑAS/DEPARTAMENTOS PARA 4 PERSONAS:** Según los datos obtenidos, la realización de esta inversión, demandaría un costo inicial de aproximadamente unos \$ 3.500.000,00; Analizando y teniendo como premisa la concurrencia de personas analizadas para el Parque Termal, con las épocas de temporada altas, baja y media, se obtiene un ingreso anual \$ 1.220.000,00 ( sin considerar gastos, impuestos, etc. ); una tasa de recupero que estaría entre los 8 y 11 años y la tasa de rentabilidad mensual es cercana al 2.9 %.

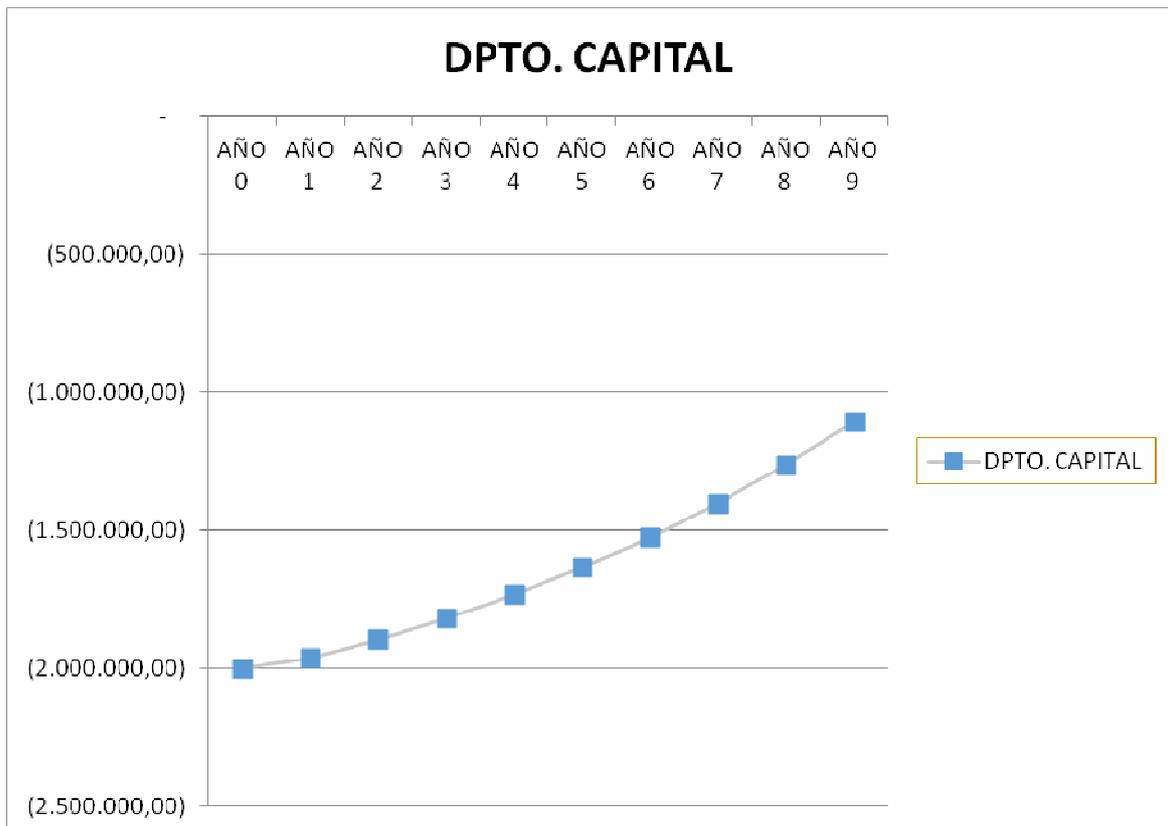
PERIODO		COMPLEJO DPTOS.-
AÑO 0	-	3.500.000,00
AÑO 1	-	3.252.916,00
AÑO 2	-	2.980.970,00
AÑO 3	-	2.682.872,00
AÑO 4	-	2.357.627,00
AÑO 5	-	2.004.678,00
AÑO 6	-	1.624.083,00
AÑO 7	-	1.216.757,00
AÑO 8	-	784.762,00
AÑO 9	-	331.681,00



### **OPCION 3:**

**\*\* ADQUISICION DE UN DEPARTAMENTO EN LA CAPITAL:** Se realizaron consultas a distintas inmobiliarias de nuestra localidad y ofertas del mercado en cuanto a este tipo de inversión. Lo obtenido, es que con una inversión promedio aproximado a los \$ 2.000.000,00, se compraría un departamento en la capital y del cual, si lo destinamos a alquiler, nos proporcionaría un ingreso anual de \$ 103.200,00 ( sin considerar gastos, impuestos, etc. ) y recuperaríamos la inversión realizada en una plazo aproximado entre los 11 a 14 años. Estos datos, nos arrojan una rentabilidad mensual del 0.5 %.

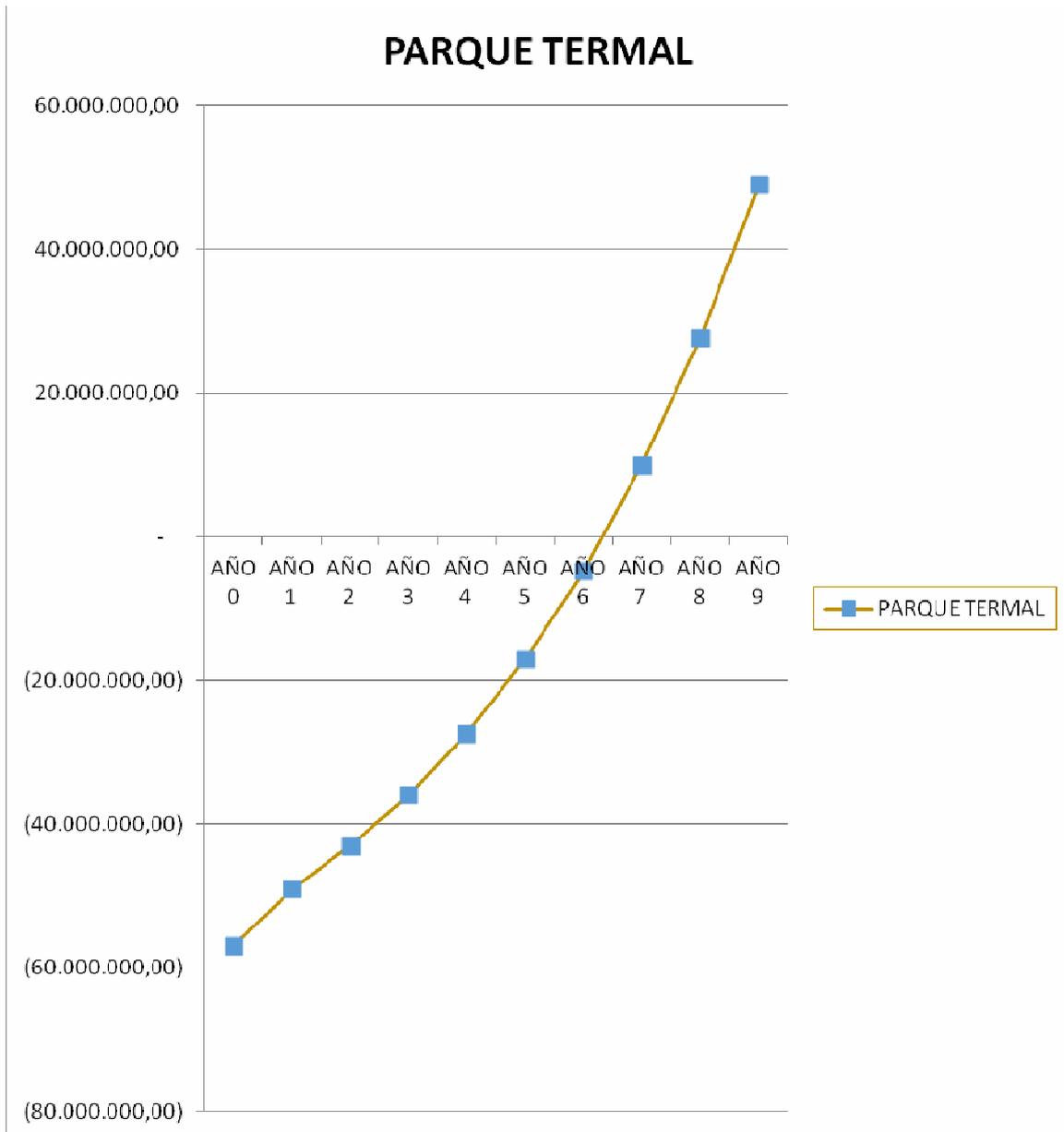
PERIODO		DPTO. CAPITAL
AÑO 0	-	2.000.000,00
AÑO 1	-	1.962.666,00
AÑO 2	-	1.894.943,74
AÑO 3	-	1.818.403,33
AÑO 4	-	1.731.990,31
AÑO 5	-	1.634.545,48
AÑO 6	-	1.524.800,10
AÑO 7	-	1.401.372,32
AÑO 8	-	1.262.765,67
AÑO 9	-	1.107.370,37



**OPCION 4:**

**\*\* PARQUE TERMAL:** De acuerdo a lo yo comentado hasta aquí, con todas las características informadas y comentadas de esta ETAPA INICIAL, el parque genera un ingreso anual aproximado de \$ 39.060.000,00 ( sin considerar gastos, impuestos y otros ingresos extras que genera el tener un parque termal ); de este dato, obtenemos un recuperó de inversión de 5 a 7 años y una tasa de rentabilidad mensual 5.7 %.

PERIODO		PARQUE TERMAL
AÑO 0	-	56.983.308,00
AÑO 1	-	48.972.969,00
AÑO 2	-	43.034.180,00
AÑO 3	-	35.907.633,00
AÑO 4	-	27.355.778,00
AÑO 5	-	17.093.551,00
AÑO 6	-	4.778.878,00
AÑO 7		9.998.728,00
AÑO 8		27.731.856,00
AÑO 9		49.011.610,43



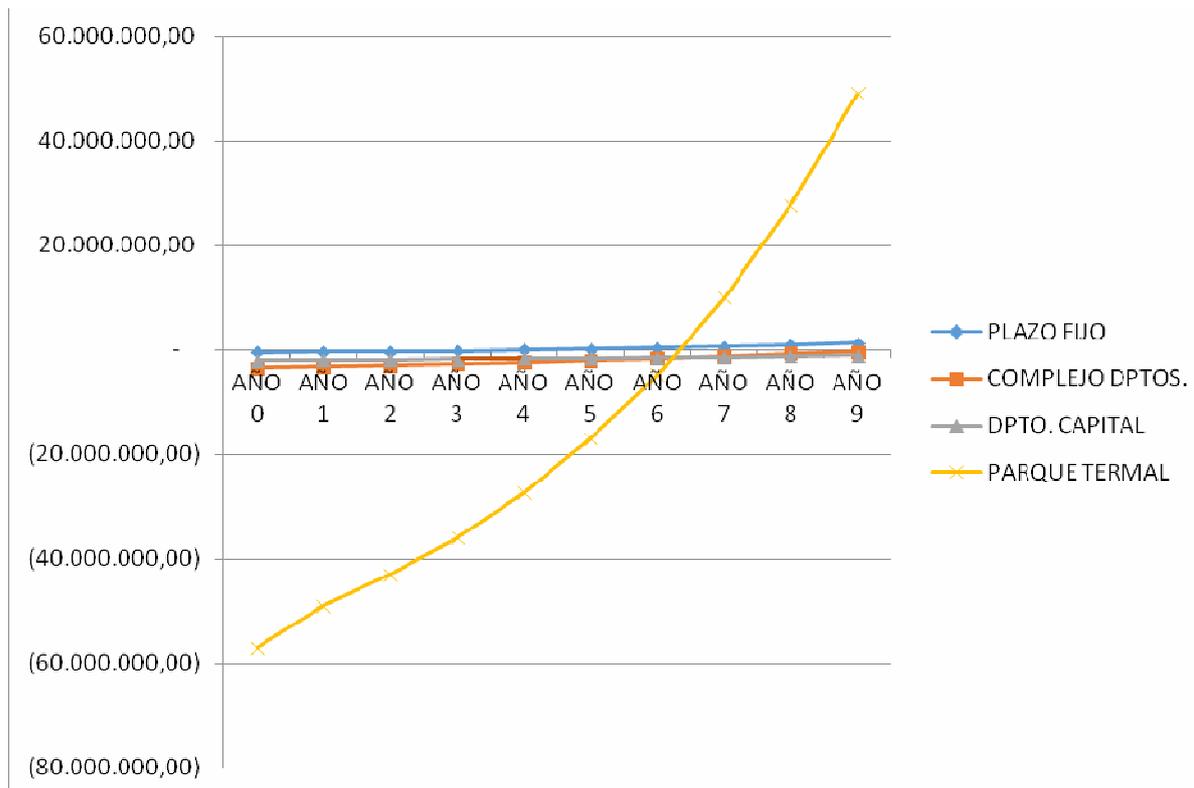
Para la obtención de datos, tratamos de ser lo más objetivos posibles. Buscamos y estudiamos opciones típicas de nuestro pueblo, de nuestra región y por sobre todo, de nuestra gente!!!

El Centro Comercial de Miramar está convencido de que esta alternativa turística es la salida a la cada vez más marcada ÉPOCA DE ESTACIONALIDAD que tenemos y quiere que la llevemos adelante entre todos!!!

## RESUMEN DE INVERSIONES

	PLAZO FIJO	COMPLEJO DPTOS.	DTO. CAPITAL	PARQUE TERMAL
AÑO 0	- 500.000,00	- 3.500.000,00	- 2.000.000,00	- 56.983.308,00
AÑO 1	- 415.048,00	- 3.252.916,00	- 1.962.666,00	- 48.972.969,00
AÑO 2	- 320.288,00	- 2.980.970,00	- 1.894.944,00	- 43.034.180,00
AÑO 3	- 207.700,00	- 2.682.872,00	- 1.818.403,00	- 35.907.633,00
AÑO 4	- 76.300,00	- 2.357.627,00	- 1.731.990,00	- 27.355.778,00
AÑO 5	76.800,00	- 2.004.678,00	- 1.634.545,00	- 17.093.551,00
AÑO 6	297.862,00	- 1.624.083,00	- 1.524.800,00	- 4.778.878,00
AÑO 7	567.053,00	- 1.216.757,00	- 1.401.372,00	9.998.728,00
AÑO 8	894.843,00	- 784.762,00	- 1.262.766,00	27.731.856,00
AÑO 9	1.293.975,00	- 331.681,00	- 1.107.371,00	49.011.610,00

## GRÁFICO COMPARATIVO DE INVERSIONES



### Aspectos y generalidades finales de estudio económico realizado

La información proporcionada en el presente análisis, tiene por finalidad, hacerle llegar al público inversor, aspectos financieros y económicos posibles y futuros del parque termal a realizar. La misma cumple con generalidades adaptadas al sentido seguido en el estudio y/o anteproyecto efectuado por el Centro Comercial de Miramar, por consiguiente, una vez que se hayan identificado las partes involucradas en la realización del Proyecto, las mismas, serán las que determinaran y pulirán todos los aspectos para llevarlo a cabo y será en ese momento, cuando se concluirán con las tareas finales propias de la inversión.

Se incorpora al análisis, el estimado en tipo e inversión, para el desarrollo de la Primera Etapa del proyecto. De él, se desprende la una idea aproximada de tiempo en el que estima demandara la realización de tal etapa ( 18 en meses ), a la que se le añade, la aproximación del costo a soportar para efectuarla.

Con lo informado hasta aquí, brindamos al futuro inversionista, todas las cuestiones previas que necesita para que comparta con nosotros, el impacto que el parque termal lograría en nuestra localidad, y de ella, su rentabilidad futura.

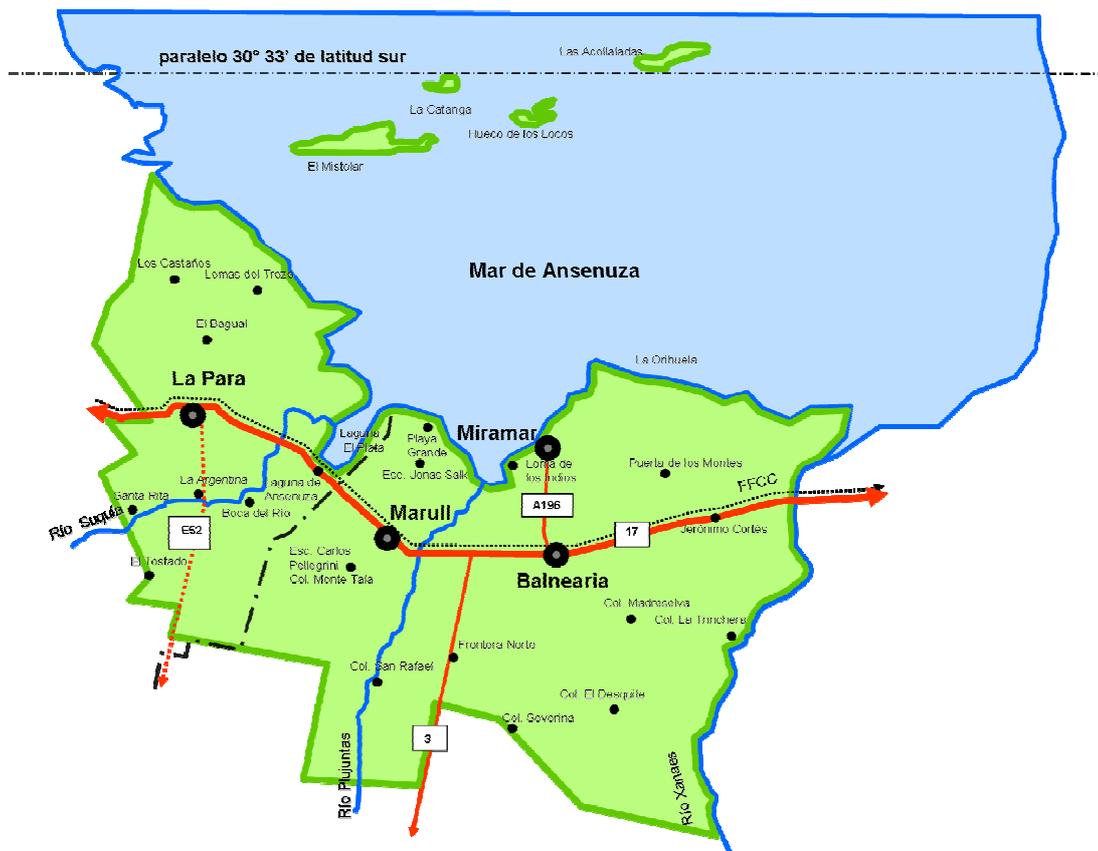
## PLAN DE MARKETING DEL PARQUE TERMAL MAR CHIQUITA

### A. UBICACIÓN: MIRAMAR-REGIÓN DE ANSENUZA

Esta Región, tal como se presenta en el plano de más abajo, abarca una superficie terrestre aproximada de 2.000 km<sup>2</sup> y una superficie lacustre aproximada de 3.000 km<sup>2</sup>. Limita al NORTE con el paralelo 30° 33' de latitud sur (límite norte de la isla La Catanga), al OESTE con los caminos N° 03 a Runa Fauda, N° 02 a Los Bena y camino a El Tostado por el camino que viene desde la localidad de Villa Fontana, desde la intersección del camino a Santa Rita desde La Para, al SUR con el camino colindante a Corral de Gómez (en la zona de La Para) y al ESTE con el Río Xanaes.

### Mar Chiquita en Argentina y en Córdoba.





La Región de Ansenza tomó la decisión estratégica de generar un desarrollo integral, planteándose como objetivo convertirse en un territorio ordenado, con calidad de vida para sus habitantes, que invita a ser visitado y a retornar, protegido ambientalmente, equilibrado socialmente, diversificado económicamente y con financiamiento para su desarrollo.

Siguiendo la línea trazada en el Plan de Negocios del proyecto, en el año 2012 se confió la investigación científica al Licenciado en Ciencias Geológicas Abel Héctor Pesce, quien determinó la existencia de fluido termal en la zona (Ver estudio en Anexo).

Con esta seguridad, el Centro Comercial de Miramar en su rol de promotor del proyecto formuló el plan de negocios del Parque e inició su ejecución, sobresaliendo las actividades ya realizadas de: i) consecución de la tierra estratégicamente localizada en la que se construirá; ii) obtención de la autorización de uso del suelo de estos terrenos; y iii) la planificación e invitación para captar inversores los que se convertirán en los socios de la empresa propietaria del parque termal.

## B. ANÁLISIS DAFO DEL PROYECTO DE CONSTRUCCIÓN DEL PARQUE

	POSITIVOS	NEGATIVOS
<b>INTERNOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Más trabajo directo e indirecto.</li> <li>- Cortar estacionalidad.</li> <li>- Aprovechar capacidad instalada.</li> <li>- Mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de Miramar.</li> <li>- El proyecto se encuentra en el Plan estratégico de la Región de Ansenuza. (Línea Estratégica 2, Cartera de Proyectos nº 2)</li> <li>- Variedad de oferta en productos turísticos para el visitante.</li> <li>- Reforzar el concepto de turismo salud que posee la Mar Chiquita.</li> <li>- Empresarios y comerciantes motivados y agrupados.</li> <li>- Fácil accesibilidad.</li> <li>- Tradición turística de la localidad.</li> <li>- Localización inmejorable del centro termal dentro del ejido urbano y a pocas cuadras del centro de Miramar y a metros de la Mar Chiquita.</li> <li>- Existencia de inversores locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lograr acuerdos entre diferentes sectores sociales.</li> <li>- Conseguir fondos e inversiones.</li> <li>- luego de realizar Pozo.</li> <li>- Impacto ambiental.</li> </ul>
<b>EXTERNOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora y varía la oferta turística de la Provincia.</li> <li>- Producto turístico no existente en la Provincia.</li> <li>- Atracción de nuevas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centros termales Nacionales con mayor tradición y experiencia, que han instalado en la demanda el producto</li> </ul>

	inversiones.	turístico de parque termal y de salud.
--	--------------	--

### **C. POR QUÉ INVERTIR EN EL PARQUE TERMAL MAR CHIQUITA?**

Desde el punto de vista del Inversor, está claro que se abren oportunidades de negocios serios e inmejorables en una región especializada en la actividad turística, con recursos humanos de calidad y competentes, con una capacidad de atención instalada pero con amplias perspectivas de crecimiento, en un entorno natural óptimo y escasamente explotado. El “Producto Termas” se convertirá en un punto de interés sin precedentes a nivel Provincial, sin competencia en el mercado cordobés y con la excelente oportunidad de poder variar y complementar a los productos ya existentes en la Provincia y la Región, perfeccionando su oferta de destinos.

Se debe aprovechar la existencia de inversores locales, de comerciantes y empresarios ávidos de ampliar los horizontes del turismo local, como también un Municipio pujante que dio sobradas muestras de gestión y planificación.

Miramar de Ansenuza está cambiando la forma de mirar su historia enfocando la mirada en el futuro, planificando y estructurando políticas de Estado.

Esta localidad ha roto el mito de ser un pueblo venido a menos dando señales concretas de recuperación del esplendor de antaño; ya no quedan dudas que nuevamente se convertirá en uno de los principales polos turísticos de la Provincia de Córdoba y del país, siendo una alternativa atractiva, dinámica reconocida y diversificada. La Región de Ansenuza con Miramar a la cabeza, es el futuro del turismo en la provincia y la Región.

### **D. AUGES DEL TURISMO TERAPÉUTICO O DE SALUD**

El turismo de spas está de moda en todo el mundo incluso en Argentina, pero ha estado en la escena por miles de años. En tiempos antiguos lugares tales como el norte de Israel y Roma atraían visitantes de casi todas partes del viejo mundo. Este tipo de turismo ha proporcionado a los interesados en terapias no-invasivas, de oportunidades para mejorar la apariencia física y sus condiciones de salud. En el mundo moderno los spas también proveen a sus huéspedes de tratamientos para perder peso, dietas especiales de limpieza interna del cuerpo y una variedad de recetas minerales y termales para la piel.

El turismo de salud en general registra una importante tendencia al alza en el escenario internacional y además de los países líderes en termalismo ya mencionados (México, Turquía y Singapur), en Europa sobresalen los destinos de Cataluña, Italia y Portugal, con

un grado de organización de la oferta y una alta demanda, dando muestra que los parques termales están de moda:



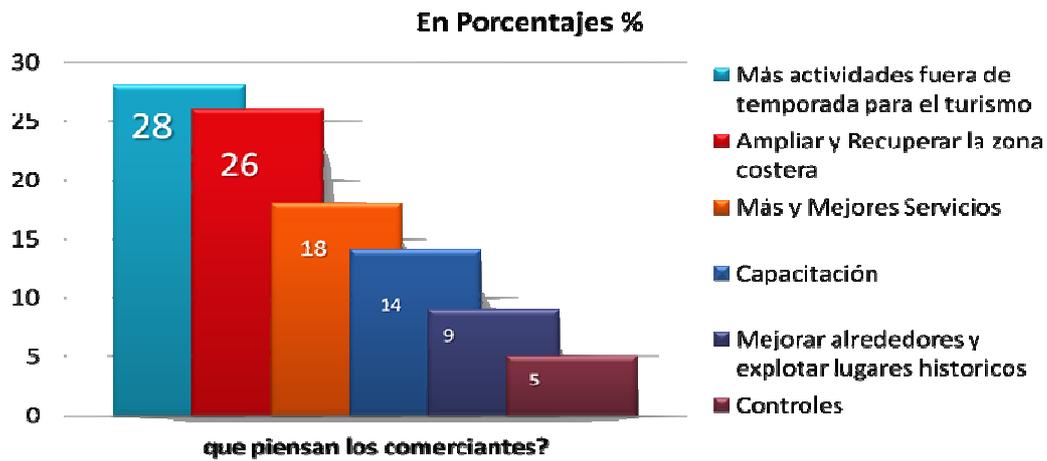
## E. QUIÉNES SERÁN NUESTROS INVERSORES?

Al analizar la situación coyuntural nos damos con que debemos enfocarnos en diferentes tipos de públicos para lograr la concreción de este proyecto, quienes en definitiva serán también nuestros inversores, dueños y beneficiarios de esta obra:

1. Comunidad Local y Regional: La comunidad tendría que ser parte del proyecto, que lo conozca, sepa de los beneficios concretos que traerá y las ganancias que generará este emprendimiento. Será esencial la difusión en diarios de la zona, radios, folletería y reuniones explicativas para dar a conocer el Proyecto, mostrando la constitución, las etapas, tiempos de desarrollo y los beneficios que atraerá.
2. Inversores Privados :
  - a) Centros de Salud.
  - b) Mutuales de la Región.
  - c) Obras Sociales.
  - d) Sindicatos.
  - e) Inversores Particulares.
  - f) Cadena de Hoteles.
  - g) Constructoras.
  - h) Otros.

En función de una encuesta que se realizó a fines de formular el proyecto, puede apreciarse que el Parque Termal viene a cubrir una serie de necesidades que en la actualidad poseen los agentes turísticos de Miramar:

### Que hace falta para mejorar la atención del Turista?



Fuente: Centro Comercial de Miramar. Año 2012.-

### Estaría interesado en participar con acciones en el Parque Termal?



Fuente: Centro Comercial de Miramar. Año 2012.-

## **F. OBJETIVOS Y METAS**

### **Objetivo del Eje Turístico del Plan Estratégico de la Región de Ansenuza**

*“Una Región con reconocimiento internacional, con turistas que visitan todo el año sus atractivos culturales y naturales, disfrutando las propiedades terapéuticas de sus aguas, ofreciendo productos turísticos sustentables explícitamente formulados, los que incluyen actividades y servicios de calidad brindados a través de infraestructuras, estructuras turísticas y recursos humanos de Excelencia.”*

### **Metas**

- Generar nuevas inversiones, trabajo y bienestar en los habitantes de la Localidad de Miramar y la Región de Ansenuza.
- Diseño de un Producto turístico integrado, incorporando los atractivos turísticos regionales, tanto naturales como culturales, extendiendo las actividades turísticas durante todo el año.
- Desarrollar la tipología de “Turismo Salud” a través de la participación del sector Público y Privado.

### **Objetivo Particular**

Desarrollar el nuevo Producto “PARQUE TERMAL” ya sea desde la perspectiva de salud como de entretenimiento, por medio de recursos naturales existentes: “fluido termal” para ampliar la oferta turística a los visitantes, rompiendo la estacionalidad, aprovechando y acrecentando los recursos actuales.

## **G. QUÉ VAMOS A HACER?**

Vamos a crear un NUEVO PRODUCTO, el “Producto Termas”, generando un NUEVO MERCADO, aprovechando la capacidad instalada en Miramar y en la Región de Ansenuza, rompiendo la estacionalidad del Turismo de verano, atrayendo nuevas inversiones, generando más trabajo y bienestar para todos los habitantes de la zona.

## **H. CUÁL SERÁ NUESTRA ESTRATEGIA?**

“SALUD, ECOLOGIA Y AVENTURA, TODO EN UN MISMO LUGAR...”

Existen en la Región factores determinantes a la hora de analizar los por qué de insertar a Miramar dentro del mercado de Turismo Salud. Son reconocidas las cualidades terapéuticas del agua y el barro de la Laguna de Mar Chiquita y un aire

excepcionalmente limpio. Si a un entorno natural óptimo le sumamos las características del agua termal, obtendremos a simple vista la inmejorable ocasión de sumar y complementar productos aprovechando la capacidad natural que ya se posee.

- El turismo de salud busca generar en el visitante armonía física y psicológica, nuestra Región puede ofrecer una amplia variedad de opciones, integrando la cultura local y los diferentes productos variados y característicos de la zona, para incorporar al resto de pequeños productores, artesanales o naturales por ejemplo.
- Hay que pensar que la persona que viene a realizarse un tratamiento, no viene sola, generalmente lo acompaña su grupo familiar directo a quienes también hay que cuidar, entretener y ofrecerles alternativas para que su estadía sea inolvidable.
- El turismo de salud es en un sentido existencial diferente de muchas otras formas de turismo. En este tipo es esencial enfocarse en el bienestar del huésped. Se debe tener la infraestructura adecuada para cumplir con todos los estándares, no anunciando lo que no se puede brindar.
- Se pueden realizar convenios a cambio de publicidad con diferentes Hospitales, Centros de Salud, Obras Sociales Privadas o Estatales para ingresar en mercados potenciales a explotar; efectuar convenios con Agencias de viajes en las localidades a las que interesa alcanzar, armar paquetes de destino, tener variedad de ofertas y folletería explicativa. Éstas serían desde un comienzo las tareas a realizar para comenzar a ofrecer al turista este producto diferente.

De este análisis de componentes y características podemos afirmar que Miramar de Ansenúza como eje del turismo, puede desarrollar nuevos PAQUETES turísticos rompiendo la estacionalidad, complementándose con los ya existentes, generando nuevas inversiones y más trabajo para la población de la Región.

## **I. QUIEN SERÁ NUESTRO PRINCIPAL CLIENTE EN EL PARQUE TERMAL?:** Análisis de demanda y determinación de público objetivo de parque termal Miramar.

### **a) Qué busca el turista?**

Un lugar para visitar en familia o pareja, donde una persona pueda desconectarse del ruido y sus problemas, disfrutando de un baño en aguas termales, nadando en el agua salada del Mar de Ansenúza, viendo el atardecer sumergido en un baño de fango, recorrer en lancha o velero buscando y avistando los flamencos rosados, pescar un pejerrey, realizar una cabalgata, acampar en una isla, pasear en cuadríciclo, salir de compras, cenar en un lindo restó manjares locales como nutria o un buen pescado, hacer un intento en el

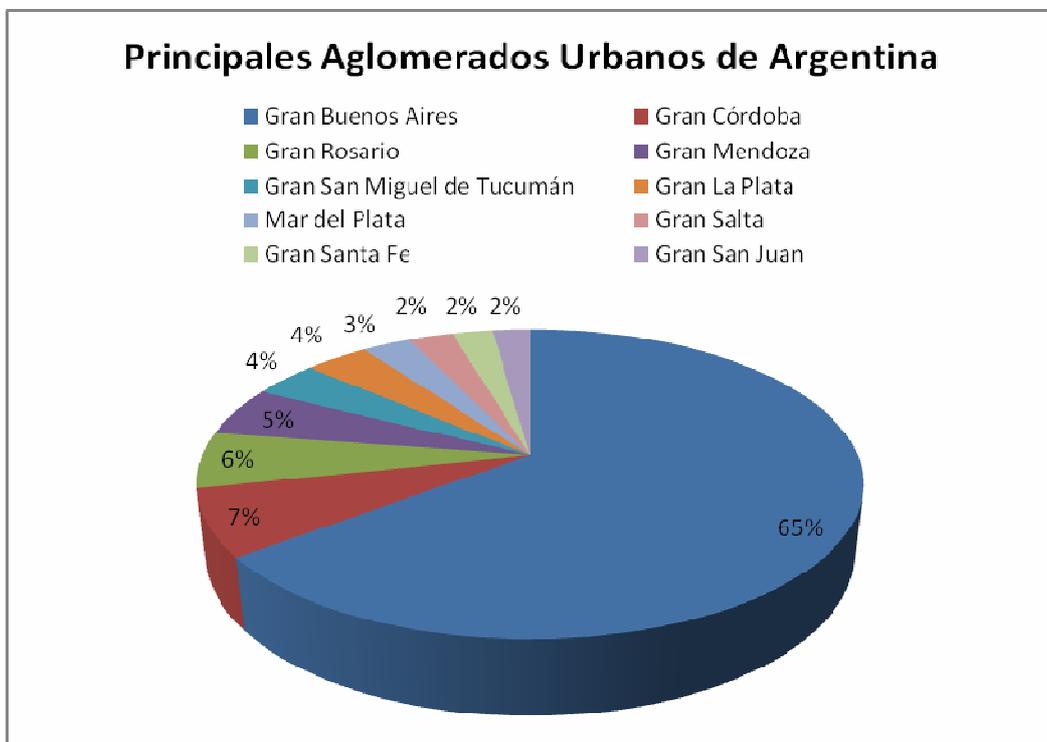
casino y dormir relajado en una buena cama, atendido de forma excepcional. Todo cerca de su casa, a un costo razonable y adaptado a cada bolsillo.

## b) Segmentación Geográfica

Para definir nuestro mercado potencial para el Parque Termal se ha utilizado la base de los clientes potenciales por cercanía geográfica, con facilidad de llegada y acceso por ruta y densidad de población de grandes centros urbanos.

### b.1 Principales aglomerados urbanos de Argentina

La Republica Argentina tiene la gran mayoría de centros Urbanos de más de 500.000 habitantes, en la denominada Región Pampeana, región a la que pertenece Miramar de Ansenusa y desde donde provienen históricamente sus visitantes. Hay que destacar también la existencia por cercanía y fácil acceso desde ciudades como Tucumán y Salta desde el Norte, como de Mendoza desde el Oeste y Neuquén desde el Sur, quienes históricamente aportan una cantidad considerable de turistas a las Sierras de Córdoba y que seguramente podremos contactar en un futuro.



Fuente: INDEC (Censo Nacional de Población y Vivienda 2010)

## **b.2 De dónde provienen los turistas que visitaron últimamente Miramar de Ansenúza?**

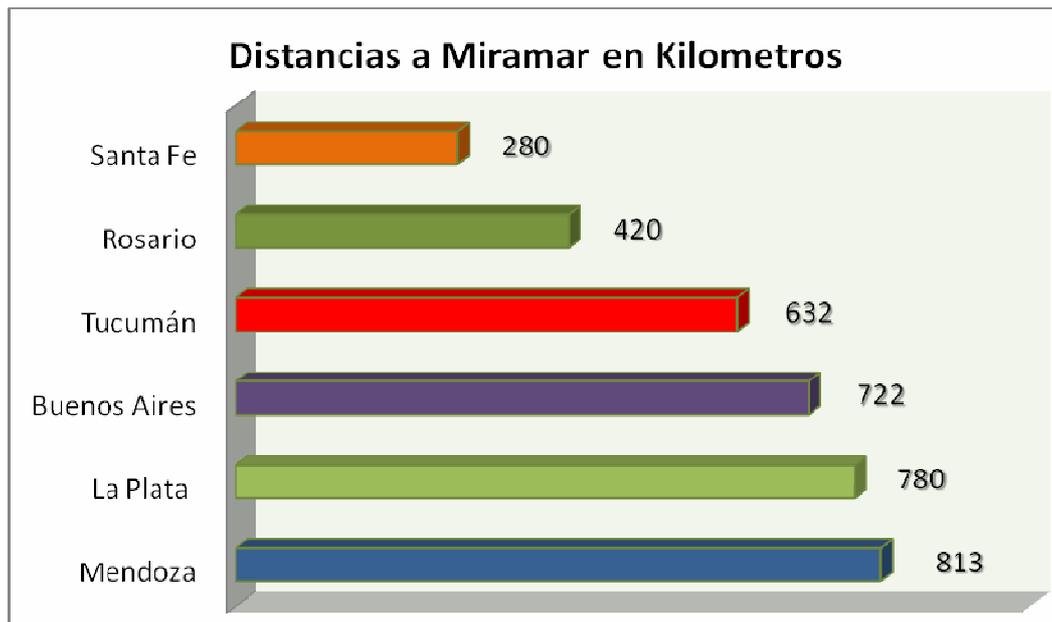
El turismo que visita la Región de Ansenúza, vislumbra el desconocimiento que hay sobre las localidades de la zona en cuanto a lo que actividad turística se refiere. Aunque en los últimos años aumentó la cantidad de visitantes provenientes de la ciudad de Córdoba, en relación al total es muy baja. Si a esto le sumamos los visitantes que llegan desde la Ciudad de Buenos Aires y alrededores, el resultado tampoco es significativo en proporción al volumen de gente que estos centros urbanos pueden generar en cantidad de visitas.

### **De dónde provienen quienes nos visitan:**



### **b.3 Distancia desde Miramar de Ansenúza:**

Los principales centros urbanos se encuentran a una distancia máxima de 813 kilómetros, lo que significa un viaje en vehículo sin mayores exigencias.



Fuente: Google Maps

#### **c) Segmentación Demográfica**

Mujeres y Hombres, jefes de familia, de edad mayores de 35 y hasta 65 años, que habita en ciudades, comerciantes, empleados públicos o pequeños empresarios, con un nivel socio económico medio y medio alto.

#### **d) Segmentación Psicográfica**

Personas adultas que habitan en grandes ciudades, que trabajan muchas horas, que poseen solvencia económica, que gustan salir en pareja o familia, que disfrutan de la naturaleza y de pequeños placeres, que viajan, que tienen movilidad propia.

## **ANEXOS**

- **ESTUDIO GEOLÓGICO**







- **Flujos de Fondos Análisis de Inversión Parque Termal.**









- **APÉNDICE BIBLIOGRÁFICO**

**Libros:**

- NEW IDEAS FOR MARKETING YOUR BRAND: BY DR. PETER TARLOW, PRESIDENT OF TOURISM & MORE, INC., SPECIAL TO ETN | MAR 01, 2013
- Rinncar, Thomas C. [Investigación de Mercados.](#)/ Thomas C. Rinncar. [Edición](#) DEUSTO, 1991.
- 
- Kotler, P. [Análisis](#), [Planificación](#), [Gestión](#) y [Control](#) de Marketing.1997

**Notas y Artículos:**

- Mitos y realidades del turismo medico By: [Andy Bezara Higle](#) | [2012/01/03](#)
- Turismo medico y el reto de los gobiernos By: [Andy Bezara Higle](#) | [2011/07/30](#)
- promoción de turismo médico, Adán Mondragón El Sol de Tijuana, 16 de mayo de 2011

**Links de interés:**

- <http://www.turismocordoba.com.ar/miramar/aguas-curativas.php>
- <http://www.granhotelviena.com/las-aguas-de-la-laguna/>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Miramar\\_%28C%C3%B3rdoba%29](http://es.wikipedia.org/wiki/Miramar_%28C%C3%B3rdoba%29)
- <http://www.miramarcordoba.com.ar/marchiquita.html>
- [http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo\\_salud\\_espana.pdf](http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo_salud_espana.pdf)
- <http://www.tourismandmore.com/tidbits/el-turismo-y-la-buena-salud-turismo-medico/>
- <http://www.esglobal.org/los-cinco-destinos-estrella-del-turismo-medico>
- <http://www.argentina.ar/temas/turismo/7592-turismo-medico-en-argentina>