

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO

“El diseño y los recursos turísticos del balneario La Calera”

Proyecto de titulación previa la obtención del
título de Ingeniera en Turismo y Ecoturismo

AUTOR: Tania Pamela Piarpuezán Ruano

ASESOR: Ing. Eduardo Javier Pozo Burgos. Msc.

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2016

CERTIFICADO.

Certifico que la estudiante Tania Pamela Piarpuezán Ruano con el número de cédula 0401664024 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “El diseño y los recursos turísticos del balneario La Calera”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Ing. Eduardo Javier Pozo Burgos. Msc

Tulcán, Julio 2016

AUTORÍA DE TRABAJO.

El presente trabajo de investigación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Turismo y Ecoturismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias Y Ciencias Ambientales

Yo, Tania Pamela Piarpuezán Ruano con cédula de identidad número 0401664024 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



.....
Tania Piarpuezán

Tulcán, Julio 2016

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Tania Pamela Piarpuezán Ruano, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, Julio 2016



Tania Pamela Piarpuezán Ruano
CI 0401664024

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios por la vida y las oportunidades que me brinda cada día.

A mis padres por su apoyo incondicional en mi formación profesional, su constancia y apoyo en las decisiones que esto conlleva.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, quien forma profesionales comprometidos con el desarrollo regional y del país, por ser la institución forjadora de sueños

A mi Tutor Msc. Javier Pozo, por compartir conocimientos y ser el guía en el desarrollo del tema investigativo.

DEDICATORIA

A mi Familia por ser la principal motivación para salir adelante, por siempre apoyarme en los momentos difíciles y ser ese pilar fundamental en mi vida.

Por todo ese cariño y afecto, a ellos, dedico este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE TRABAJO.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	x
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
I. EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 3 -
1.3. DELIMITACIÓN.....	- 3 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 3 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 5 -
1.5.1 Objetivo General.....	- 5 -
1.5.2 Objetivos Específicos.....	- 5 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	- 6 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 6 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 12 -
2.2.1. Constitución del Ecuador (2008).....	- 12 -
2.2.2. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador.....	- 14 -
2.2.3. Agenda para la Transformación Productiva Territorial Provincia del Carchi.....	- 15 -
2.2.4. Plan Nacional Del Buen Vivir.....	- 16 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	- 17 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	- 18 -
2.4.1. La teoría del espacio turístico.....	- 18 -
2.4.2. Turismo.....	- 30 -
2.5. VOCABULARIO TÉCNICO.....	- 42 -
2.6. HIPÓTESIS.....	- 43 -
2.7. VARIABLES.....	- 44 -

III. METODOLOGÍA.....	- 45 -
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 45 -
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 46 -
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 47 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 48 -
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 54 -
3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 59 -
3.6.1. Análisis e Interpretación de resultados.....	- 59 -
3.6.2. Interpretación general de datos.....	- 97 -
3.6.3. Verificación de hipótesis.....	- 98 -
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 103 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 103 -
4.2. RECOMENDACIONES.....	- 104 -
V. PROPUESTA.....	- 105 -
5.1. ANTECEDENTES.....	- 105 -
5.2. JUSTIFICACIÓN.....	- 108 -
5.3. OBJETIVOS.....	- 110 -
5.4. VARIABLES.....	- 111 -
5.5. INDICADORES.....	- 111 -
5.6. MATRIZ DE RELACIÓN.....	- 112 -
5.7. MECÁNICA OPERATIVA.....	- 112 -
5.8. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA OFERTA . - 113 -	
5.9. ASPECTOS RELEVANTES DE LA OFERTA.....	- 114 -
5.10. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	- 114 -
5.11. ASPECTOS RELEVANTES DE LA DEMANDA.....	- 115 -
5.12. FUNDAMENTACIÓN.....	- 116 -
5.13. MACRO LOCALIZACIÓN.....	- 128 -
5.14. MICRO LOCALIZACIÓN.....	- 128 -
5.15. NOMBRE DE LA EMPRESA.....	- 129 -
5.16. PROPUESTA ADMINISTRATIVA.....	- 129 -
5.17. PROPUESTA OPERATIVA:.....	- 142 -
5.18. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO:.....	- 146 -

5.19. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN.....	- 177 -
5.20. PROPUESTA LEGAL.....	- 180 -
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	- 184 -
VII. ANEXOS.....	- 192 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Delimitación	- 3 -
Tabla 2: Historia de los Balnearios	- 35 -
Tabla 3 Operacionalización de Variables.....	- 48 -
Tabla 4 Propiedades terapéuticas del agua.....	- 58 -
Tabla 5 Infraestructura.....	- 58 -
Tabla 6: Lugar de procedencia	- 59 -
Tabla 7: Intervalo de edades.....	- 61 -
Tabla 8: Género	- 62 -
Tabla 9: ¿Es la Primera vez que visita el Balneario?	- 63 -
Tabla 10: ¿Qué medio usted utilizo para llegar al Balneario?.....	- 65 -
Tabla 11: Frecuencias de visita	- 66 -
Tabla 12: ¿Ha recomendado usted el Balneario a otras personas?	- 67 -
Tabla 13: ¿Cuál es su grado de satisfacción con el servicio prestado del Balneario?.....	- 69 -
Tabla 14: En comparación con otras alternativas de Balnearios en la Provincia del Carchi, ¿cómo le parece el servicio?.....	- 70 -
Tabla 15: ¿Utilizaría el servicio nuevamente?	- 72 -
Tabla 16: Grado de Satisfacción relacionado con la utilización del servicio nuevamente.....	- 73 -
Tabla 17: Calidad del Servicio	- 75 -
Tabla 18: Relación Precio	- 77 -
Tabla 19: Experiencia en el Balneario La Calera.....	- 78 -
Tabla 20: Instalaciones	- 80 -
Tabla 21: Promoción.....	- 81 -
Tabla 22: ¿El Balneario cumple mi necesidad de visita?	- 82 -
Tabla 23: ¿El Balneario utiliza la señalética adecuada?	- 84 -

Tabla 24: ¿Qué otros servicios le gustaría que se ofrezca en el balneario?... - 85 -
Tabla 25: De las siguientes actividades cual le gustaría realizar en el balneario - 88 -
Tabla 26: ¿Ha tenido problema al momento de visitar el Balneario? - 91 -
Tabla 27: Piensa que la distribución de las áreas es adecuada - 92 -
Tabla 28: Piensa que la distribución de las áreas es adecuada - 93 -
Tabla 29: Análisis físico – químico de las aguas de La Calera - 96 -
Tabla 30: Frecuencias Obtenidas - 100 -
Tabla 31: Frecuencias Esperadas - 100 -
Tabla 32: Cálculo del estadístico apropiado - 101 -

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Tipologías del espacio físico..... - 25 -
Ilustración 2: Relaciones entre los elementos del espacio turístico - 30 -
Ilustración 3: Tabla de distribución de Chi-Cuadrado - 102 -
Ilustración 4 Ubicación Geográfica - 105 -
Ilustración 5 Balneario La Calera - 106 -
Ilustración 6 Piscinas de Agua Termal..... - 119 -
Ilustración 7 Restaurante - 119 -
Ilustración 8 Áreas Verdes - 120 -
Ilustración 9 áreas Húmedas - 120 -
Ilustración 10 Servicio de Alojamiento - 121 -
Ilustración 11 Cerca que rodea el Balneario - 121 -
Ilustración 12 Casilleros - 122 -
Ilustración 13 Servicio de Garaje - 122 -
Ilustración 14 Camping - 123 -
Ilustración 15 Juegos Infantiles Deteriorados - 123 -
Ilustración 16 Canchas Deportivas - 124 -
Ilustración 17 Ingreso al Servicio de Bar..... - 124 -
Ilustración 18 Lugar de Pic nic - 125 -
Ilustración 19 Sendero hacia la Cueva - 125 -
Ilustración 20 Señalización del Balneario - 126 -

RESUMEN EJECUTIVO.

“El diseño y los recursos turísticos del balneario La Calera” nace de la problemática en su diseño enfocado a la construcción civil dejando a un lado la parte de optimización de los recursos enfocados al tema turístico, el cual ha provocado un desaprovechamiento del espacio. Además, desde la creación e inauguración de La Calera no ha existido un mejoramiento en la parte arquitectónica como de las nuevas tendencias de esparcimiento, ocio y recreación.

Con la adecuada distribución de las áreas de recreación permitirá un aprovechamiento de los recursos turísticos, brindando un servicio de calidad. Así también una planificación adecuada sobre el espacio físico permitirá una relación armónica entre el medio natural y las personas, relacionándolas en un mismo elemento.

Los beneficiarios serán quienes hacen uso directo de los servicios, los cuales serán favorecidos con las mejoras propuestas en la distribución de las áreas de recreación, generando un adecuado aprovechamiento turístico de los recursos que posee el cantón Espejo; brindando un servicio de calidad que pretenda abarcar la mayoría de las necesidades de los visitantes, atendiendo sus sugerencias y problemáticas, enfocadas en el aprovechamiento de los recursos turísticos existentes en el balneario y que brinde satisfacción al cliente y por ende ayudará a un desarrollo local, mejorando la calidad de vida y enfocándose a los planes de desarrollo nacionales.

Por tal motivo se diseña una nueva distribución de las áreas de recreación del balneario para un adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos, tomando en cuenta modelos de distribución de áreas de recreación, todo esto presente en un rediseño técnico administrativo con las nuevas tendencias actuales e innovadoras atractivas para los visitantes y turistas.

ABSTRACT.

The topic "Design and tourism resources in La Calera Baths" originates in its design focused on civil construction which does not include issues such as optimization of resources focused on tourism, which causes a waste of space. Moreover, since its opening, there has not been any improvement work related to the architectural structure and the new trends in leisure and recreation constructions.

Proper distribution of recreation areas will allow to use efficiently all tourism resources and to provide quality service. A proper planning on the physical space will allow a harmonious relationship between natural environment and people which converge into the same element.

Beneficiaries of this project will be those who make direct use of this service, which will be favored with the proposed distribution improvements in recreation areas and at the same time it will generate an appropriate use of tourism resources in Canton Espejo which provides a quality service that seeks to meet the needs of visitors, their suggestions and requirements, focusing on the use of existing tourism resources in the baths and at the same time provide customer satisfaction and help local development by improving life quality focused on national development politics.

Therefore; a new distribution of recreation areas is designed for proper utilization of tourism resources, taking into account new models of distribution in recreation areas, all included in an administrative-technical redesign which follows current and innovative trends attractive for visitors and tourists.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo es un aporte a la Actividad Turística de la Provincia del Carchi, cuyo tema investigativo es “El diseño y los recursos turísticos del balneario La Calera” ubicado en el Cantón Espejo.

Se presentan los Capítulos I, II III y IV que pertenecen a la elaboración del Problema investigativo, fundación teórica del proyecto, Metodología, Conclusiones y Recomendaciones; manifestando la importancia de la misma y el adecuado aprovechamiento que debe existir en los establecimientos de actividades turísticas, se presenta la respectiva operacionalización de variables en la cual permite identificar las dimensiones del tema investigativo y los diferentes medios de obtención de información con una metodología que permita la adecuada recolección de información.

Se presentan las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegó en estas 4 primeras fases las cuales, indican que la deficiente distribución de las áreas de recreación del balneario La Calera y si índice en el aprovechamiento de los recursos turísticos, por tal motivo se presenta como V capítulo la propuesta que permita dar solución a este problema.

En el V capítulo se hizo el rediseño técnico turístico del balneario en el cual se presenta la parte estructural y funcional de la empresa, así también se diseñaron las nuevas actividades obtenidas en levantamiento de información por los visitantes, de esta forma se cumple con la investigación, satisfaciendo las necesidades propuestas en el estudio de mercado.

I. EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El balneario La Calera ubicado a 10.3 Km de la ciudad de El Ángel, parroquia San Isidro, es un lugar que posee beneficios naturales por medio de sus aguas termales y por ende la afluencia de turistas que visitan este lugar es muy notoria a pesar de que no se lleva un adecuado manejo del ingreso de turistas a sus instalaciones, además no se oferta una gama de actividades para realizar dentro de sus instalaciones lo que conlleva a un abandono y deterioro de las mismas; más de dos hectáreas de terreno con señalización y señalética muy escasa e inadecuada que genera el incorrecto uso de sus instalaciones y desconocimiento de actividades recreacionales como el camping, fogatas o asados dañando de cierta manera las áreas verdes, la presencia de recursos turísticos como una cueva y un río que antiguamente se podía visitar dentro del balneario han perdido importancia ya que el sendero hacia estos lugares no posee la adecuada implementación, todo eso se ve evidenciado en el diseño empírico del balneario La Calera que ocasiona una deficiente distribución de las áreas de recreación lo que provoca un desaprovechamiento de los recursos turísticos.

El balneario La Calera es un establecimiento que presenta actividades de recreación con presencia de aguas termales e instalaciones que no poseen un adecuado manejo, como se evidencio en la salida de observación en el mes de Octubre 2014 lo que lleva a identificar que incumple con la parte técnico administrativo de un lugar turístico.

Es esta fase de observación se identificó que la señalética y señalización del lugar es muy escueta, por tal motivo los turistas poseen dificultad de traslado a dicho lugar y no identifican las diferentes actividades de recreación dentro del balneario (camping, fogatas, asados, entre otras), así como también se pudo identificar recursos turísticos que actualmente no se los toma en

cuenta de una manera adecuada, lo que genera un desaprovechamiento de los mismos, el sendero hacia la cueva y el río que antiguamente eran visitados por los turistas no se encuentra en condiciones técnicas presentes en el Manual de señalización turística (INEN, 2011), lo que muestra el empirismo en el diseño del balneario La Calera.

Según Chamorro (2014) ex administrador del balneario expresó, en la entrevista personal no estructurada que el ordenamiento de espacios para realizar actividades recreativas como los juegos infantiles, el camping, o fogatas, son colocados sin un criterio técnico para los turistas, omitiendo otras actividades que los turistas les gustaría realizar dentro del balneario.

El empirismo del diseño del balneario La Calera ha dejado espacios en abandono y que no cumple con condiciones adecuadas para su visita como lo explica Boullón (2006) en el libro Espacio turístico y desarrollo sustentable:

Dentro de un país o una región, el espacio turístico comprende a aquellas partes del territorio donde se verifica -o podría verificarse- la práctica de actividades turísticas. La primera situación corresponde a los lugares donde llegan los turistas, y la segunda a aquellas partes a las que podrían llegar, pero no lo hacen; ya sea porque son inaccesibles para ellos, o porque la falta de caminos y senderos aceptables que conduzcan a ellos y faciliten su recorrido, así como de comodidades mínimas en el lugar, desalienta su visita. (pág. 56)

Esto ocasiona que los turistas no realicen diversas actividades y utilicen estos espacios para otras actividades en muchos casos que dañan las áreas del balneario y lo llevan a un deterioro.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

La deficiente distribución de las áreas de recreación ocasionada por el diseño empírico del balneario La Calera provoca un desaprovechamiento de los recursos turísticos.

1.3. DELIMITACIÓN.

Tabla 1: Delimitación

País	Ecuador
Región	Uno
Provincia	Carchi
Cantón	Espejo
Parroquia	San Isidro
Objeto	Deficiente distribución de las áreas de recreación
Sujeto	Desaprovechamiento de los recursos turísticos que posee el balneario La Calera.
Fecha de inicio	Octubre de 2014
Fecha de finalización	Mayo de 2016

Elaborado por: Tania Piarpuezán.

1.4. JUSTIFICACIÓN.

La importancia del presente proyecto de investigación coexiste en la notoria visita de turistas nacionales y extranjeros que acuden al balneario La Calera, información evidenciada en la salida de observación realizada en el mes de Octubre 2014; que hacen uso de sus instalaciones y que se lo reconoce por ser un lugar de recreación y salud, al contar con aguas termales, las cuales son buenas para la salud como manifiesta Méndez (2010), que entre las propiedades curativas de las aguas termales están:

- Estimulan las defensas del organismo.
- Depuran la sangre, eliminándose las toxinas y productos de desechos por la sudoración y diuresis que provocan.
- Estimulan las secreciones del tracto digestivo y del hígado, ayudando así a la digestión.
- Reactivan el metabolismo retardado en muchos reumáticos.

- Tienen poder desestabilizante sumamente útil, considerando la participación alérgica en el orden de las afecciones reumáticas.
- Su poder analgésico y calmante de dolores de estas aguas es bien conocido.
- Relajan los músculos y por su acción revulsiva y resolutive, actúan sobre los edemas, tumefacciones y procesos crónicos fibrosos.
- Sedan el sistema nervioso, siendo un sedante y relajante, ideal para el stress y el ritmo de vida actual.

Por tal motivo no debe desaprovecharse turísticamente, ni mucho menos dejarlo al olvido, este requiere de un adecuado manejo que permita potencializar el turismo del sector.

La investigación servirá para generar una adecuada distribución de las áreas que permita un aprovechamiento turístico de los recursos que posee el cantón Espejo y por ende ayudará a un desarrollo local, mejorando la calidad de vida y enfocándose a los planes de desarrollo. (MCPEC, 2011)

La ejecución del proyecto generará impactos de forma positiva en el sector ya que no se alterará de ninguna forma aspectos aledaños al lugar de investigación ni a éste, más aún se podría mejorar la calidad de agua del río que pasa al pie del balneario tomando en cuenta los derechos de la naturaleza como se manifiesta en el Plan Nacional del Buen vivir:

Sociedad en armonía con la naturaleza

El reconocimiento de los derechos de la naturaleza y la garantía de un ambiente sano y sostenible, como establece la Constitución, demandan respeto y equilibrio entre los ecosistemas, su gigantesca biodiversidad, sus dinámicas y tiempos. También exigen la valoración de la naturaleza y sus funciones, así como el planteamiento de las actividades humanas dentro de

los límites biofísicos de los ecosistemas en los territorios, asumiendo responsabilidad con las futuras generaciones. (SENPLADES)

Los beneficiarios directos de esta investigación serán los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Balneario La Calera y que harán uso de sus instalaciones; como beneficiarios indirectos son las personas que ofertan servicios de transporte hacia el balneario por tanto genera fuentes de trabajo.

Al analizar la factibilidad bibliográfica, técnica y económica es conveniente afirmar que se trata de una investigación en su mayor parte bibliográfica por tal motivo los gastos son menores; adicionalmente se tiene el acompañamiento por parte del actual administrador del balneario.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

- Diseñar la distribución de las áreas de recreación del balneario La Calera para un adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Investigar los modelos de distribución de áreas de recreación para un aprovechamiento de los recursos turísticos.
- Determinar el modelo adecuado de distribución de áreas de recreación en el balneario La Calera para el aprovechamiento de los recursos turísticos.
- Aplicar los modelos de distribución de las áreas de recreación en el rediseño técnico turístico del balneario La Calera para un aprovechamiento de los recursos turísticos.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Se han realizado algunas investigaciones referentes a balnearios y áreas de recreación turística como:

Tema: Balneario Recreativo "UNCIA"

Autor: Edwin Benigno Olmos Guzmán

Lugar: Bolivia

Objetivo general

- El diseño de un balneario recreativo como respuesta a las necesidades y requerimientos de la población.

Objetivos particulares

- Lograr que el diseño se integre al contexto natural
- Concebir que el proyecto sea parte de una estructura regional
- Hacer uso adecuado de los recursos naturales.
- Que el diseño logre el renacimiento de un lugar público.
- Ofrecer una alternativa de esparcimiento físico y natural a través de una actividad y entretenimiento

El Autor Olmos (2005) menciona que:

El Balneario está situado a 1.5Km de distancia de la ciudad de Uncía capital y primera sección de la provincia bustillo del norte de Potosí - Bolivia. Proyecto que se inspira en el desaprovechamiento de los elementos naturales como son las aguas termales, fuentes naturales de los que se puede aprovechar

los beneficios que esta puede dar según las características naturales que estas otorgan para el campo de la salud y la recreación que al ser aprovechado otorgarían muchos beneficios no solo al lugar de emplazamiento sino que a todo el municipio, como en los aspectos socio económicos, turismo, salud y lo más importante lo que es ala (snc) recreación, que al ser plasmado este equipamiento, impulsaría al municipio de Uncía a producir equipamientos que ayuden al funcionamiento de este establecimiento generando así lo es recursos propios al municipio y distintas organizaciones como la creación de una línea de transporte terrestre al lugar, apertura de casetas de benta (snc) de productos, la incorporación del turismo en la región, y un lugar para el municipio de recreación con actividades de descanso, libertar corporal y aseo personal del individuo.

La perspectiva de la creación de un balneario involucra varios aspectos técnicos que se encuentran ligados con el aprovechamiento de recursos turísticos, el estudio realizado toma en cuenta la información obtenida en la recolección de información y se basa practicante en satisfacer las necesidades que poseen los turistas. Una conclusión es que existen parámetros que le pueden ayudar con la continuación del proyecto pero de la misma manera otros que no ayudarían a la factibilidad del proyecto por lo que propone un nuevo diseño de los balneario de Uncía que cubra con la demanda presente.

Tema: Diagnóstico y tendencias del turismo de Balnearios en Andalucía

Autor: Rosa María Anaya Aguilar

Lugar: Málaga

Objetivo general

Objetivos particulares

- .Estudiar los orígenes del turismo de balneario (intermedio).
- Analizar el estado de la investigación sobre el turismo de balnearios en el mundo y en particular en España y la calidad aplicada al turismo (intermedio).
- Analizar la situación de este turismo en el mundo y particularmente en Europa, España y Andalucía (final).
- Identificar los problemas principales del turismo de balnearios en Andalucía desde las ópticas cualitativa y cuantitativa (intermedio).
- Evaluar la asociación de variables sociodemográficas y características del tipo de
- visita en la satisfacción de los usuarios (intermedio).
- Identificar y describir grupos homogéneos de turistas de balneario en Andalucía (final).
- Determinar la tendencia futura del turismo de balnearios en Andalucía (final).

METODOLOGÍA:

El diseño del presente estudio, se desarrolló siguiendo la secuencia siguiente:

- Epistemología y encuadramiento territorial del trabajo.

- Metodología del trabajo de campo:

- Investigación cualitativa: Observación participante
- Investigación cualitativa: Delphi sobre la oferta de balnearios de Andalucía
 - ✓ El método.
 - ✓ Criterio de elección de expertos.
 - ✓ El instrumento: el cuestionario.
 - ✓ Obtención y trasmisión de la información.
 - ✓ Fin del proceso.
- Investigación cuantitativa: Análisis de contenidos de las páginas WEB de los balnearios de Andalucía.

- Investigación cuantitativa: Encuesta de satisfacción de los usuarios de balnearios de Andalucía.
 - ✓ Universo objeto de estudio.
 - ✓ Tamaño de la muestra.
 - ✓ Varianza poblacional.
 - ✓ Nivel de confianza.
 - ✓ Tipo de muestreo.
 - ✓ Aportaciones metodológicas.
 - ✓ Fiabilidad del cuestionario.
 - ✓ Análisis factorial, cálculo de dimensiones y validez del constructo.

La investigación profunda sobre balnearios abre grandes conocimientos de donde surgió esta necesidad, actualmente estos lugares como los balnearios no son solo lugares medicinales en su mayoría; hoy en día muestra un cambio de visión, puesto que las personas acuden a él por actividades complementarias como alternativas para salir de la cotidianidad y realizar acciones de recreación.

Y concluye que:

“Estudiar los orígenes del turismo de balneario (intermedio)”.

1. Los balnearios son los precursores del turismo de salud y es un fenómeno que se remonta a la antigüedad.
2. En los últimos años está en auge el turismo termal en todos los países de la Comunidad Europea. En España además está en auge el fenómeno de “balneario urbano” utilizando el término balneario de forma inadecuada, como fenómeno independiente de la tipología de agua, como centros desligados de la dirección médica y de la regulación legal que rige a los balnearios tradicionales.

3. El balneario ya no es un establecimiento para personas mayores y su objeto inicial que eran las curas de salud ha pasado a combinarse con el descanso, la diversión y la belleza. (Aguilar, 2011)

Tema: Proyecto de la Factibilidad de la Creación de un Complejo Turístico en el Cantón Santa Lucía

Autor: Lucin Alexis, Ruiz Mercedes, Zumba Saida

Objetivo General

Evaluar económica y financieramente la implementación del Complejo Turístico con el fin de lograr un desarrollo sostenible en el largo plazo

Objetivos particulares

Conocer el nivel de la demanda por este de infraestructura a través de una investigación de mercado.

- Definir las características físicas del Complejo y su localización de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.
- Determinar el nivel óptimo de infraestructura de acuerdo al nivel de demanda.
- Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR).
- Analizar la factibilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

CONCLUSIONES

- Se destaca además el efecto multiplicador de la economía ecuatoriana, ya que por estar provista de muchos insumos, el Complejo puede hacer uso de ellos, sin necesidad de tener que buscarlos fuera del país; incentivando en su justa medida la producción local y nacional; además creando empleos indirectos.

- La factibilidad del proyecto se mantiene, incluso frente a eventuales variaciones en la demanda de horas esperadas, tasa de descuento y costos; como lo demuestra la simulación de escenarios realizada a través de la herramienta “Crystal Ball”
- Con todo esto lo que se espera es lograr el desarrollo del Cantón al otorgarle a la sociedad un lugar sano de esparcimiento a un precio módico y de esta manera se concluye que el Municipio de Santa Lucía es capaz de autofinanciarse por sí mismo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner énfasis en el desarrollo de actividades que se conviertan en otras fuentes de ingreso como el caso de Paseos en Canoa y uso de Canchas Multiuso, ya que es un componente importante del flujo de caja.
- Que el Municipio del Cantón en conjunto con la Empresa privada elaboren planes de acción para lograr una mayor afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales de tal manera que favorezcan el desarrollo sostenible a través del turismo receptivo.
- Realizar programas de capacitación turística dirigida a toda la comunidad y al personal directo con el propósito de incentivar el espíritu turístico.

Lucin, Ruiz, & Saida (2009) dividen el proyecto de factibilidad en tres etapas en las cuales identifican ubicación, servicios y delimitación de infraestructura en los que toman en cuenta la distribución de espacios para la ubicación de las diferentes actividades a realizar en el complejo turístico.

Este proyecto de factibilidad toma en cuenta el estudio de mercados y la implementación del marketing para el adecuado manejo del complejo identificando los beneficios que el cantón Santa Lucía Obtendrá luego de esta investigación.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

2.2.1. Constitución del Ecuador (2008)

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

El medio natural en el cual vivimos merece respeto y cuidado, es por ello que cada uno somos responsables del manejo mediante un aprovechamiento adecuado y minimizando impactos que se pueden ocasionar a la madre Tierra.

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

Tener cuidado con la naturaleza es responsabilidad de todos quienes estamos rodeados de ella, tener en cuenta que los beneficios que puede brindar son múltiples y es por ello que el manejo debe llevar un minucioso cuidado para que esta traiga beneficios y perdure en el tiempo.

Art. 261.- El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre:

7. Las áreas naturales protegidas y los recursos naturales.

Uno de los derechos de la naturaleza es la protección de áreas naturales protegidas y los recursos naturales, que con sus características de diferenciación hacen de estas unos lugares de mayor cuidado.

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Un desarrollo se logra involucrando a todos los factores que intervengan en un entorno, buscando un equilibrio entre estos y que mejoren la calidad de vida de las personas procurando mantener y respetar las diferentes manifestaciones presentes y de gran importancia la relación con el medio natural.

Art. 397.-

2. Establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales.

Un adecuado manejo hacia un lugar requiere de diferentes planificaciones para que se mantengan en un correcto estado, no se afecte su conservación.

2.2.2. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador

“PLANDETUR 2020”

Los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020 a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, son los siguientes:

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país...
2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
5. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho...

7. Atraer una demanda turística internacional selectiva, conciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.

Los objetivos del PLANDETUR 2020 se ven evidenciadas las diferentes estrategias para desarrollar la actividad turística dentro y fuera de país, potencializando cada uno de los lugares que poseen interés turístico y que brindan un servicio de diferenciación, así también el cuidado de este mediante objetivos, políticas y formas de planificación adecuada para un desarrollo sostenible y sustentable.

2.2.3. Agenda para la Transformación Productiva Territorial Provincia del Carchi

Objetivo

- El objetivo de la agenda es potenciar el desarrollo endógeno (desarrollo que se ajusta a la naturaleza de un territorio) para construir una zona más competitiva, más equitativa y con mayores oportunidades en los mercados interno y externo.

Las sinergias entre los agentes son un componente esencial para activar la producción, a través de factores relacionados con el conocimiento y la innovación.

El desarrollo provincial debe dar cuenta de las vocaciones productivas y las ventajas comparativas existentes, concentrándose en potenciar los recursos locales sobre los que se basa una producción que es diferente a la de otros territorios, y garantizando la competitividad.

Para esto es necesario un proceso de intervención multisectorial (en todos los sectores que son territorialmente más potentes), para favorecer la complementación entre agricultura, industria y servicios.

Además, busca un sentido de pertenencia a un territorio, aspecto muy poderoso para que las empresas interactúen en un espacio local común y

produzcan un doble efecto: dinamizar la producción e integrar a la sociedad (con especial atención en el respeto por los derechos laborales).

Pero, además, se percibe la necesidad de una cohesión y complementación de las políticas de los niveles nacional y subnacional, con los proyectos o programas locales de desarrollo territorial.

No hay que dejar de lado la articulación con otras provincias, con otros territorios, que hacen parte de las dinámicas productivas o de procesos integrados de competitividad sean urbanos o rurales, internos o externos.

De otra parte, hay que establecer un sistema de coordinación entre los productores que interactúen, para definir normas que estructuren las formas de trabajar y actuar de los productores, para que se pueda aprovechar de mejor manera los emprendimientos innovadores.

La dotación de bienes públicos contribuye al crecimiento y al desarrollo territorial, que involucra mejorar la productividad, dotar de infraestructura productiva, aprovechar conectividad y el acceso a la información, establecer centros de investigación y formación, construir sistemas de riego, crear líneas de crédito dirigido, entre otros.

El trabajo en equipo es una base fundamental para el desarrollo, los elementos que la conforman trabajan de manera conjunta para potencializar sectores en diferentes aspectos como lo son la agricultura, industria y servicios, estos relacionados con el crecimiento territorial enfocado en la equidad.

2.2.4. Plan Nacional Del Buen Vivir

Sociedad en armonía con la naturaleza

El reconocimiento de los derechos de la naturaleza y la garantía de un ambiente sano y sostenible, como establece la Constitución, demandan respeto y equilibrio entre los ecosistemas, su gigantesca biodiversidad, sus dinámicas y tiempos. También exigen la valoración de la naturaleza y sus funciones, así como el planteamiento de las actividades humanas dentro de los límites biofísicos de los ecosistemas en los territorios, asumiendo responsabilidad con las futuras generaciones. El funcionamiento de la

economía debe minimizar los impactos ambientales y sociales de sus actividades productivas e industriales. Para esto, debe basar su planificación en las capacidades y características de los territorios, para privilegiar las actividades que utilicen el valor de la naturaleza, minimizando y controlando las actividades extractivas, extensivas e intensivas; debe también priorizar una gestión ecoeficiente de los recursos materiales y energéticos, mediante la aplicación de tecnologías y prácticas que posibiliten la integridad de los ecosistemas. El bioconocimiento y la valoración de los servicios ecosistémicos articulan el patrimonio natural con el talento humano, la investigación, la tecnología y la innovación. Este enfoque representa una enorme oportunidad para diversificar la matriz productiva del país. Primacía de los bienes superiores El acceso a bienes superiores es un derecho, jamás debe ser un privilegio. Los bienes superiores son fundamentales para alcanzar una vida plena, deben ser provistos por el Estado y no ser mercantilizados; están contemplados en nuestro marco constitucional. La primacía de los bienes superiores implica un replanteamiento de la teoría económica convencional que no los toma en cuenta, dado que el mercado ocupa el centro de la organización de la sociedad y desplaza al ser humano.

Los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir buscan el cuidado y el respeto a la naturaleza y a quienes habitan en ella relacionándolos en un ambiente de integración, enfocado en los artículos de la constitución y alineado al cambio de matriz productiva.

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

HUMANO:

Una característica de los balnearios con aguas termales es que ayudan a curar enfermedades con sus propiedades medicinales, es por ello que la investigación ayudará a turistas nacionales y extranjeros a que reparen su salud y a eliminar toxinas que estos posean en su cuerpo mejorando la calidad de vida de cada una de ellas.

SOCIAL:

Esta investigación ayudará al desarrollo de la parroquia San Isidro, así como también a la ciudad del Ángel, por la afluencia que estos realizan al balneario como un lugar de distracción y recreación, motivando a las personas a mejorar su calidad de vida.

ECONÓMICO:

La aparición de fuentes de trabajo con las que aporta el proyecto pueden ser varias, estas actividades ayudaran al desarrollo económico del cantón Espejo, y de la Provincia del Carchi por las diferentes necesidades que se debe cubrir al momento de que un turista visita un lugar.

AMBIENTAL:

El aporte ambiental es la base de la sostenibilidad, un lugar con espacios adecuados de esparcimiento y realización de actividades turísticas, minimiza impactos negativos al ambiente, ayuda a que se conserve de mejor manera los diferentes recursos naturales de forma sostenible y sustentable.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.

2.4.1. La teoría del espacio turístico

Al hablar del espacio turístico, hablamos del medio en el cual se ubican las cosas u objetos y la relación que éstos tienen con el medio. La teoría de espacio turístico abarca esta relación dividiéndolas según sus características, en cada subtema se especifica la clasificación y particularidades y la importancia de una adecuada distribución para un aprovechamiento adecuado del territorio en el cual se esté trabajando.

Autores como Panosso & Guilherme, (2012), Angulo, G (2002); Redalyc (2015) Guerrero & Cobs (2009); referencian la Teoría del espacio turístico según Roberto Boullón, pues hace grandes especificaciones y subdivisiones sobre este tema y abarca la mayoría de casos posibles, por tal motivo se ha tomado como referencia a este autor para el trabajo bibliográfico de la investigación.

2.4.1.1 Características de la planificación física

La planificación física es una técnica que pertenece a las categorías fácticas del conocimiento científico. Su finalidad es el ordenamiento de las acciones del hombre sobre el territorio y se ocupa de resolver armónicamente la construcción de todo tipo de cosas, así como de anticipar el efecto de la explotación de los recursos naturales (Boullón, 2006, pág. 58)

Por lo propuesto es necesario tomar en cuenta el adecuado manejo de los espacios y la planificación física de un lugar, en este caso turísticamente, verificando un manejo óptimo y que presente cambios significativos en un lugar.

Se originó como un intento por dar una respuesta racional a la necesidad de resolver los problemas creados por el uso anárquico del suelo, a partir del momento en que la expansión de la humanidad, en términos cuantitativos, trajo como consecuencia la competencia por el espacio en las áreas de la tierra en explotación y el avance hacia la conquista de otras partes incultas. (Ídem)

El inadecuado uso de los espacios hace que el suelo en el cual se realicen actividades no posean un uso determinado, e interfieren en la explotación del mismo. Aunque se debe cumplir con las necesidades de las personas hay que tener en cuenta el uso racional de la misma.

Su campo de acción es toda la superficie de la tierra, su objetivo es el ordenamiento del espacio y su función es la de perfeccionar el uso actual, procurando que no entre en crisis por el agotamiento prematuro de los recursos no renovables y por la explotación irracional de los renovables. En otro plano de acción, debe determinar la potencialidad de adaptación del suelo, para lo que debe medir su capacidad de absorber la expansión de los sistemas productivos actuales, provocada por la multiplicación de necesidades que va creando el mundo moderno.

Reduciendo las posibilidades de aplicación de la planificación física a las más generales, podemos decir que son dos:

- a) Planificación del espacio natural.
- b) Planificación del espacio urbano.

Ambas formas de operar requieren de la participación de una amplia gama de profesionales que abarca a arquitectos, topógrafos, geógrafos, geólogos, meteorólogos, oceanógrafos, especialistas en estudios de suelo, ingenieros industriales, ingenieros agrónomos, sanitaristas, urbanistas, diseñadores urbanos, paisajistas, ecólogos y sociólogos, entre otros.

Finalmente, debemos decir que la planificación física, lejos de ser una disciplina autónoma, está al servicio de la planificación integral, a fin de resolver las cuestiones específicas que le toca afrontar, con el auxilio de otras especialidades a las cuales también asiste cuando la naturaleza del problema así lo requiere. (Ibídem, págs. 58,59)

Como objetivo fundamental se tiene el uso adecuado mediante el aprovechamiento de los recursos renovables y los no renovables, tomando en cuenta los diferentes campos de acción humanos con los que se pueda participar en esta distribución de espacios.

2.4.1.2 Características del espacio físico y de otros tipos de espacio

Dependiendo de la escala que se quiere abarcar, el espacio físico puede extenderse desde el universo hasta una pequeña parte de la tierra. De todas estas variantes la única que resulta panificable para el turismo es la que se refiere a la corteza de la tierra, que es de la que nos ocuparemos.

Si el espacio terrestre encuentra su límite dentro del tamaño que tiene nuestro planeta, una de sus características es su continuidad.

Por lo tanto, para que los hombres podamos comprenderlo y representarlo, necesitamos tener una idea de las dimensiones del todo, así como de las partes sobre las que queremos intervenir. Es a través de las medidas como hacemos tangible la realidad física de la tierra, cuyo tamaño resulta tan grande en relación con el tamaño de nuestro cuerpo, pero tan pequeño respecto del universo.

De otra forma la noción de espacio nos resulta casi abstracta y muy difícil de comprender. Tan es así que en la antigüedad se definía al espacio como un fluido, lo cual era una forma de reconocer su intangibilidad. Esa idea, aunque imprecisa conceptualmente, sigue vigente porque, para los arquitectos, el espacio es el vacío entre la posición de los cuerpos sólidos definida por su propia masa.

Dentro de los límites que tiene la capacidad perceptiva del hombre, sin cuerpos de referencia, el espacio no existe: es la nada. Por lo tanto, hay dos modos de apreciar el espacio, una, a través del tamaño de los objetos materiales, y, otra, por medio de las distancias que los separan; porque tanto los objetos materiales como los vacíos que dejan, tienen una forma. La de los objetos dados por su masa y la de los espacios, por la forma que tienen los objetos que lo limitan. (Boullón, 2006, págs. 59-60)

Al hablar de espacio en turismo hace referencia a la corteza terrestre en la cual habitamos, tomando en cuenta el lugar en cual vamos a intervenir. Aunque existe dificultad en identificar el significado de espacio hay que comprender que esta depende del tamaño de los objetos y la distancia que los separan. Resultado de esta división se encuentran las siguientes clases de espacios:

- a) **Espacio plano:** que tiene dos dimensiones (largo y ancho) y sirve para conocer el tamaño de cosas como la tapa de un libro o el piso del pasillo de un hotel.
- b) **Espacio volumétrico:** que tiene tres dimensiones (largo, ancho, y alto) y se refiere a la forma de los cuerpos con masa, como un libro o a la forma de un vacío, como lo es el pasillo de un hotel.
- c) **Espacio tiempo:** que agrega a las tres dimensiones anteriores una nueva, representada por el tiempo que tarda un observador en recorrer un espacio, como el pasillo de un hotel o en apreciar un volumen, como las pirámides de Chichén Itzá, en México.

Después de analizar estos tres tipos de espacio, vemos que el espacio físico tiene de por sí tres dimensiones y sólo adquiere la cuarta dimensión en el momento que el hombre interviene como observador, lo cual equivale a decir que la cuarta dimensión es subjetiva.

La existencia de la cuarta dimensión es un dato muy importante, a tener en cuenta en la planificación del uso de los atractivos turísticos, porque un estudio minucioso de la calidad espacial de cada lugar debe servir para trazar los recorridos ideales y para estimar los tiempos óptimos y mínimos de cada visita. (Boullón, 2006, págs. 61-64)

Los elementos de un espacio denotan las cualidades del mismo y dan una visión en la cual puede intervenir el hombre, y esta depende de su campo de acción. Para el turismo influye en el adecuado manejo de espacios, verificando su posición óptima para el uso de los diferentes atractivos turísticos que un lugar posee.

Boullón (2006) también incluye dentro del espacio físico el análisis del espacio social y político y los define como:

Un análisis completo de todas las acepciones técnicas del término. Tanto el espacio social como el político, no son más que las partes de un territorio limitado por envolventes que implican situaciones teóricas similares; por

ejemplo, el análisis social representa en mapas las áreas que corresponden a familias con similar grado de alfabetización, de mortalidad infantil o de calidad de la vivienda.

En cuanto al espacio político, nada mejor puede explicarlo que la división del mundo entre norte y sur, para señalar las dos áreas que abarcan los países que pertenecen al mundo desarrollado y al tercer mundo. (pág. 61)

Evidenciando que al hablar del espacio se toman en cuenta las diferentes características de un lugar y su distribución adecuada. Abarcando un análisis general del área a intervenir.

2.4.1.3 Clases de espacio

El lenguaje del planeamiento maneja siete tipos distintos de espacio físico (real, potencial, cultural, natural, virgen, artificial y vital). Algunos de éstos corresponden a distintas expresiones materiales del espacio físico (cultural, natural, virgen, artificial), otros son calificaciones conceptuales propias del planeamiento (real y potencial) y uno de ellos pertenece al campo de la ecología (vital).

A continuación se definirá, lo más exactamente posible, a cada una de las siete topologías, para asegurarnos que la comprensión de estos conceptos básicos no deje lugar a dudas.

Espacio real. Se refiere a toda la superficie de nuestro planeta y a la capa de la biosfera que lo envuelve, que pueden ser captadas por el hombre a través de sus sentidos. Es real porque resulta factible comprobar su existencia, desplazarnos por él y en muchos casos llegar a modificarlo...

Espacio potencial. Es la posibilidad de destinar el espacio real a algún uso distinto del actual; por lo tanto, el espacio potencial no existe en el presente, su realidad pertenece a la imaginación de los planificadores, cuando, después del diagnóstico, al pasar a la parte propositiva del plan se estudian las posibilidades de uso de un territorio...

Espacio cultural. Es aquella parte de la corteza terrestre que a causa de la acción del hombre ha cambiado su fisonomía original.

Para destacar que el espacio cultural es la consecuencia del trabajo del hombre, destinado al acondicionamiento de la tierra a sus necesidades, también se le llama espacio adaptado. Según varíe el tipo de tarea que el hombre realiza sobre el espacio cultural o adaptado, se originan el espacio natural adaptado y el espacio artificial...

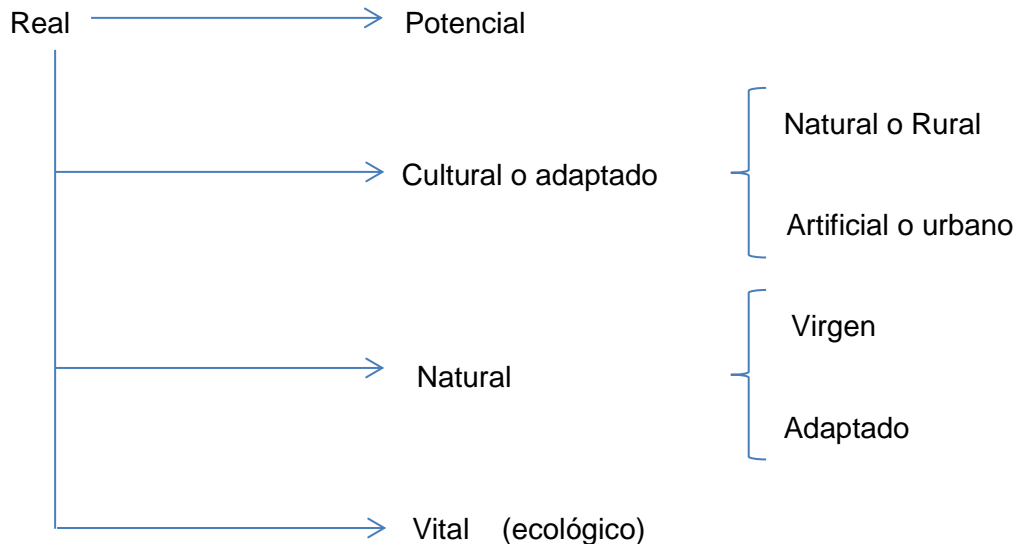
- **Espacio natural adaptado.** Son las partes de la corteza terrestre donde predominan las especies del reino vegetal, animal y mineral, bajo las condiciones que le ha fijado el hombre. También, se le denomina espacio rural para señalar las tareas productivas que allí se realizan.
- **Espacio artificial.** Incluye aquella parte de la corteza terrestre donde predomina todo tipo de artefactos construidos por el hombre. Su máxima expresión es la ciudad, por eso, es que también toma el nombre de espacio urbano...

Espacio natural virgen. Son aquellas áreas, cada vez más escasas, del espacio natural sin vestigios de la acción del hombre...

Espacio vital. Esta forma espacial no se refiere a la tierra, sino al hombre o a cualquier otra especie del reino mónera, protista, vegetal y animal y a su entorno o medio favorable que requiere para poder existir., (Boullón, 2006, págs. 61-65)

Para sintetizar lo dicho, en la figura 3.1 se muestran las tipologías espaciales y sus relaciones.

Ilustración 1: Tipologías del espacio físico.



Fuente: Boullón (2006).
Elaborado por: Tania Piarpuezán.

Esta tipología menciona las características de cada una de las clasificaciones del espacio físico y que los diferencia de los demás. Presentando una adecuada conceptualización del espacio para identificar en qué lugar vamos a trabajar dentro de la investigación.

2.4.1.4 El espacio turístico

El espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más la planta y la infraestructura turísticas, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país.

Cuando los técnicos trabajan en la determinación del espacio turístico, lo que hacen es delimitar sobre un mapa, una superficie de dimensiones planas, que es la mejor forma de representar el espacio que interesa a los planificadores físicos. (Boullón, 2006, pág. 65)

El espacio turístico en cada lugar es diferente, por ende hay que tomar en cuenta las características de diferenciación indicando la adecuada distribución territorial de los atractivos turísticos

De este modo, por medio de un procedimiento sistemático y de la aplicación de las metodologías específicas que indicaremos al describir cada elemento, se pueden encontrar todos los componentes del espacio turístico que se señalan a continuación, los cuales se han anotado en escala descendente con relación al tamaño de su superficie:

- Zona.
- Núcleo.
- Área.
- Conjunto.
- Complejo
- Corredor.
- Centro.
- Corredor de traslado.
- Unidad.
- Corredor de estadía.

- **ZONA TURÍSTICA**

Es la unidad mayor de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país. Su superficie es variable, ya que depende de la extensión total de cada territorio nacional y de la forma de distribución de los atractivos turísticos, que son los elementos básicos de tener en cuenta para su delimitación....

- **ÁREA TURÍSTICA**

Son las partes en que se puede dividir una zona y, por tanto, su superficie es menor que la del todo que las contiene; sin embargo, como las zonas pueden llegar a tener tamaños distintos, es posible que un área de la zona más grande resulte mayor que otra zona más pequeña.

Las áreas turísticas deben estar dotadas de atractivos turísticos contiguos, en número también menor que los de la zona y lo mismo que ellas necesitan

una infraestructura de transporte y comunicación que relacione entre sí a todos los elementos turísticos que la integran....

- **CENTRO TURÍSTICO**

Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico. A fin de permitir un viaje de ida y regreso en el día, el radio de influenciase ha estimado en dos horas de distancia-tiempo. Esta relación es una medida que establece la longitud de camino que en esa unidad de tiempo puede recorrer un autobús de transporte turístico....

Al tomar en cuenta cada una de las clasificaciones y funcionamientos se manifiesta que:

la teoría del funcionamiento de los centros turísticos, expuestos hasta este punto, con la teoría del desarrollo regional, veremos que los centros se asemejan a los polos del desarrollo, pero con la particularidad que el radio de influencia de un centro turístico encierra una situación distinta, porque este sector sólo es capaz de generar desarrollo dentro del espacio que abarcan los atractivos dispersos en su entorno, con la condición que su planta turística cuente con los siguientes servicios:

- Alojamiento.
- Alimentación.
- Esparcimiento.
- Agencias de viajes de acción local.
- Información turística sobre las facilidades y atractivos locales.
- Comercios turísticos.
- Oficinas de teléfonos, correos, telégrafos y telex.
- Sistema de transporte interno organizado, que conecte al centro con los atractivos turísticos comprendidos en su área de influencia.
- Conexiones con los sistemas de transporte externo a nivel internacional, nacional, regional o local de acuerdo con la jerarquía del centro.

Puede ser que el conglomerado urbano donde se asienta un centro turístico viva exclusivamente de esta actividad, como pasa en las aldeas de montaña que funcionan con base en los deportes de invierno; o que en dicho conglomerado urbano el turismo sea una actividad más... (Boullón, 2006, págs. 66-75)

Las diferentes formas de realizar turismo se ven evidenciadas en el espacio físico que estas ocupan, es por ellos que esta clasificación permite diferenciar cada una de ellas y tomar en cuenta los requisitos que deben cumplir para un adecuado manejo del espacio físico que permita satisfacer de mejor manera las necesidades que en cada lugar el turista posea.

TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS TURÍSTICOS

En la importancia de la tipología de los centros turísticos y dependiendo de las funciones que desempeñan como receptoras de turistas son:

- **COMPLEJO TURÍSTICO:** Son conformaciones poco frecuentes porque dependen de la existencia de uno o más atractivos de la más alta jerarquía, cuya visita, junto a la de otros que los complementan, insume una permanencia igual o superior a los tres días.
Para que un complejo turístico funcione adecuadamente, requiere la presencia mínima de un centro turístico de distribución que debe cumplir con todos los requerimientos señalados en su definición. Se indica como mínima la cantidad de un centro...
- **UNIDAD TURÍSTICA.-** En la realidad, existe una forma muy especial de asentamiento turístico que hemos denominado unidad turística. Con ello se otorga nombre propio a las concentraciones menores de equipamiento que se producen para explotar intensivamente uno o varios atractivos situados uno junto al otro o, lo que es más exacto, uno dentro del otro, como es el caso de una fuente de aguas termales rodeadas de un bosque tropical habitado por aves de aspecto llamativo...

- **NÚCLEOS TURÍSTICOS.**-Se refieren a todas las agrupaciones menores a diez atractivos turísticos de cualquier jerarquía y categoría, que están aisladas en el territorio y, por lo tanto, tienen un funcionamiento turístico rudimentario o carecen por completo de él, debido precisamente a su grado de incomunicación. La cantidad de atractivos puede oscilar entre dos y nueve, porque las agrupaciones aisladas mayores a ese número deben clasificarse como zonas potenciales...

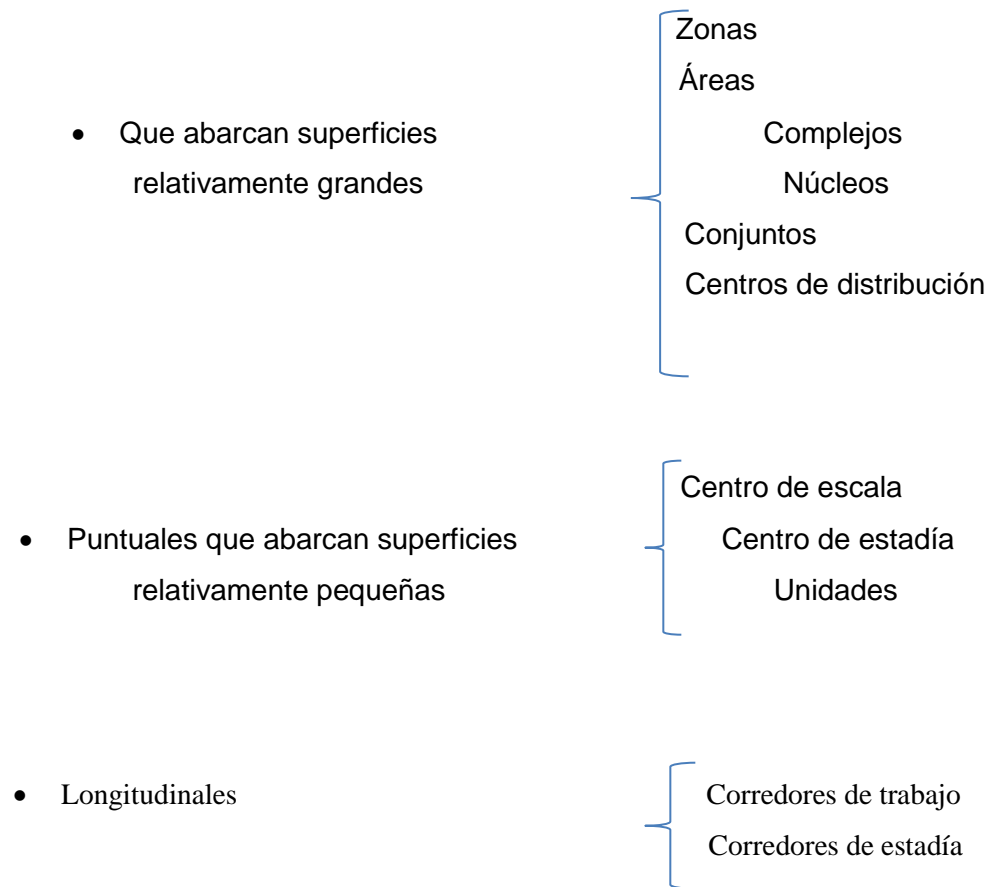
- **CONJUNTO TURÍSTICO.**-La situación de todo núcleo es transitoria porque desde el momento en que, por obra de la construcción de un nuevo camino, se conecta a la red de carreteras, cambia su situación espacial y se transforma en un nuevo elemento del espacio turístico al que llamaremos conjunto. Después de relacionarse con el resto del sistema, los antiguos núcleos deben consolidar su funcionamiento como conjuntos mediante la construcción de una planta turística acorde con la naturaleza y jerarquía de sus atractivos. Habitualmente, la planta turística se ubica en cada uno de ellos, y debe comenzar por resolver los servicios elementales, como son los de estacionamiento, información, guías, sanidad, alimentación, venta de artesanías, curiosidades y menudencias, y, si la importancia de algún atractivo lo justifica, alojamiento. Es así como, al evolucionar, pueden convertirse en unidades o centros...

- **CORREDORES TURÍSTICOS.**-Son las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico. Según su función, pueden ser:
 - Corredores turísticos de traslado.
 - Corredores turísticos de estadía.
 (Boullón, 2006, págs. 74-81)

2.4.1.5 Relaciones entre los elementos del espacio turístico

Al comparar entre sí a los elementos que integran la teoría del espacio turístico y en virtud de sus características físicas, en cuanto a clase de superficie que abarcan y las formas generales que adoptan, se les puede reagrupar en las categorías siguientes:

Ilustración 2: Relaciones entre los elementos del espacio turístico



Fuente: (Boullón, Planificación del Espacio Turístico, 2006)
Elaborado por: Tania Piarpuezán

2.4.2. Turismo

“El Turismo es una actividad que trasciende los sectores convencionales de la economía, ya que necesita aportaciones de muy distinta naturaleza economía, social, cultural y medio ambiental, de ahí su carácter multifacético” (Lickorish & Jenkins, 2010)

Castellanos (2010) cita a la Organización Mundial de Turismo que expresa:

“La Organización Mundial de Turismo (OMT), define el turismo como un desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual por un periodo mínimo

de 24 horas y máximo de 180 días, motivado por razones de carácter no lucrativo”

El turismo sin duda alguna es una forma de mejorar la calidad de vida, tomando en cuenta los diferentes recursos y necesidades que se presenten en un momento al trasladarse de un lugar a otro.

2.4.2.1 Atractivos Turísticos

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico (Calderón, 2009)

Un atractivo turístico tiene como objetivo provocar en el turista un motivo de visita hacia un lugar, es decir es un conjunto de elementos que se modifican y se transforman en un recurso turístico, presto que se conjugan más elementos turísticos que lo hacen único.

2.4.2.2 Recursos Turísticos.

Según Vogeller Planells (2002) manifiestan que un recurso turístico es:

Todo elemento, material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer a los visitantes a una determinada localidad o zona. Por lo tanto, no lo son solo los atractivos naturales, sino también aquellos otros construidos por el hombre.

Calderón (2009) por su parte manifiesta que:

Cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Posteriormente se transforma en un producto turístico.

Otra definición expresa a recurso turístico como:

Implica la utilización potencial y/o real del patrimonio o atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la recreación de un producto turístico y de su promoción. El análisis de los recursos turísticos permite evaluar la potencialidad para su desarrollo. Es patrimonio transformado y, por tanto, utilizable. (Monsterrat & Planells, 2011, pág. 18)

Un atractivo turístico es un medio que le permite al turista satisfacer sus necesidades interactuando con diferentes actividades, buscando desarrollar el potencial turístico de un lugar, ya sea este solo o en combinación con otros medios.

2.4.2.3 Clasificación Y Tipología

Los recursos turísticos de una localidad se clasifican en 5 grandes categorías.

- 1.- Recurso o atractivos naturales
- 2.- Recursos Históricos, monumentales o artísticos
- 3.- Recursos Gastronómicos, folclóricos y artesanales
- 4.- Fiestas, eventos y acontecimientos programados
- 5.- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas.

1.- Recurso o atractivos naturales

Montañas, planicies, costas, lagos, laguna, ríos, arroyos, caídas de agua, grutas y cavernas, lugares de observación de flora y fauna, lugares de caza y pesca, etc. Cualquier tipo de recurso natural es susceptible de aprovecharse turísticamente....

... Se debe recordar que un motivo que lleva a la gente a viajar es romper con la rutina de su vida cotidiana en todos sus aspectos, incluyendo la naturaleza que lo rodea.

2.- Recursos históricos, monumentales o artísticos

Este grupo de recursos está formado por los bienes culturales que la historia ha legado a una comunidad y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser un testimonio de su existencia, de su visión del mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

Museos, lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos, obras de arte, manuscritos, fondos de archivos...

3.- Recursos Gastronómicos, folclóricos y artesanales

Las manifestaciones religiosas y las creencias populares, las ferias y los mercados, la música y a danza, la artesanía y las artes populares, las comidas y las bebidas típicas, los grupos étnicos, la arquitectura popular y espontánea engloban este grupo de recursos gastronómicos, folclóricos y artesanales

4.- Fiestas, eventos y acontecimientos programados

Eventos deportivos (juegos olímpicos) y artísticos (festival de cine), ferias y exposiciones, carnavales...

5.- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas.

Explotaciones mineras, agropecuarias e industriales, obras de arte y técnica contemporáneos, centros científicos. (Crespi & Planells, 2011)

Es de gran importancia tomar en cuenta la clasificación de los atractivos turísticos, pues permite tomar en cuenta características propias de cada una de ellas y relacionar de mejor manera las diferentes actividades a realizar para un adecuado aprovechamiento turístico de los mismos.

2.4.2.4 Diseño de Balnearios

Balneario:

Establecimiento público dotado de instalaciones para ofrecer baños medicinales, curas y atenciones médicas y generalmente complementado con un hotel o alojamiento similar. (The Free Dictionary, 2014)

Los balnearios tienen notoriedad hace años atrás y esta evolución va dependiendo de los diferentes cambios que va sufriendo la sociedad a nivel mundial, nuevas necesidades que pueden surgir y que de diferentes formas se busca satisfacer.

Historia

La historia del agua como agente terapéutico nos hace remontarnos a las antiguas tribus que habitaban en las cavernas. Sin ningún tipo de conocimiento, tan sólo por la capacidad de observación que tiene el hombre, consiguieron iniciar una técnica terapéutica que se mantiene vigente hoy en día. (abalnearios.com, s.f.)

No solo las personas creían en las propiedades curativas del agua, se evidencia que los animales la utilizaban para curar diferentes heridas que hayan sufrido, visitando manantiales para curarse. Al ver esto el humano optó una forma de religión al considerar el agua sagrada y comenzó a

adorarla. La presencia de enfermedades hizo creer que era un castigo de Dios ante las malas obras que realizaban las personas y para curarse debían ingerir este elemento.

El agua como símbolo de pureza en el diluvio mandado por Dios para purificar la tierra, el bautismo que limpia el pecado original, los hindúes que creían que la vida surgía del agua y se nacía puro y limpio... miles de ejemplos de culturas antiguas y no tan antiguas en las que el agua ha sido un elemento vital en su desarrollo histórico. (abalnearios.com, s.f.)

A pesar del tiempo el agua tiene su desarrollo ya sea científico, ambiental, cultural es decir cubre todos los aspectos de la vida humana; poco a poco el desarrollo y sus beneficios han ayudado a mejorar la calidad de vida ser humano.

Tabla 2: Historia de los Balnearios

ÉPOCA	ACONTECIMIENTOS
Época Griega	<p>Esta época se basa en la diosa griega del mar Tetis de la cual nacieron los ríos y las fuentes; denominando Balnea, lugar de curación termal. Los Balnearios fueron denominados asclepias, de Asclepio, dios de la medicina. Estos lugares fueron denominados benditos por el número de personas que acudían a ellos para sanar sus enfermedades. Existieron varias técnicas de aplicación como: chorros, baños de vapor, compresas húmedas calientes, aplicaciones de barro y fango, todas ellas utilizadas hoy en día en los más modernos balnearios.</p>
Época Romana	<p>Las grandes infraestructuras arquitectónicas se expandieron por casi toda Europa denotando la afluencia hacia estos lugares. Plinio referente de la época realiza la clasificación de estas aguas denotando características curativas en: sulfurosas, aluminosas, saladas y bituminosas. Las aplicaciones más comunes eran para dolores reumáticos, aguas que curaban los ojos o que limpiaban las vísceras.</p>
Edad Media	<p>El Islam consideraba la hidroterapia como algo prestigioso Mahoma le daba mucha importancia a la higiene y los cuidados corporales a través del agua. Rhazes y Avicena, considerado el mayor médico de lengua</p>

	<p>árabe, desarrollaron la hidroterapia como técnica de aplicación en forma de baños, bebidas y aplicaciones locales en quemaduras, viruela y hemorragias.</p> <p>Como vemos la hidroterapia existe desde tiempos muy antiguos y fue base importante de la medicina en muchas culturas.</p>
Siglos XV – XVI	<p>Esta época no expresa relación al espíritu religioso como se denota en la edad media.</p> <p>La imprenta como descubrimiento en esta época hace que la lectura sea universal y los conocimientos se difundan de mejor manera.</p> <p>Juan Miguel Savonarola publica 'De Balneis et Thermis' considerado el primer tratado sobre termalismo y balneoterapia</p> <p>Andrea Baccius recoge en su libro 'De Thermis' las características y efectos de las aguas medicinales, considerada una de las más importantes obras sobre el tema.</p>
Siglos XVII y XVIII	<p>Las investigaciones realizadas por médicos desarrollan la hidroterapia.</p> <p>Se destaca investigaciones de hidroterapia no sólo como método preventivo, sino también como tratamiento terapéutico de diversas enfermedades.</p> <p>Las técnicas que se utilizaban en esta época eran sangrías, purgantes y enemas, pero la hidroterapia eliminó estas técnicas cambiándolas por tratamientos que no dañaban a los enfermos, dejando que la naturaleza, la dieta, la quietud, la tolerancia y el agua curaran las dolencias.</p> <p>Se optó por dejar que estas aguas hicieran efecto en cuanto a sus características propias y vinculándolas a la prevención.</p>
Siglo XIX	<p>Se provoca un retroceso en la cultura de la hidroterapia por buenas nuevas técnicas relacionadas para cada patología.</p> <p>Kneipp basa sus técnicas en que la enfermedad era debido a la presencia de sustancias patógenas en el organismo, la sangre o por la mala circulación de esta, y que, por medio de las aplicaciones de agua, conseguía reactivarla, eliminando así las sustancias patógenas.</p> <p>El calor corporal se presenta como problemática de médicos que trabajan con la hidroterapia.</p> <p>se regula por medio de un Real Decreto, en el que se dice que cada uno de los baños más importantes del reino deben tener un profesor versado en hidroterapia y medicina, para indicar su aplicación y uso.</p> <p>La ciencia como tal se convierte en un experimento en este caso de aguas termales e hidroterapia, el mal uso de esta en algunos casos hizo que se busque una regulación para su uso y normen los aspectos de estas aguas.</p>

<p>Época Actual</p>	<p>La época de gran esplendor de la hidroterapia fue el siglo XX. Donde confluyeron factores sociales y científicos que le dieron un impulso definitivo. Tiempos de desarrollo científico, biológico, médico, geológico y químico.</p> <p>Se realizan estudios para comprender la base de la hidroterapia y su funcionamiento.</p> <p>Se buscaba la causa de la enfermedad de manera que se iba a la causa no a la consecuencia de la patología.</p> <p>El termalismo es sometido a experimentación científica y observación clínica racional y crítica demostrando que esta es una ciencia.</p> <p>la hidroterapia renazca en forma de balnearios, instalaciones modernas sobre las antiguas construcciones romanas, zonas de tranquilidad y reposo, tratamientos anti estrés, antitabaco.</p> <p>La hidroterapia va pasando desde la fe hasta la respuesta fisiológica de nuestro organismo.</p> <p>Ayuda a la limpieza y eliminación de sustancias patógenas, al calentamiento de la musculatura, aumento del aporte de oxígeno a las estructuras orgánicas, relajación, disminución de dolor y mayor sensación de bienestar. (abalnearios.com, s.f.)</p>
----------------------------	--

Fuente: (abalnearios.com, s.f.)
 Elaborado por: Tania Piarpuezán

Con lo mencionado se puede afirmar que el agua y sus beneficios se trasponen de época en época, mejorando en cada uno, el uso que se les puede brindar, la salud es una necesidad que siempre busca ser completa por ende las personas buscan visitar lugares con estas características para mejorar su calidad de vida.

El avance de la ciencia y estudios realizados al agua se denota en las divisiones de uso que se le brinda, y en las modernas infraestructuras que se realizan en fin de mejora este servicio.

A pesar de este avance científico se podría indicar que todo se desarrolla en base a la cultura, pues depende de esta el uso del agua. Muchas culturas evitan el uso de esta pero con el pasar del tiempo y tomando en cuenta sus beneficios de uso van cambiando significativamente.

La perspectiva religiosa cambia totalmente, pues se brinda una visión completa de los beneficios que estas aguas termales poseían, cambiando la idiosincrasia de muchos y llevando a todas las personas el uso de esta.

Muchas investigaciones por médicos en cuanto a la hidroterapia tuvo complicaciones en los métodos de aplicación, y se optó por dejar que estas aguas hicieran efecto en cuanto a sus características propias y vinculándolas a la prevención.

La ciencia como tal se convierte en un experimento en este caso de aguas termales e hidroterapia, el mal uso de esta en algunos casos hizo que se busque una regulación para su uso y normen los aspectos de estas aguas.

El avance de los tratamientos, investigaciones y las instalaciones para prestar el servicio de balnearios, hacen que se especifique una clasificación en cuanto al manejo de aguas termales, su uso primordial es encontrar la salud y bien de la persona que busca en muchas ocasiones la paz de su cuerpo.

2.4.2.5 Modelos de Distribución de Balnearios

Al momento de investigar la distribución de las áreas de recreación para un aprovechamiento de los recursos turísticos nos encontramos con la aplicación de diferentes modelos de distribución de balnearios, los cuales toman en cuenta características propias del lugar para poder ser aplicados.

2.4.2.5.1 La normativa de Técnica Ecuatoriana denominada

La normativa de Técnica Ecuatoriana denominada: ESTABLECIMIENTOS BALNEARIOS-REQUISITOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO, establece los requisitos que deben cumplir los balnearios, en sus diferentes procesos, instalaciones y equipamiento para la prestación de servicios de calidad.

Se aplica a aquellos establecimientos sanitarios autorizados que, estando dotados de los medios adecuados, utilizan las aguas mineromedicinales o termales declaradas de utilidad pública, con fines terapéuticos y preventivos para la salud. (INEN, 2014)

1. Proceso de Dirección
 - Estrategia
 - Legislación
2. Procesos de Planificación
 - Política de gestión de calidad y objetivos
 - Definición de Servicios
 - Diseño y desarrollo de nuevos tratamientos
3. Proceso de Organización
 - Estructura organizativa y definición de responsabilidades
 - Sistema de coordinación
4. Sistemas de Gestión de Calidad
 - Identificación de procesos e indicadores
 - Gestión de los documentos del Sistema
5. Gestión Ambiental
 - Consumo Energético
 - Consumo de Recursos
 - Gestión y reducción de la contaminación
6. Accesibilidad Universal
7. Gestión de la Seguridad
 - Prevención de riesgos y accidentes
 - Seguridad Alimentaria
 - Seguridad Sanitaria
 - Seguridad de las personas y de los bienes
 - Seguridad de edificaciones e instalaciones
 - Protección contra incendios
8. Procesos de Gestión de recursos
 - Gestión de Recursos Humanos
 - Gestión de Recursos Materiales
9. Plan de Aprovechamiento del manantial o captación
10. Procesos de Comercialización

11. Procesos de Control y mejora continua

- Mecanismos de control interno
- Medición de la satisfacción del cliente
- Quejas y sugerencias
- Auditorías Internas

12. Servicios del Balneario

- Recepción y salida
- Servicios Médicos
- Servicios Adicionales

13. Servicios de Apoyo

- Limpieza
- Mantenimiento
- Aprovisionamiento y Almacenaje

14. Infraestructura y Equipamiento

- Sistema de Control Operativo
- Recepción y Zonas administrativas
- Zona de Servicios Médicos
- Galería Termal
- Zonas comunes
- Zonas de Ocio

2.4.2.5.2 Análisis de factibilidad para la creación de un resort en el Balneario las Núñez

Otro ejemplo es el proyecto denominado: Análisis de factibilidad para la creación de un resort en el Balneario las Núñez (Pacheco, Núñez, & Andrade), toma en cuenta el siguiente índice:

1 Aspectos Generales y estado del servicio

- Planteamiento del problema
- Justificación
- Marco de referencia

2 Objetivos del Proyecto

- Objetivo General

- Objetivos Específicos
- 3 Características del Servicio
 - Definición del Servicio
 - Naturaleza del servicio
 - 4 Estudio de Mercado
 - Análisis de la oferta
 - Análisis de la Demanda
 - Análisis del sector
 - Marketing Mix
 - Marketing Estratégico
 - 5 Estudio Técnico de Ingeniería
 - Antecedentes
 - Determinación de Tamaño
 - Tamaño de las instalaciones
 - Capacidad de diseño y capacidad máxima
 - Estudio de Localización
 - 6 Estudio Organizacional
 - Misión
 - Visión
 - Organigrama
 - 7 Estudio Financiero
 - Estimación de costos
 - Demanda
 - Gastos
 - Inversión inicial y financiamiento

2.4.2.5.3 Ingeniería del Proyecto

En el modelo operativo de la propuesta se tomara en cuenta las necesidades de los visitantes basándose en el esquema propuesto por (Posso) en cuanto a la forma de estructurar una empresa como lo denomina “Ingeniería del

Proyecto” , aplicando de igual manera la normativa técnica de balnearios. (Posso, 2011, pág. 217)

Posso estructura una empresa que tenga un estudio de mercados de la siguiente manera:

1. Macro localización.
2. Micro localización.
3. Nombre de la Empresa.
4. Propuesta Administrativa.
 - Objetivos de la Empresa.
 - Misión
 - Visión
 - Políticas
 - Organigrama estructural
 - Organigrama funcional
 - Manual de funciones
5. Propuesta Operativa:
 - Diagrama de procesos (diagramas – flujograma de bloques)
 - Flujogramas operativos
6. Infraestructura y equipamiento:
 - Infraestructura (anteproyecto del plano de la fábrica o empresa - distribución física de la oficina o empresa)
 - Equipamiento (detalle de equipos, unidades y costos)
7. Propuesta de comercialización (estrategias de plaza, precio, producto y promoción) o propuesta de promoción.
8. Propuesta legal.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO.

ACTIVIDAD: “Conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad”. (Real Academia Española, 2015)

BALNEARIO: Establecimiento público dotado de instalaciones para ofrecer baños medicinales, curas y atenciones médicas y generalmente complementado con un hotel o alojamiento similar. (The Free Dictionary , 2015)

DISTRIBUCIÓN: “Acción y efecto de distribuir”. (Real Academia Española, 2015)

INFRAESTRUCTURA: “Comprende carreteras de acceso a un destino, puertos y aeropuertos, sistemas de alumbrado público, drenaje, energía eléctrica y agua potable. “ (Molina, 2007)

RECREACIÓN: “Acción y efecto de recrear”. (Real Academia Española, 2015)

TURISMO: “El Turismo es una actividad que trasciende los sectores convencionales de la economía, ya que necesita aportaciones de muy distinta naturaleza economía, social, cultural y medio ambiental, de ahí su carácter multifacético” (Lickorish & Jenkins, 2010)

2.6. HIPÓTESIS.

Ho: La deficiente distribución de las áreas de recreación no incide en el desaprovechamiento de los recursos turísticos en el balneario La Calera

Hi: La deficiente distribución de las áreas de recreación incide en el desaprovechamiento de los recursos turísticos en el balneario La Calera

2.7. VARIABLES.

Variable Independiente: deficiente distribución de las áreas de recreación

Variable Dependiente: desaprovechamiento de los recursos turísticos

III. METODOLOGÍA.

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Investigación Cuantitativa.- se encuentra basada en la parte numérica de la investigación, ayuda a procesar información recolectada y forma parte de la comprobación de la prueba de hipótesis, los resultados obtenidos ayudan a tener un análisis estadístico que permite tomar decisiones comprobadas en la investigación.

Esta técnica de investigación se caracteriza fundamentalmente por la búsqueda y la acumulación de datos. Las conclusiones que se desprenden del análisis de esos datos se utilizan generalmente para probar hipótesis previamente formuladas; para ello se emplea a los números como fundamento, a través de construcciones estadísticas. Para el enfoque cuantitativo, la manera correcta para conocer es producir un análisis a partir de los datos recolectados, de acuerdo con ciertos criterios lógicos. (Ackerman & Com, 2013, pág. 40)

Investigación Cualitativa.- Es la que se encarga del análisis y observación de la situación del tema a investigarse, su importancia involucra la interpretación de la investigación para definir sus conclusiones.

Las técnicas cualitativas de investigación recaban datos sin emplear necesariamente matrices estadísticas y, por lo tanto, sin la necesidad de números para sostener el desarrollo y las conclusiones respecto de lo investigado. El enfoque cualitativo se basa en descripciones y observaciones. Muchas veces se las emplea para elaborar nuevas preguntas de investigación o para refinar las existentes, por lo que no necesariamente apuntan a la comprobación de hipótesis. (Ackerman & Com, 2013, pág. 41)

La aplicación de esta metodología ayudará a obtener información que permita alcanzar resultados de mejor manera, pues la relación que existe entre la recolección de información con la unión de gráficos estadísticos, alcanzaran los requerimientos necesarios para la investigación.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de investigación a utilizarse en la investigación serán:

Enfoque de la Investigación

Investigación de campo: Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.. (Bermeo, 2011, pág. 1)

Esta metodología se la utilizará en las visitas al balneario en la cual se obtendrá información primaria.

Investigación proyectiva: También conocida como proyecto factible, consiste en la elaboración de una propuesta o modelo para solucionar un problema. Intenta responder preguntas sobre sucesos hipotéticos del futuro (de allí su nombre) o del pasado a partir de datos actuales. Se ubican las investigaciones para inventos, programas, diseños. (Ibídem, pág. 2)

Una de las partes de la investigación es dar como finalizada esta con una propuesta y es lo que esta metodología permite realizar.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

Para la realización del análisis estadístico en la investigación, se calcula la población y la muestra respectivas, para la aplicación de los instrumentos de obtención de información.

Tomando en cuenta el cálculo muestral se determina que la población a quien se aplicará la encuesta serán los visitantes que acuden hacer uso de las instalaciones del balneario, esta población en su mayor parte es local; por tal motivo se tomó los datos del censo 2010 de la población del cantón Espejo

Conociendo la población a la cual se aplicara el instrumento, se trabaja con la siguiente fórmula propuesta por Zambrano (2010, pág. 242)

$$n = \frac{z^2 s^2 N}{e^2(N - 1) + z^2 s^2}$$

En donde:

Z = 1.96 nivel de aceptación con un $\alpha = 0.05$ a dos colas

S² = nivel de desviación. (0.5)² en vista que es encuesta dirigida

N = total de la población. (13.364 habitantes del cantón Espejo de la provincia del Carchi (INEC, 2010)

e = nivel de error (5%)

Por lo tanto, reemplazando los valores en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5^2 * 13.364}{(0.05)^2(13.364 - 1) + (1.96)^2 * 0.5^2}$$

$$n = \frac{12.834,78}{34.36}$$

$$n = 373,45$$

$$n = 374$$

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 3 Operacionalización de Variables

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Informante	Técnica
Áreas de recreación	Distribución territorial que promueve actividades de recreación según las necesidades del individuo	Distribución territorial	Áreas de terreno	¿Cuál es la dimensión del balneario? ¿Cuál es el área de construcción del balneario?	Planos	Investigación de Campo
			Situación actual del lugar	Análisis de ocupación de cada área delimitada en el balneario	Investigador	Investigación de Campo
				¿Ud. piensa que la distribución de las áreas es adecuada?	Visitante	Encuesta
				¿Ha tenido algún problema a la hora de visitar el balneario?	Visitante	Encuesta
			Porcentaje de ocupación de terreno	Porcentaje ocupación de cada área con respecto a la totalidad del terreno	Investigador	Investigación de Campo

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Informante	Técnica
			Tipo de infraestructura	¿Los materiales con los que están contruidos son adecuados?	Investigador	Investigación de Campo
		Actividades de recreación	Número de actividades que oferta el balneario	¿Cuáles son las actividades turísticas que oferta el balneario actualmente?	Administrador	Entrevista
				¿De las siguientes actividades cual le gustaría realizar en el balneario?	Visitante	Encuesta
				¿Qué otras actividades turísticas le gustaría realizar?	Visitante	Encuesta

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Informante	Técnica
			Número de servicios que oferta el balneario	¿Qué Servicios turísticos oferta actualmente el balneario? ¿Qué otros servicios le gustaría que se ofrezca en este balneario?	Investigador	Investigación de campo
		Necesidades de visita	Frecuencia de visitas	¿Es la primera vez que visita el balneario? ¿Con qué frecuencia visita el balneario? ¿Cuál es el motivo de visita al balneario? ¿El balneario cumple con su necesidad de visita?	Visitante	Encuesta

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Informante	Técnica
Recursos turísticos	Elemento con características propias, capaz de generar interés de un visitante	Elemento	Tipo elemento turístico	de ¿Cuál es la denominación del establecimiento? ¿El establecimiento es público o privado?	Administrador	Entrevista
		Características	Matriz de clasificación de atractivos turísticos	¿Cuál es la clasificación del atractivo turístico? ¿Qué normativa rige su establecimiento?	Cuadro de clasificación de los atractivos turísticos.	Investigación bibliográfica
		Calidad	Grado de importancia de la calidad del servicio	¿En comparación con otras alternativas de balnearios en la provincia del Carchi como le parece el servicio?	Visitante	Encuesta
		Grado de Satisfacción y de importancia del servicio	Producto	¿Cuál es el grado de satisfacción y de importancia del	Visitante	Encuesta

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Informante	Técnica
				servicio en cuanto al producto?		
			Precio	¿Cuál es el grado de satisfacción y de importancia del servicio en cuanto al precio?	Visitante	Encuesta
			Plaza	¿Cuál es el grado de satisfacción y de importancia del servicio en cuanto al lugar?	Visitante	Encuesta
			Promoción	¿Cuál es el grado de satisfacción y de importancia del servicio en cuanto a promoción?	Visitante	Encuesta

Elaborado por: Tania Piarpuezán

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

En la fase de recolección de información se realizó salidas de campo al balneario La Calera para evidenciar la situación actual del mismo, esta salida apporto en la fase investigativa, en la cual se evaluó el nivel de deterioro del mismo.

Se procedió a realizar la Operacionalización de variables en la cual arrojo información de gran importancia para la elaboración del instrumento investigativo que ayude a cumplir con los objetivos específicos, se realizó la encuesta con la respectiva validación para la aplicación en el balneario, la población a la cual será aplicada la encuesta es de 374 personas que hicieron uso del servicio.

Para medir la información obtenida en las encuestas se utilizó la escala de Likert, pues manifiesta en rangos los niveles de respuestas que pueden facilitar los encuestados.

Llamada así por su inventor, Rensis Likert, la escala de Likert es una escala de medición ampliamente utilizada que requiere que los encuestados indiquen el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las series de afirmaciones sobre los objetos de estímulo. En general, cada reactivo de la escala tiene cinco categorías de respuesta, que van de "muy en desacuerdo" a "muy de acuerdo". (Malhotra, 2004, pág. 258)

Estos niveles dependen de lo que el entrevistador busca de sus informantes, y varía de acuerdos a dichos requerimientos. Ayudan a medir los grados de acuerdo, desacuerdo, importancia, satisfacción, entre otras.

Grado de importancia al servicio	Grado de Satisfacción del servicio
Muy importante Importante Indiferente Poco importante Nada importante	Muy Satisfecho Satisfecho Indiferente Poco satisfecho Insatisfecho

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Así también se realizó la entrevista al Sr. Administrador, el Sr. Delfín Chamorro el cual ayudó con información de la parte administrativa del balneario, funcionamiento, características, etc.

Esta información ayuda a definir la situación actual del Balneario, especificar prioridades y desventajas que posee para mejorar en un adecuado diseño del mismo que aporte al aprovechamiento de los recursos turísticos.

Una parte esencial del Balneario son las características de sus aguas las cual presenta la siguiente tipología:

Según Ninard (en Armijo-Valenzuela y San Martín, 1994) las aguas mineromedicinales son aquellas aguas minerales que administradas en determinados procesos patológicos cumplen una función terapéutica.

Agua mineral medicinal. Agua que por su composición y características propias puede ser utilizada con fines terapéuticos, desde el área de emergencia hasta el lugar de utilización, dada sus propiedades curativas demostradas por analogía de similares tipos de aguas existentes, por experiencia local, por estudios correspondientes o mediante ensayos clínicos y evolución de procesos específicos o de experiencia médica comprobada, y conservar después de ser envasada sus efectos beneficiosos para la salud humana. (Fagundo & Gonzáles, pág. 04)

Clasificación de las aguas minerales:

Existen diferentes criterios de clasificación de las aguas termales y minerales asumiendo diversos puntos de vista: físico, químico, físico-químico, bacteriológico entre otros

Con relación a la temperatura

Pueden ser hipotermas (con temperaturas inferiores a 20 °C) y termales propiamente dichas (con temperaturas superiores a 20 °C). Por lo general, se consideran termales en relación con la temperatura, aquellas aguas subterráneas que en su punto de emergencia poseen una temperatura mayor que la temperatura media anual. Esta diferencia deber ser superior a 5 °C. (Fagundo & Gonzáles, pág. 05)

Desde el punto de vista hidroterapéutico

Resulta de interés la clasificación que establece que las aguas mesotermas son aquellas con temperaturas entre 35 y 37 °C, hipertermas (más de 37 °C) e hipotermas (menos de 35 °C) Con frecuencia se encuentran clasificadas las aguas, por su temperatura, como sigue en (Armijo- Valenzuela y San Martín, 1994) (Fagundo & Gonzáles, pág. 05)

- Frías: menos de 20 °C.
- Hipotermas: entre 20 y 35 °C.
- Mesotermas: entre 35 y 45 °C.
- Hipertermas: de más de 45 y hasta 50 °C.

Esta clasificación es considerada universal y resulta la más aceptada.

Las clasificaciones de mayor aceptación en todo el mundo son las basadas en la mineralización predominante y especial que pueden contener las

aguas. En todas ellas se considera la mineralización total, la predominante y también la especial, dándose carácter de predominante a aquellos gases, aniones o cationes que representan más del 20 % de la masa iónica correspondiente, expresada en mili equivalentes (Armijo- Valenzuela y San Martín, 1994): Siguiendo estas normas, que podemos considerar internacionales, podemos clasificar las aguas minerales como sigue:

Aguas con más de un gramo por litro de sustancias mineralizantes.

1. Sulfatadas: con más de 1 g/l de sustancias mineralizantes, donde predomina el anión sulfato y están influidas fuertemente en sus propiedades terapéuticas por otros iones como sodio, magnesio, bicarbonato y cloruro
2. Cloruradas: con más de 1 g/l de sustancias mineralizantes, donde el ion cloruro suele estar acompañado de sodio en proporción semejante. La composición de este tipo de agua refleja un origen profundo y la presencia de mares pretéritos. La ocurrencia de fallas y grietas facilita su ascenso a la superficie. Se subdividen en : fuentes (mar de 50 g/l), medianas (entre 10 y 50 g/l) y débiles (menos de 10 g/l)
3. Bicarbonatadas: con más de 1 g/l de sustancia mineralizante, donde el ion bicarbonato es acompañado de calcio, magnesio, sodio, cloruro y otros. Estas aguas cuando poseen gran cantidad de ácidos libres (CO₂ mayor de 250 mg/L), también se denominan carbónicas o carbo gaseosas.

Grupos balneológicos de agua mineromedicinales

Algunos especialistas han propuesto clasificaciones de las aguas mineromedicinales atendiendo a sus acciones terapéuticas. (Armijo y San Martín, 1974). Sin embargo, en muchos países se han establecido clasificaciones mixtas de aguas mineromedicinales, los cuales toman en cuenta tanto la composición química como las acciones terapéuticas de las mismas.

Tabla 4 Propiedades terapéuticas del agua

TIPO DE AGUA	ACCIÓN TERAPEÚTICA
Sulfuradas	Antialérgicas, desintoxicantes, antiflogísticas, antirreumáticas
Cloruradas	Anticatarrales, antiinflamatorias
Sulfatadas	Colagogas, purgantes
Cálcicas	Antialérgicas, sedantes, antiinflamatorias
Ferruginosas	Antianémicas y reconstituyentes
Radiactivas	Equilibradoras, sedantes
Oligométalicas	Diuréticas

(Fagundo & Gonzáles, págs. 06-08)

DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS DE RECREACIÓN

PORCENTAJE DE OCUPACIÓN DEL TERRENO

$$\begin{array}{ccc} \text{Área Total} = 100\% & & \\ \text{Área de Terreno} = Tml * Tma = AT & & \\ \frac{A_{TOTAL}}{AT} & \times & \frac{100\%}{X} \end{array}$$

$$X = \frac{AT * 100\%}{A_{TOTAL}}$$

- EN DONDE:
- Tml= Terreno metros de largo
- Tma= Terreno metros de ancho
- AT=Área de Terreno

TIPO DE INFRAESTRUCTURA

Tabla 5 Infraestructura

Superficie	Infraestructura	Área m2	Porcentaje %
Superficie Total	2 Hectáreas	2000	100,00
Edificaciones	Instalaciones	244,5	12,23
	Recepción	4,84	0,24
	Garaje	425	21,25
Áreas Abiertas	Juegos Infantiles	225	11,25
	Canchas Deportivas	290	14,50
	Áreas verdes	573,1	28,66
Zonas Húmedas	Piscinas	117	5,85
	Sauna, Turco, Vestidores	120,56	6,03

Elaborado por: Tania Piarpuezán

El balneario La Calera cuenta con aproximadamente dos hectáreas de terreno, en los cuales se halla construida la infraestructura turística del mismo.

Los servicios que actualmente oferta se encuentran divididos en porcentajes, de las cuales las áreas con mayores porcentajes son las áreas verdes y el garaje. Tomando en cuenta que actividades turísticas como camping, pic nic, entre otros se realizan en estas áreas abiertas.

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Para la obtención de información se realizó la encuesta a la muestra obtenida, y la entrevista al administrador del balneario La Calera.

3.6.1. Análisis e Interpretación de resultados.

Ítem N° 1 Lugar de Procedencia

Objetivo: Determinar el lugar de procedencia de los encuestados

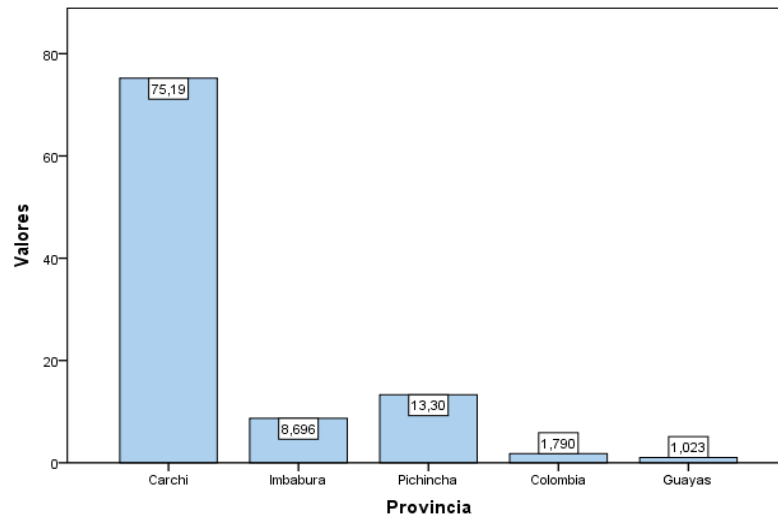
Tabla 6: Lugar de procedencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Carchi	294	75,2	75,2	75,2
Imbabura	34	8,7	8,7	83,9
Pichincha	52	13,3	13,3	97,2
Colombia	7	1,8	1,8	99,0
Guayas	4	1,0	1,0	100,0
Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 1: Lugar de procedencia



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: Tomando en cuenta la posición geográfica del balneario La Calera se denota que las personas que visitan en mayor porcentaje son: de la Provincia del Carchi, seguido de la provincia de Pichincha, Imbabura, Colombia y la Provincia de Guayas. Otra característica de estos resultados es la cercanía al balneario con estos lugares de procedencia.

Por tal motivo se manifiesta que nuestro mercado objetivo o mercado meta es la población local, puesto que son ellos quienes hacen uso frecuente de las instalaciones del balneario.

Según Mariano Bernardez (2007, pág. 168) manifiestan que:

El mercado objetivo es el mercado potencial de consumidores o usuarios definido para un área geográfica.

Ítem N° 2 Intervalo de Edades

Objetivo: Determinar cuál es el mayor intervalo de edades en las cuales visitan el Balneario

Al realizar un muestro probabilístico simple, este manifiesta que todos tienen la misma posibilidad de ser escogidos, por tal motivo, la selección de los informantes fue abierta.

La encuesta recolectó información en cuanto a número de acompañantes, por tal motivo la persona encargada o representativa de un grupo, especificó las edades comprendidas entre los visitantes, ayudando a establecer los intervalos de edades que visitan el balneario.

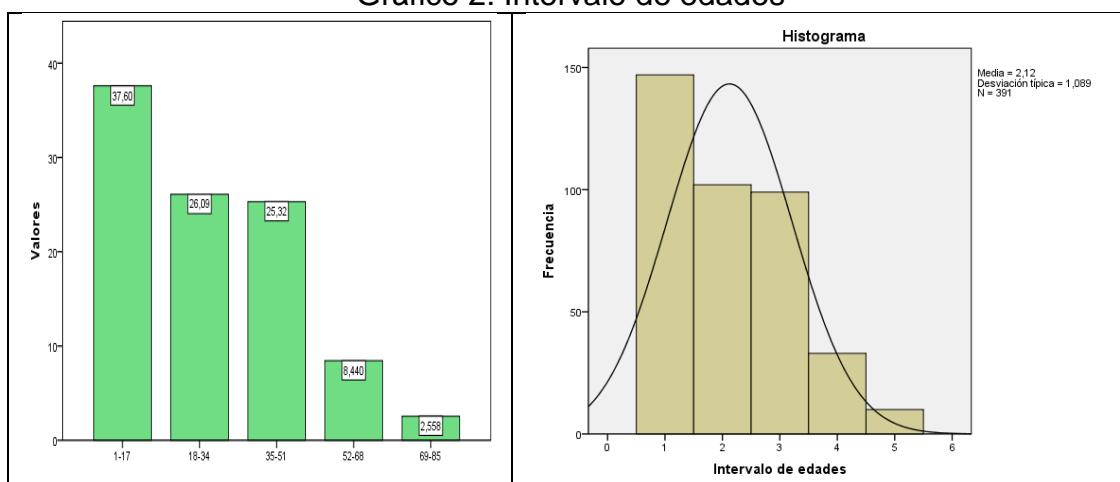
Tabla 7: Intervalo de edades

Edad	Intervalos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menores de edad	01-17	147	37,6	37,6	37,6
Jóvenes	18-34	102	26,1	26,1	63,7
Adultos	35-51	99	25,3	25,3	89
Adultos mayores	52-68	33	8,4	8,4	97,4
Tercera edad	69-85	10	2,6	2,6	100
Total		391	100	100	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 2: Intervalo de edades



Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: La Media de este gráfico, explica que a pesar de existir mayor cantidad de personas que visitan el balneario entre las edades de 1 a 17 años, su media se encuentra en el segundo intervalo que está entre los 18 y 34 años de edad.

“La segmentación de mercados es el acto de dividir un mercado en grupos distintos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamiento, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos” (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 269)

Ítem N° 3: Género

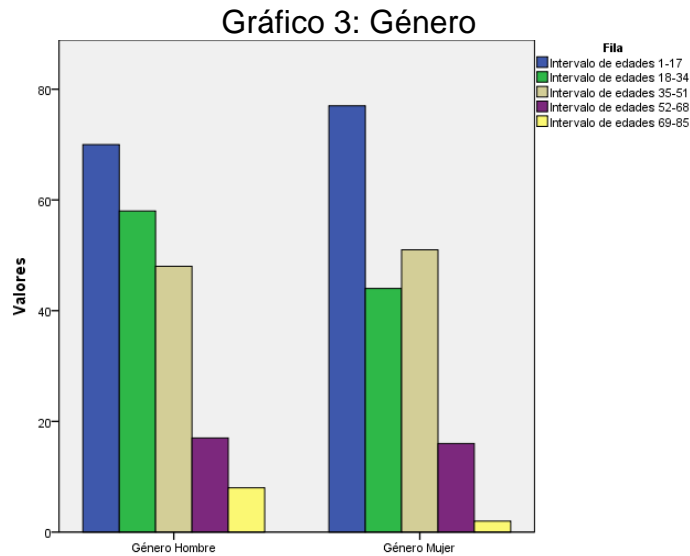
Objetivo: Determinar el género de los visitantes al Balneario

Tabla 8: Género

		Género	
		Hombre	Mujer
Intervalo de edades	1-17	70	77
	18-34	58	44
	35-51	48	51
	52-68	17	16
	69-85	8	2

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: La población encuestada fue en su mayor parte mujeres, evidenciando en el levantamiento de información que la mayoría eran adolescentes e hijas, las cuales acudían por motivos de relajación al balneario, sin desfavorecer el porcentaje de hombres que lo visitan que no es tan diferenciado.

“Los hombres y las mujeres tienen a presentar diferentes actitudes y orientaciones de conducta, que se deben en parte a la estructura genética, y en parte, a la socialización” (Kotler & Lane Keller, 2006, pág. 250)

Pregunta N° 1: ¿Es la Primera vez que visita el Balneario?

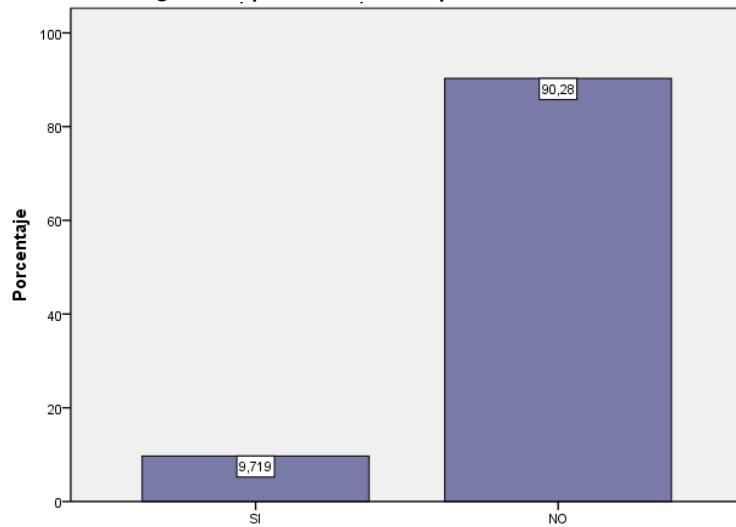
Objetivo: Identificar la fidelidad de los clientes con el servicio prestado

Tabla 9: ¿Es la Primera vez que visita el Balneario?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	38	9,7	9,7	9,7
NO	353	90,3	90,3	100,0
Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 4: ¿Es la primera vez que visita el Balneario?



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: La población encuestada manifiesta que al no ser la primera vez que visitan el balneario, mantienen una preferencia a este, evidenciando su continuidad en el uso servicio del balneario.

La fidelidad a la marca supone para la empresa un activo estratégico muy valioso. Sin embargo, en numerosos casos, no se le confiere el valor que tiene, fijándose en las ventas a corto plazo, sin tener en cuenta que el éxito radica en conseguir consumidores leales que garanticen unos ingresos constantes. Para ello, es necesario tomar una serie de medidas orientadas a mantener la fidelidad mediante relaciones sólidas con los clientes. (Rodríguez, 2000)

Pregunta Nº 2: ¿Qué medio usted utilizo para llegar al Balneario?

Objetivo: Identificar qué medio de transporte es el más utilizado para dirigirse al Balneario La Calera

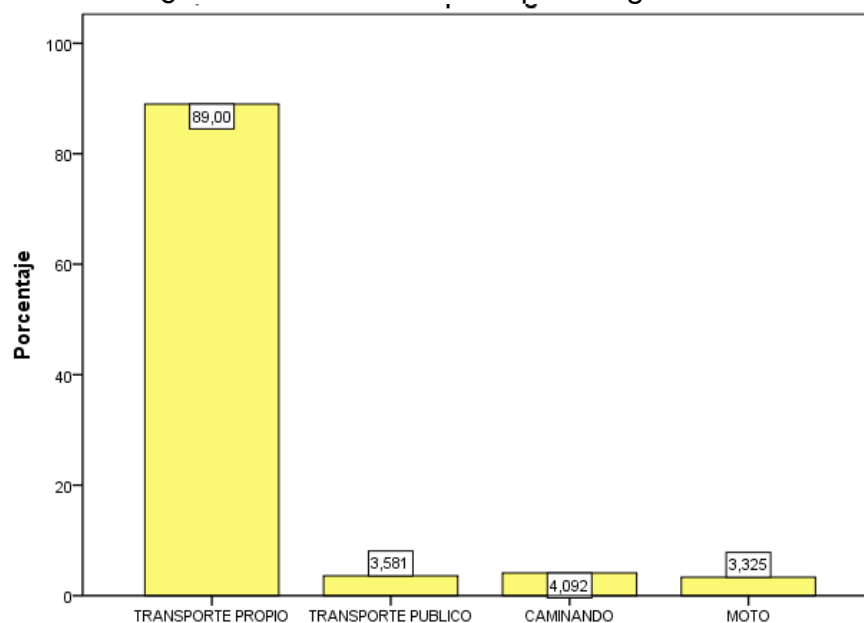
Tabla 10: ¿Qué medio usted utilizo para llegar al Balneario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TRANSPORTE PROPIO	348	89,0	89,0	89,0
	TRANSPORTE PUBLICO	14	3,6	3,6	92,6
	CAMINANDO	16	4,1	4,1	96,7
	MOTO	13	3,3	3,3	100,0
	Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 5: ¿Qué medio usted utilizo para llegar al Balneario?



Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: La relación entre transporte y turismo va de la mano, pues representan un medio de desarrollo conjunto, la población encuestada evidencia un alto desarrollo del balneario, y la accesibilidad que este tiene con ellos para poder transportarse. El balneario al encontrarse a 7Km de la panamericana hace que los visitantes y turistas necesiten de un medio de transporte para poder llegar, y en virtud de no existir una línea de transporte los usuarios deben llegar por transporte propio; en ocasiones contratan camionetas o taxis.

Según Quesada (2006, pág. 59) expresa que:

La importancia de los medios de transporte es tal, que la misma evolución de la actividad turística ha estado íntimamente ligada con su paulatino mejoramiento, diversificación y desarrollo. Los transportes no solo permiten el traslado de los visitantes, sino también de todo lo necesario para el funcionamiento del turismo.

Pregunta N° 3: ¿Con qué frecuencia visita el Balneario La Calera?

Objetivo: Identificar la frecuencia con la que visitan el Balneario La Calera

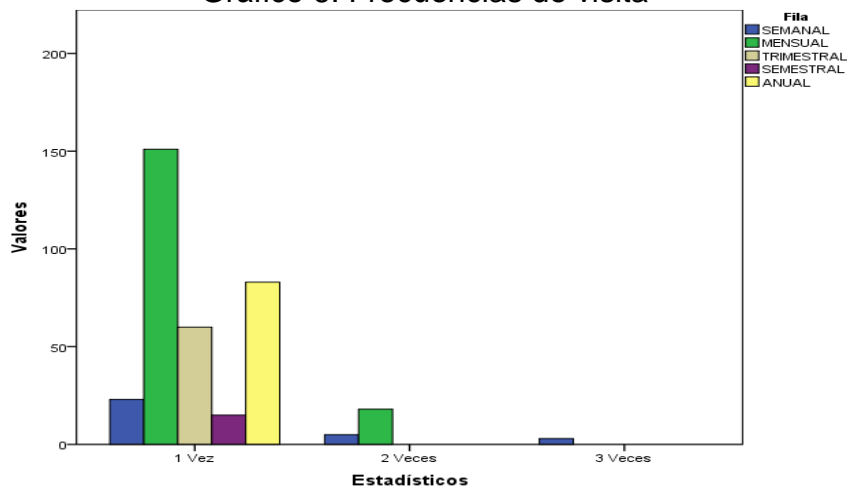
Tabla 11: Frecuencias de visita

	Con que frecuencia visita el Balneario la Calera						
	no aplica	1 Vez	2 Veces	3 Veces	4 Veces	5 Veces	Total
no aplica	38	0	0	0	0	0	38
SEMANTAL	0	23	0	3	0	0	26
MENSUAL	0	151	18	0	0	0	169
TRIMESTRAL	0	57	0	0	0	0	57
SEMESTRAL	0	11	0	0	0	0	11
ANUAL	0	83	4	0	3	0	90
Total	38	325	22	3	3	0	391

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 6: Frecuencias de visita



Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: Se observa que la población mantiene un alto nivel de visitas, ya sea por cercanía o preferencia del balneario. Cabe mencionar que algunas personas no contestaron esta pregunta en relación que era la primera vez que acudían a éste lugar.

López & Bigné (2000, págs. 121,122) citan en sus páginas a Gummesson, el cual expresa que:

Basándose en la premisa de que un cliente que ha utilizado los servicios de una línea aérea, hotel, empresa de alquiler de coches, etc. Y ha quedado satisfecho, será más propenso a volverlos a utilizar, la filosofía del marketing relacional busca permanentemente la satisfacción del cliente...

Pregunta N° 4: ¿Ha recomendado usted el Balneario a otras personas?

Objetivo: Identificar si el visitante a recomendado usted el Balneario a otras personas

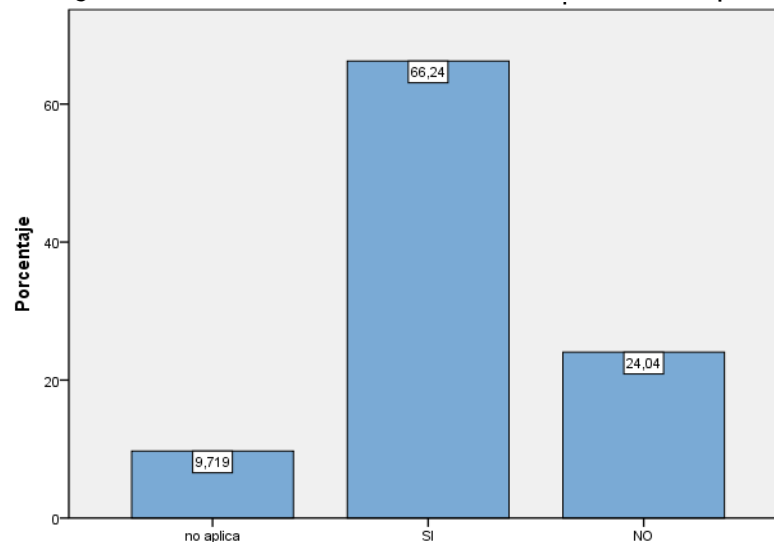
Tabla 12: ¿Ha recomendado usted el Balneario a otras personas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos no aplica	38	9,7	9,7	9,7
SI	259	66,2	66,2	76,0
NO	94	24,0	24,0	100,0
Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 7: ¿Ha recomendado usted el Balneario a otras personas?



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: Realizar una recomendación hacia otras personas representa una forma de promoción del balneario, a la cual más del 60% de la población encuestada manifiesta haberlo hecho a familiares, amigos o conocidos.

Según Septem Ediciones (2004) cita en su libro a Yoon y Uysal que manifiesta:

“Que los destinos turísticos pueden ser considerados productos, y los turistas pueden volver a visitarlos o recomendarlos a otros turistas potenciales como familiares o amigos” (pág. 49)

Pregunta N° 5: ¿Cuál es su grado de satisfacción con el servicio prestado del Balneario?

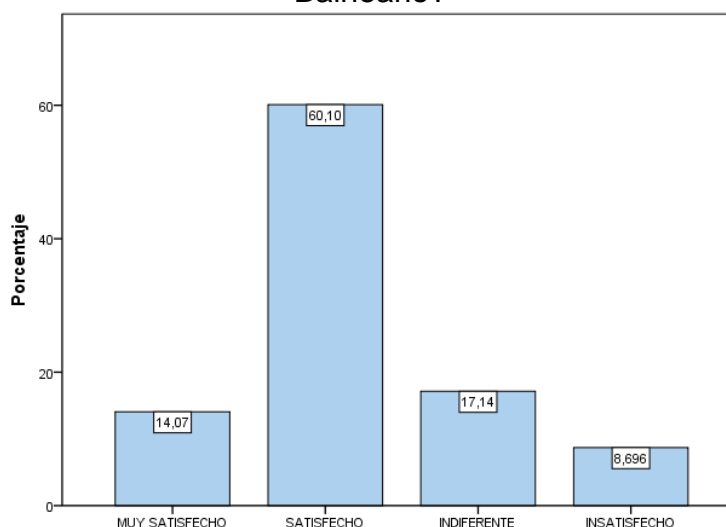
Objetivo: Identificar el grado de satisfacción con el servicio del Balneario La Calera

Tabla 13: ¿Cuál es su grado de satisfacción con el servicio prestado del Balneario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY SATISFECHO	55	14,1	14,1	14,1
	SATISFECHO	235	60,1	60,1	74,2
	INDIFERENTE	67	17,1	17,1	91,3
	INSATISFECHO	34	8,7	8,7	100,0
	Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 8: ¿Cuál es su grado de satisfacción con el servicio prestado del Balneario?



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: el gráfico demuestra el nivel de conformidad que los visitantes tuvieron con el servicio del balneario, aunque los visitantes expresen estar satisfechos, prefieren el motivo de mejorar pues una satisfacción completa del servicio brindado ayudará a crear nuevos clientes fieles.

La satisfacción debe entenderse como el resultado positivo de un conjunto de actividades gratificadores, resultado que se genera a partir de relación entre las expectativas individuales y uno o diversos atractivos determinados. Aquel turista de la primera época que no exigía prácticamente nada, porque

su aspiración se difuminaba en el conjunto del viaje, ahora no solo quiere viajar, alojarse o comprar un paquete, sino que además desea tener una experiencia satisfactoria que integre todos los actos que realiza, desde que sale de casa hasta que vuelve. La satisfacción final es, pues, la resultante de las satisfacciones parciales. (Francesc Valls, 2000, pág. 17)

Pregunta Nº 6: En comparación con otras alternativas de Balnearios en la Provincia del Carchi, ¿cómo le parece el servicio?

Objetivo: comparar el servicio del Balneario La Calera con otras alternativas de Balnearios en la provincia del Carchi.

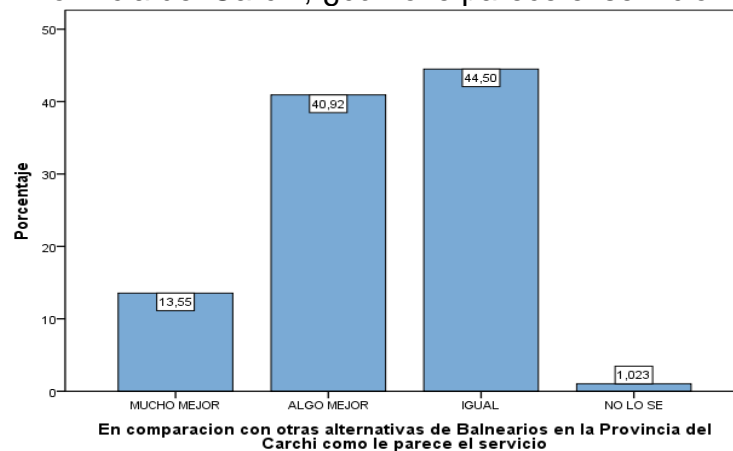
Tabla 14: En comparación con otras alternativas de Balnearios en la Provincia del Carchi, ¿cómo le parece el servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MUCHO MEJOR	53	13,6	13,6	13,6
ALGO MEJOR	160	40,9	40,9	54,5
IGUAL	174	44,5	44,5	99,0
NO LO SE	4	1,0	1,0	100,0
Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 9: En comparación con otras alternativas de Balnearios en la Provincia del Carchi, ¿cómo le parece el servicio?



Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: Comparar es una manera de mejorar, a pesar de que la población indica que el servicio con otras alternativas de balnearios en la provincia del Carchi es igual, no se ve alejada de una parte de la misma exprese que el servicio es algo mejor, teniendo en cuenta que la comparación de servicios ayudara a satisfacer completamente al cliente.

La técnica de comparación se la conoce como Benchmarking y esta se la utiliza para el posicionamiento de destinos turísticos por lo que se manifiesta que:

En general el benchmarking tiene como rasgos básicos, en primer lugar, medir y mejorar continuamente los resultados de una organización en comparación con un líder de las mismas características, y en segundo lugar, obtener información sobre nuevos métodos de trabajo o actuaciones llevados a cabo por este líder” (Pérez & García)

La amplitud mercado turístico y la gran variedad de empresas da lugar a que el consumidor tenga que elegir entre numerosas ofertas atractivas antes de optar por acudir a un determinado destino. Esta circunstancia sitúa a las empresas del sector en una situación de gran competitividad ya que deben buscar la diferenciación a través de la calidad de los servicios que oferten. (EDITORIAL VÉRTICE, 2007, pág. 22)

Pregunta Nº 7: ¿Utilizaría el servicio del Balneario nuevamente?

Objetivo: Analizar la intención de uso del Balneario

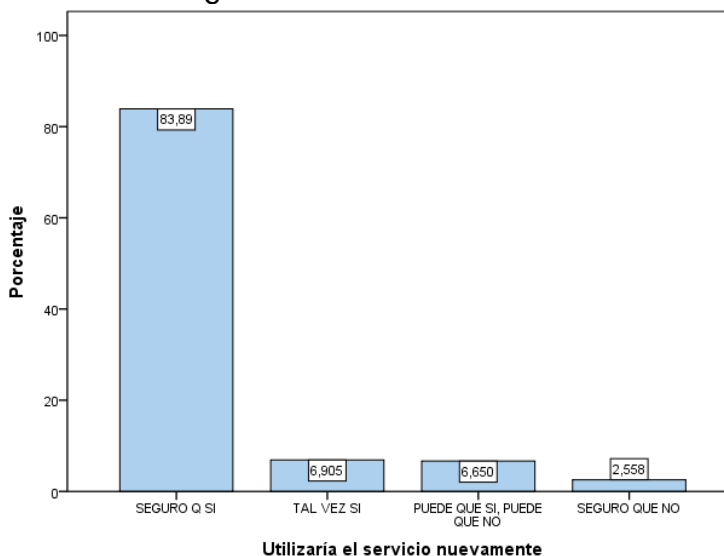
Tabla 15: ¿Utilizaría el servicio nuevamente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SEGURO QUE SI	328	83,9	83,9	83,9
	TAL VEZ SI	27	6,9	6,9	90,8
	PUEDE QUE SI, PUEDE QUE NO	26	6,6	6,6	97,4
	SEGURO QUE NO	10	2,6	2,6	100,0
	Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 10: ¿Utilizaría el servicio nuevamente?



Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: al evidenciar la satisfacción del cliente en la tabla N° 8, y su manifiesto que dice que un cliente satisfecho, hará uso nuevamente del servicio prestado, se ratifica que los clientes harán uso nuevamente del balneario; así también confirma la existencia de clientes y nuevos clientes fieles al servicio del balneario.

López & Bigné (2000, págs. 121,122) citan en sus páginas a Gummesson, el cual expresa que:

Basándose en la premisa de que un cliente que ha utilizado los servicios de una línea aérea, hotel, empresa de alquiler de coches, etc. Y ha quedado satisfecho, será más propenso a volverlos a utilizar, la filosofía del marketing relacional busca permanentemente la satisfacción del cliente, la comunicación y el cultivo de la relación no sólo en el momento de la prestación del servicio, sino de forma sistemática y continuada

Pregunta N° 7.1: Grado de Satisfacción relacionado con la utilización del servicio nuevamente.

Objetivo: Identificar el grado de Satisfacción relacionado y la utilización del servicio nuevamente.

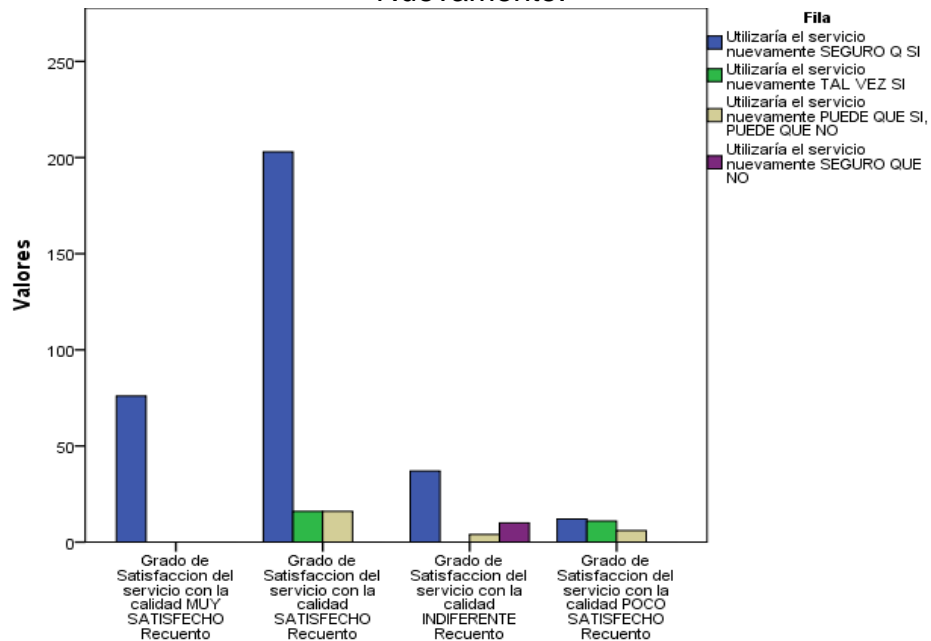
Tabla 16: Grado de Satisfacción relacionado con la utilización del servicio nuevamente.

		Grado de Satisfacción del servicio con la calidad			
		MUY SATISFEC HO	SATISFEC HO	INDIFERE NTE	POCO SATISFEC HO
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Utilizaré a el servicio nuevamente	SEGURO QUE SI	76	203	37	12
	TAL VEZ SI	0	16	0	11
	PUEDE QUE SI, PUEDE QUE NO	0	16	4	6
	SEGURO QUE NO	0	0	10	0

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 11: Grado de Satisfacción relacionado con la utilización del servicio Nuevamente.



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: la relación manifiesta que los visitantes se encuentran satisfechos con la calidad en el servicio del balneario y por tal motivo están seguros de volver hacer uso del mismo.

La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa...

...si el cliente percibió que el servicio tuvo un desempeño mayor a sus expectativas, el resultado de esta comparación será positivo, esto implica que se habrá logrado satisfacer gratamente al cliente. Por lo tanto, se habrá ganado un cliente hipersatisfecho. Lo cual significa, para la empresa, una mayor fidelidad del cliente, quien se sentirá deseoso de volver a comprar y de contar sus experiencias a otros. (Gosso, 2010, pág. 77)

Pregunta N° 8: Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de utilizar el servicio, y ¿cuál es su grado de satisfacción en esos mismos aspectos con nuestro servicio?

Objetivo: medir el grado de importancia y satisfacción que los clientes obtienen al momento de hacer uso del servicio del Balneario La Calera

“El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que toda empresa que quiera ser competitiva en el mercado debe utilizar. En el marketing, como en cualquier actividad gerencial, la planificación constituye un factor clave para minimizar riesgos y evitar el desperdicio de recursos y esfuerzos” (Acosta Tapia, 2012)

Pregunta N° 8.1: Calidad del Servicio

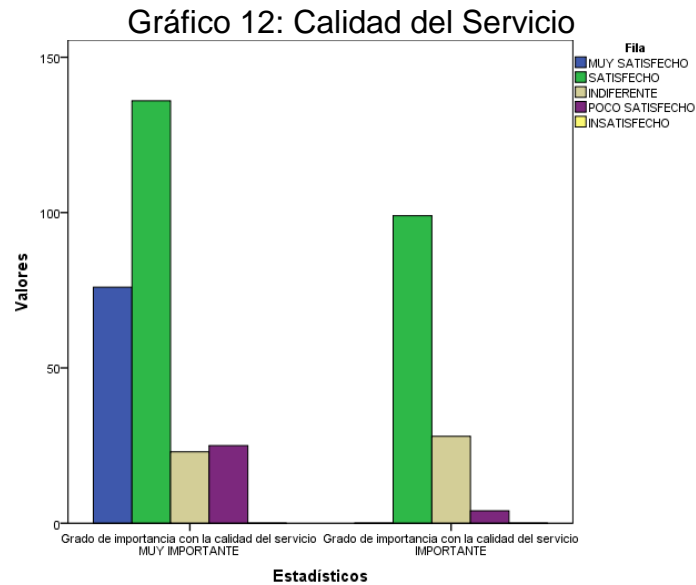
Objetivo: Analizar la relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto a la calidad del servicio del balneario.

Tabla 17: Calidad del Servicio

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE
MUY SATISFECHO	76	0
SATISFECHO	136	99
INDIFERENTE	23	28
POCO SATISFECHO	25	4
INSATISFECHO	0	0

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: Con relación a la satisfacción de la calidad en el servicio los visitantes muestran gran conformidad. La relación entre la importancia y la satisfacción es directamente proporcional; a mayor satisfacción, mayor calidad en el servicio.

Se definir Calidad como:

“...el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes” (EDITORIAL VÉRTICE , 2008, pág. 1)

Pregunta Nº 8.2: Relación Precio

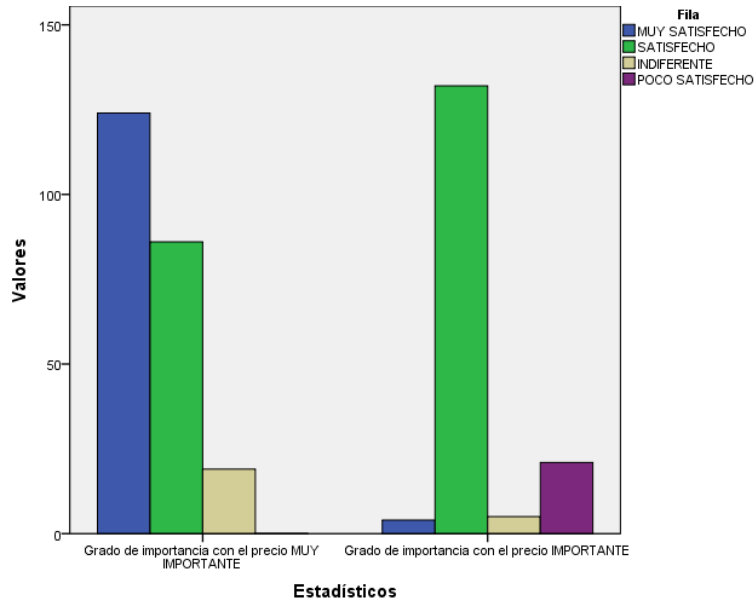
Objetivo: Analizar la relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto al precio del balneario La Calera.

Tabla 18: Relación Precio

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE
MUY SATISFECHO	124	4
SATISFECHO	86	132
INDIFERENTE	19	5
POCO SATISFECHO	0	21
INSATISFECHO	0	0

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 13: Relación Precio



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: los resultados que arroja esta relación manifiestan que es muy importante la fijación del precio del servicio, por ende la conformidad al momento de ingreso. Así también algunos visitantes expresan que si se realizara una elevación al precio, aumentando nuevas actividades, estarían dispuestos a continuar con las visitas al balneario.

En la población se encuentran dos marcadas respuestas en cuanto a la satisfacción con el precio, la primera que expresa que esta relación es muy

importante y en su mayor parte se encuentra muy satisfecha, la segunda expresa que es importante y si se encuentran satisfechos; estas no presentan ningún resultado negativo en cuanto a esta relación.

Tomando en cuenta que:

“...el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos.” (Monferrer, 2013)

Pregunta Nº 8.3: Experiencia en el Balneario La Calera

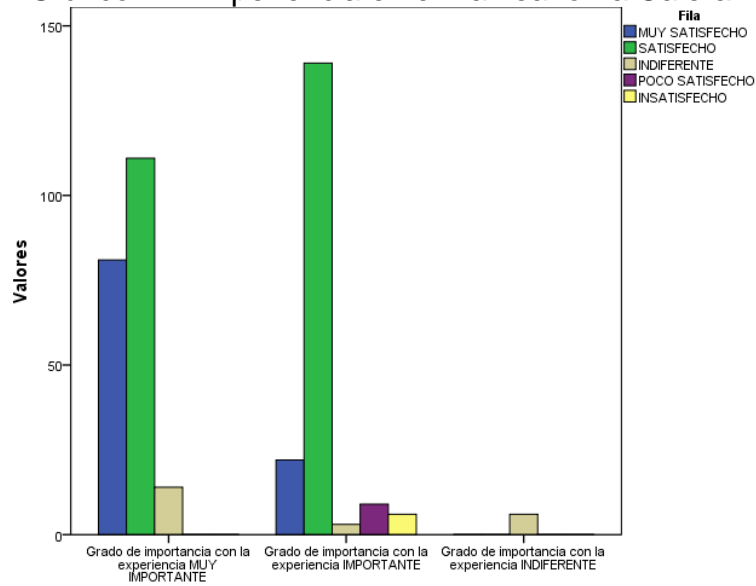
Objetivo: Analizar la relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto a la experiencia en el Balneario La Calera

Tabla 19: Experiencia en el Balneario La Calera

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANT E	INDIFERENT E
MUY SATISFECHO	81	22	0
SATISFECHO	111	139	0
INDIFERENTE	14	3	6
POCO SATISFECHO	0	9	0
INSATISFECHO	0	6	0

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 14: Experiencia en el Balneario La Calera



Estadísticos
 Elaborado por: Tania Piarpuezán
 Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: la experiencia que los visitantes tengan al momento de hacer uso de las instalaciones es muy importante, en ella se manifiesta la relación que tuvieron con el medio que los rodea, identificando la satisfacción de la misma en un gran porcentaje.

Del Alcázar (2002, pág. 29) expresa que: “El turismo es un producto basado en experiencias, hecho generalmente recogido en la propia definición de turismo y que hace de éste un producto muy especial dando un papel crucial a las relaciones humanas entre proveedores del servicio y clientes”

Pregunta N° 8.4: Instalaciones

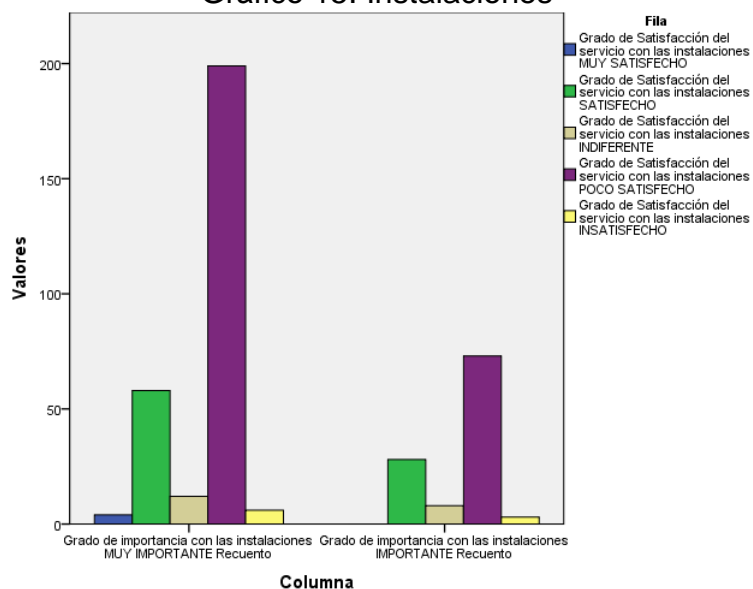
Objetivo: Analizar la relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto a las instalaciones del Balneario La Calera

Tabla 20: Instalaciones

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE
	Recuento	Recuento
SATISFECHO	58	28
INDIFERENTE	12	8
POCO SATISFECHO	199	73
INSATISFECHO	6	3

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 15: Instalaciones



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: En la población visitante existe un malestar en cuanto a la satisfacción de las instalaciones, esta expresa que al ser muy importante, no posee un adecuado control de infraestructura, ocasionando un malestar en el uso de las instalaciones.

Las instalaciones son de gran importancia para la práctica de muchas actividades recreacionales y turísticas, que solo pueden realizarse gracias a ellas. Estas facilidades cumplen un papel fundamental, pues su ausencia implicaría la no puesta en valor de atractivos y actividades sobre los que se sustenta asimismo el equipamiento (Quesada Castro, 2006, pág. 202)

Pregunta N° 8.5: Promoción

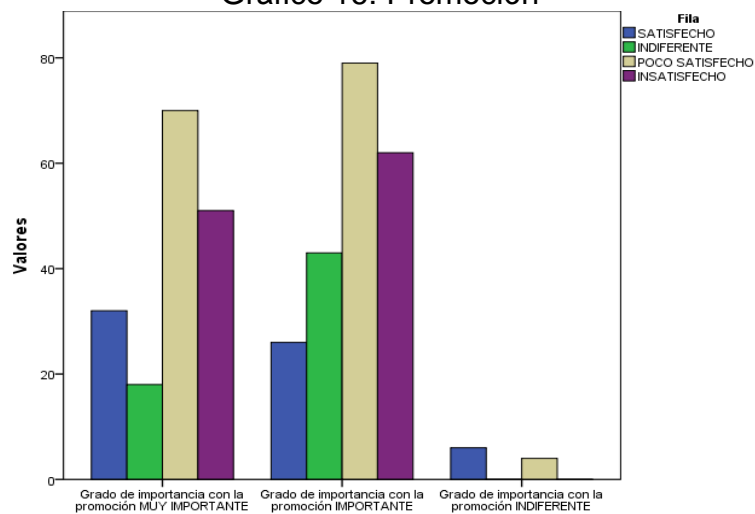
Objetivo: Analizar la relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto a la promoción del Balneario La Calera.

Tabla 21: Promoción

	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	INDIFERENTE
MUY SATISFECHO	0	0	0
SATISFECHO	32	26	6
INDIFERENTE	18	43	0
POCO SATISFECHO	70	79	4
INSATISFECHO	51	62	0

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 16: Promoción



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: tomando en cuenta la satisfacción del cliente en cuanto a la promoción, se denota el nivel de insatisfacción de este servicio, entendiendo que no se realiza la adecuada promoción del Balneario causando una baja en la actividad turística del mismo, a pesar de que los encuestados manifiestan que éste tema es de importancia para los mismos.

Promoción: ¿Cómo generarás prospectos? ¿Cómo logras que tus prospectos te compren? Un plan de marketing te ayuda a atraer más clientes de tu mercado meta. También determina el tipo de campañas de marketing que requieres realizar y el tipo de promociones que debes hacer. (Acosta Tapia, 2012)

Pregunta N° 9: Teniendo en cuenta su experiencia más reciente con el Balneario La Calera por favor, valore el grado de importancia con las siguientes afirmaciones.

Pregunta N° 9.1: ¿El Balneario cumple mi necesidad de visita?

Objetivo: valorar el grado de acuerdo o desacuerdo de visita al balneario.

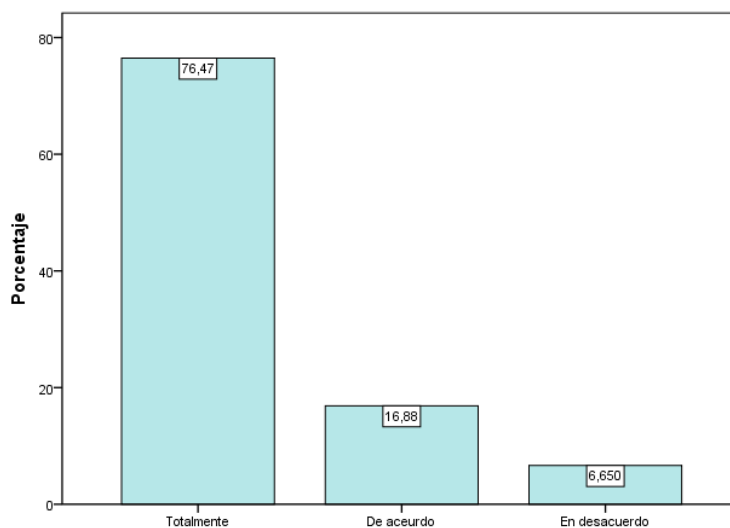
Tabla 22: ¿El Balneario cumple mi necesidad de visita?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente	299	76,5	76,5	76,5
De acuerdo	66	16,9	16,9	93,4
En desacuerdo	26	6,6	6,6	100,0
Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 17: ¿El Balneario cumple mi necesidad de visita?



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: se evidencia que en un alto porcentaje el balneario cumple con la necesidad de visita de los encuestados, también expresa el nivel de satisfacción de los clientes, por lo que cubre los motivos por los cuales visitaron el balneario.

Las razones de los turistas para viajar a un destino están condicionadas en primer término, por aquellos aspectos propios de cada quien (motivaciones, personalidad, estilo de vida, temperamento). Este tipo de motivaciones se consideran intrínsecas a cada persona y se conocen como “motivos de empuje” (Push motivos), porque impulsan a las personas a viajar hacia un sitio. (Quesada, 2010, pág. 173)

Pregunta N° 9.2: ¿El Balneario utiliza la señalética adecuada?

Objetivo: Identificar si el balneario utiliza la señalización adecuada.

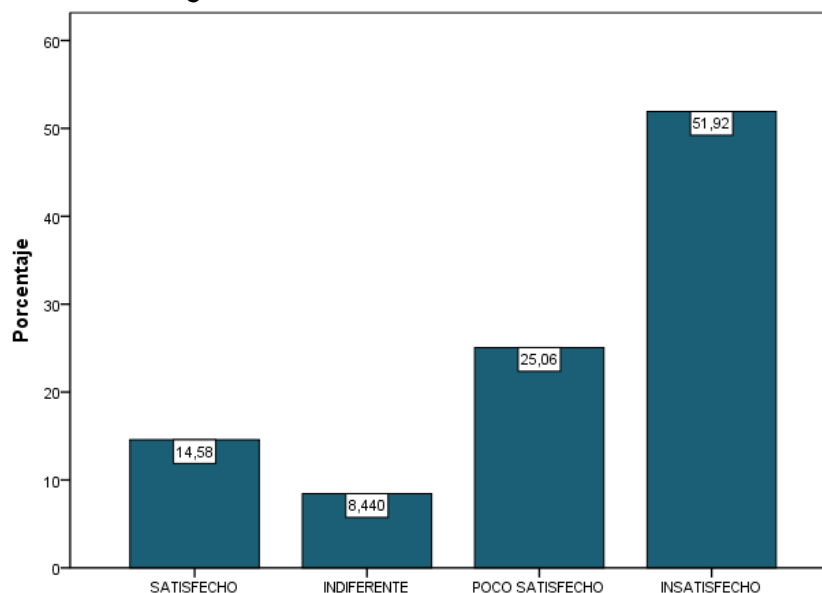
Tabla 23: ¿El Balneario utiliza la señalética adecuada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SATISFECHO	57	14,6	14,6	14,6
	INDIFERENTE	33	8,4	8,4	23,0
	POCO SATISFECHO	98	25,1	25,1	48,1
	INSATISFECHO	203	51,9	51,9	100,0
	Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 18: ¿El Balneario utiliza la señalética adecuada?



Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: se puede observar un alto nivel de insatisfacción en cuanto a la señalización que tiene el balneario, la población manifiesta estar poco satisfecho e insatisfecho con este servicio, siendo esto evidenciado en las salidas de observación realizadas.

Cebrián & Lourdes, (2011, pág. 206) manifiestan que: “Desde el punto de vista exclusivamente turístico, pretenden la orientación y el acceso de los

turistas a los recursos, empresas y resto de infraestructuras turísticas, por lo que se convierten en elemento clave de gestión de un núcleo turístico”

Pregunta N° 10: ¿Qué otros servicios le gustaría que se ofrezca en el balneario?

Objetivo: Identificar otras necesidades que poseen los visitantes

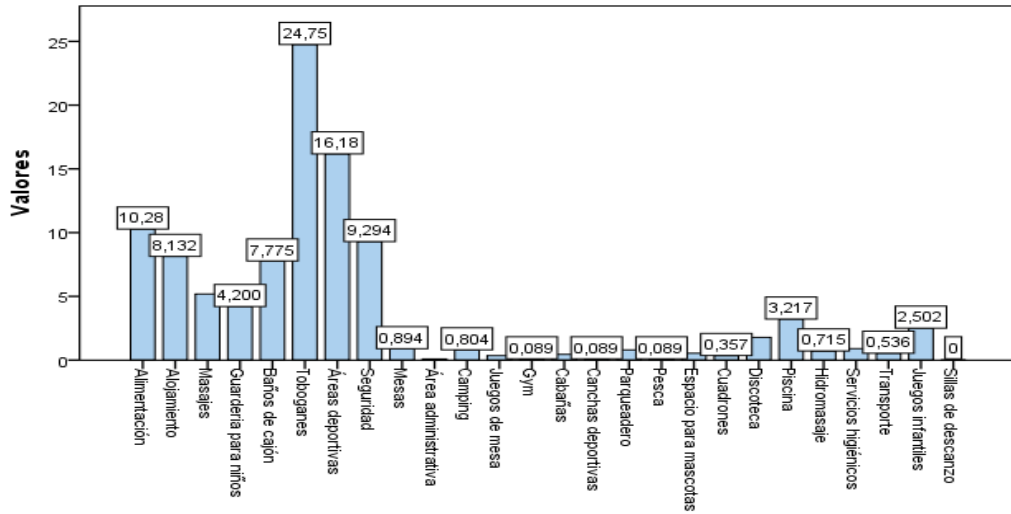
Tabla 24: ¿Qué otros servicios le gustaría que se ofrezca en el balneario?

Alimentación	115	10,3%
Alojamiento	91	8,1%
Masajes	58	5,2%
Guardería para niños	47	4,2%
Baños de cajón	87	7,8%
Toboganes	277	24,8%
Áreas deportivas	181	16,2%
Seguridad	104	9,3%
Mesas	10	,9%
Área administrativa	1	,1%
Camping	9	,8%
Juegos de mesa	4	,4%
Gym	1	,1%
Cabañas	5	,4%
Canchas deportivas	1	,1%
Parqueadero	9	,8%
Pesca	1	,1%
Espacio para mascotas	6	,5%
Cuadrones	4	,4%
Discoteca	20	1,8%
Piscina	36	3,2%
Hidromasaje	8	,7%
Servicios higiénicos	10	,9%
Transporte	6	,5%
Juegos infantiles	28	2,5%
Sillas de descanso	0	,0%

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

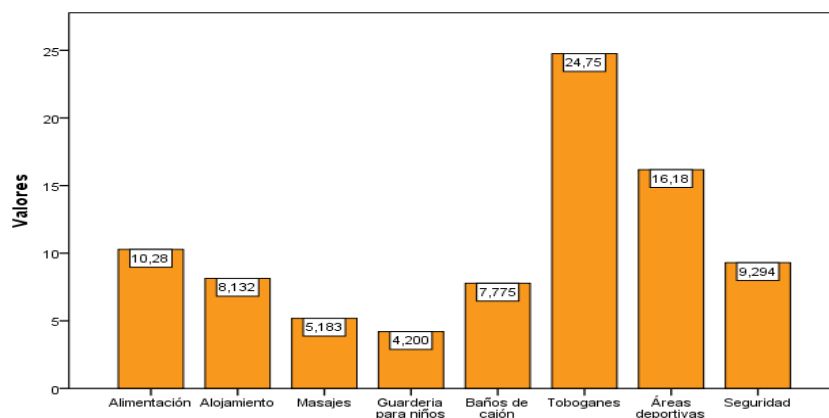
Gráfico 19: ¿Qué otros servicios le gustaría que se ofrezca en el balneario?



De forma general se dio ocho servicios posibles de ofertar dentro del balneario y un noveno como pregunta abierta en el cual se identificaba otros servicios no incluidos es la primera parte obteniendo los siguientes resultados.

La creación de un producto o servicio turístico implica la centralización y puesta en el mercado de los recursos, atractivos y posibilidades de una determinada zona, transformando o enriqueciendo el propio recurso gracias a la integración de diversas prestaciones de calidad homogénea, haciendo necesaria la atribución de una marca común y la comunicación con el mercado (Ruano & Sánchez, 2014, pág. 12)

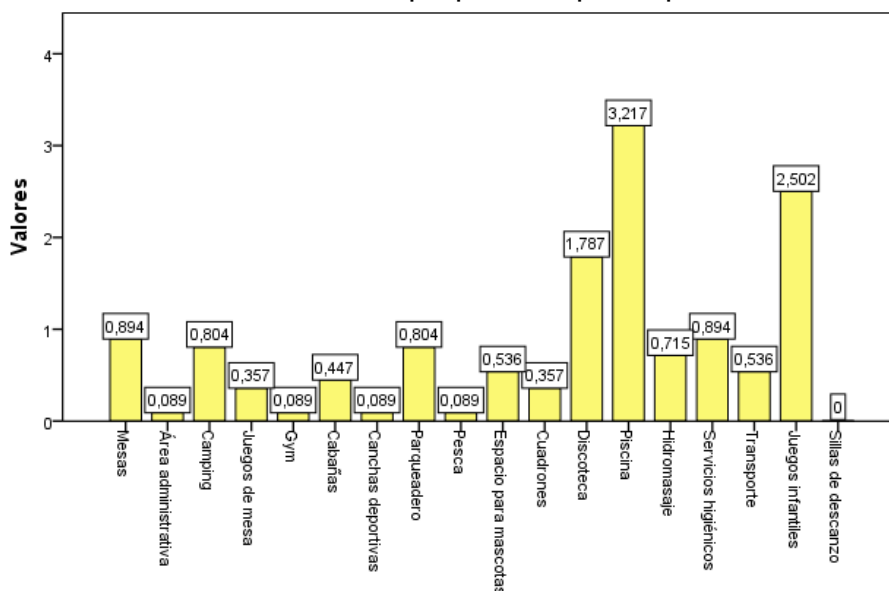
Gráfico 20: Nuevos servicios propuestos



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: Como una visión general de los nuevos servicios que la población le gustaría se oferte se encuentran: toboganes y áreas deportivas en porcentajes más altos seguidos de seguridad y alimentación.

Gráfico 21: Servicios propuestos por la población



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: Tomando en cuenta el servicio que le gustaría se oferte y no especificado en el cuadro anterior se menciona que sería necesario una nueva piscina y juegos infantiles tomando en cuenta el porcentaje más alto.

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios...

... la oferta turística básica está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turístico (agencia de viajes, alojamiento, transportes, etc.)

La oferta turística complementaria está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los

turistas y complementan el producto turístico final (restauración, deportes, ocio, comercio, etc.) (Cabarcos, 2010, pág. 5)

Pregunta N° 11: De las siguientes actividades ¿cuál le gustaría realizar en el balneario?

Objetivo: Identificar que otras actividades les gustaría realizar a los visitantes en el balneario.

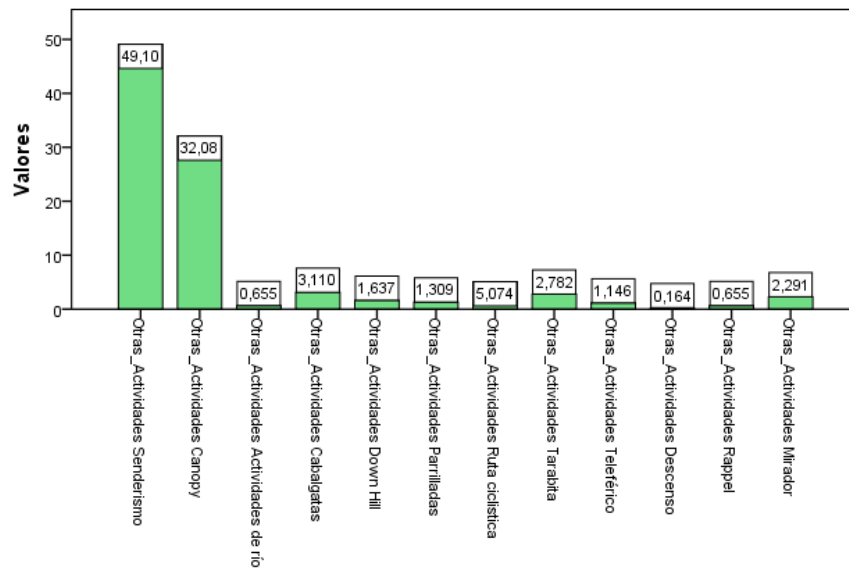
Tabla 25: De las siguientes actividades cual le gustaría realizar en el balneario

Otras_Actividades	Senderismo	300	49,1%
	Cannopy	196	32,1%
	Actividades de río	4	,7%
	Cabalgatas	19	3,1%
	Down Hill	10	1,6%
	Parrilladas	8	1,3%
	Ruta ciclística	31	5,1%
	Tarabita	17	2,8%
	Teleférico	7	1,1%
	Descenso	1	,2%
	Rappel	4	,7%
	Mirador	14	2,3%

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 22: De las siguientes actividades cual le gustaría realizar en el balneario



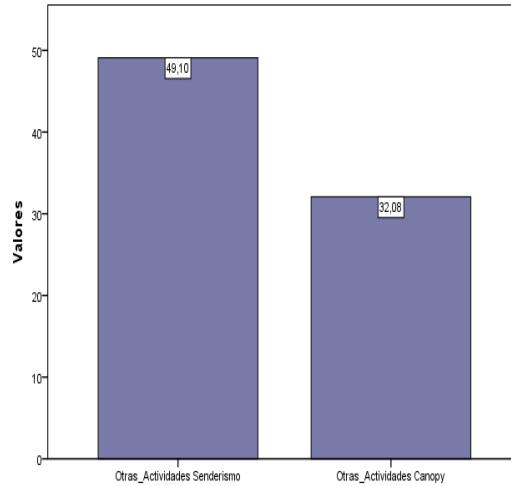
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: de manera general se puede observar que las actividades que le gustaría realizar a los visitantes son el senderismo y canopy. De igual forma se tomara en cuenta las otras actividades que fueron formuladas con pregunta abierta.

Las cosas que quiere hacer el turista son en definitiva la razón básica de que acontezca el turismo y de que se genere una serie de consumos específicos. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos. Si a las cosas que quiere hacer el turista se les llama actividades turísticas, están se transforman en el elemento a partir del cual nace, se desarrolla y se justifica la totalidad del sistema turístico (Boullón, Planificación del espacio turístico, 2006, págs. 139-140)

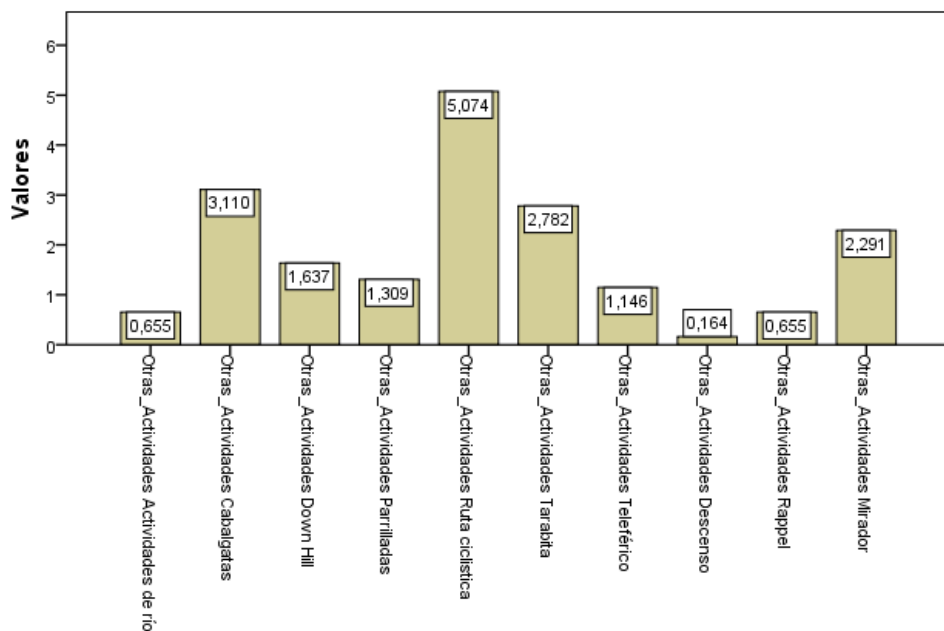
Gráfico 23: Actividades propuestas



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

De las actividades propuestas, en mayor porcentaje se prefiere la actividad del senderismo, teniendo en cuenta que si existen dos senderos pero que no se encuentran adecuados con normativas técnicas ni seguridad necesaria para la realización de dicha actividad.

Gráfico 24: Actividades propuestas por la población



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: Entre otras actividades que le gustaría se realice a los visitantes se encuentran: ruta ciclística, cabalgatas, tarabita, mirador en porcentajes altos en cuanto a la pregunta abierta.

Lo que el turista puede hacer en un destino depende de lo que este ofrezca. Desde esa perspectiva, las posibles actividades están supeditadas a las características físico-ambientales del entorno y a los servicios e instalaciones dispuestos para su disfrute. (Quesada, 2010, pág. 37)

Pregunta N° 12: ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de visitar el balneario?

Objetivo: Identificar que problemas existen al momento de dirigirse al balneario.

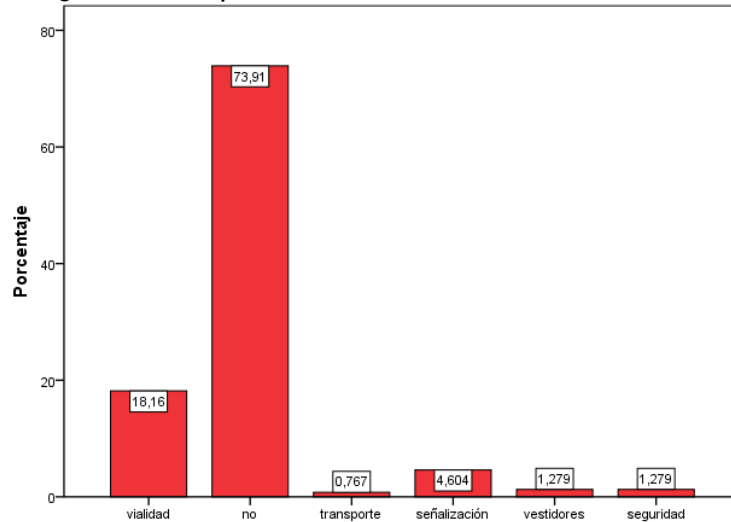
Tabla 26: ¿Ha tenido problema al momento de visitar el Balneario?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
vialidad	71	18,2	18,2	18,2
no	289	73,9	73,9	92,1
transporte	3	,8	,8	92,8
señalización	18	4,6	4,6	97,4
vestidores	5	1,3	1,3	98,7
seguridad	5	1,3	1,3	100,0
Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Gráfico 25: ¿Ha tenido problema al momento de visitar el Balneario?



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: la población manifiesta que no existe problemas al momento de dirigirse al balneario, en muy bajos porcentajes se manifiesta que la vialidad ha sido parte de un problema pero no tan enérgico.

Roberto Boullón expresa que: “El equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos” (2006, pág. 40)

Pregunta N° 13: ¿Usted piensa que la distribución de las áreas es adecuada?

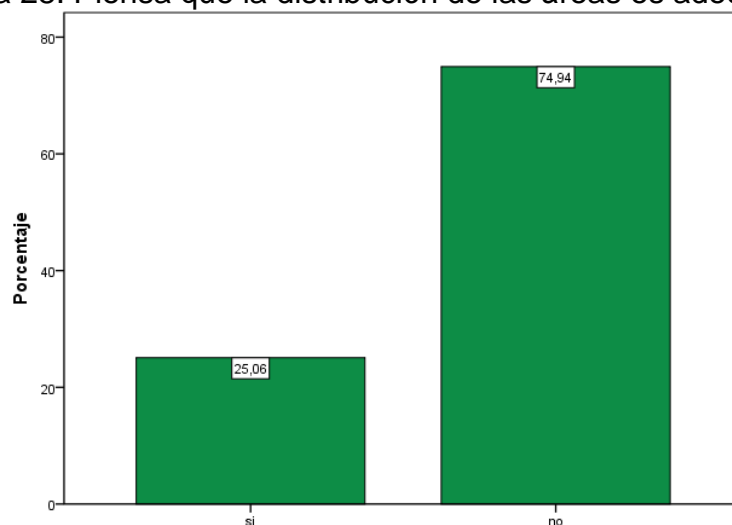
Objetivo: Identificar si la distribución de las áreas es adecuada.

Tabla 27: Piensa que la distribución de las áreas es adecuada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	98	25,1	25,1	25,1
no	293	74,9	74,9	100,0
Total	391	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Tabla 28: Piensa que la distribución de las áreas es adecuada



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Interpretación: la población manifestó que no es adecuada la distribución de las áreas del balneario, se encuentra de forma inadecuada y existen lugares que deberían ser tomados en cuenta para la aplicación de actividades que mejoren el servicio del mismo.

La planificación física es una técnica que pertenece a las categorías fácticas del conocimiento científico. Su finalidad es el ordenamiento de las acciones del hombre sobre el territorio y se ocupa de resolver armónicamente la construcción de todo tipo de cosas, así como de anticipar el efecto de la explotación de los recursos naturales (Boullón, 2006, pág. 58)



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS
AMBIENTALES
ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO**

Objetivo: La presente entrevista se realiza con la finalidad de obtener información sobre el balneario La Calera que permita el desarrollo de la fase investigativa.

Nombre: Sr. Delfín Chamorro

Cargo: Administrador del balneario La Calera

1. ¿Qué tipo de atractivo turístico; denominación?

El establecimiento fue denominado como Balneario La Calera

2. ¿El establecimiento es público o privado?

El establecimiento forma parte del Municipio, está cedido en comodato al Sr. Delfín Chamorro actual administrador del Balneario.

3. ¿Cuál es la forma administrativa en que se maneja su establecimiento?

La forma de administración es empírica, pues no se lleva un control de ingreso de turistas al establecimiento ni de otros procesos que se realizan.

4. ¿Cuál es la distribución del establecimiento?

Se encuentra distribuido según los servicios que se ofertan, no se siguió los planos establecidos en un inicio, solo la infraestructura y las piscinas más no en las actividades a realizarse. En cuanto al agua

potable, de duchas, se realizó un cambio y se llevó a cabo la construcción de nueva infraestructura.

5. ¿Qué servicios brinda el balneario La Calera?

En este momento se brinda las piscinas, alimentación, sauna, turco y alojamiento en carpas, canchas deportivas.

6. ¿Posee un modelo de gestión técnico?

No, solo se realiza de forma principiante, la administración no es adecuada. Se actúa por la necesidad que se presenta.

7. ¿Qué normativa rige su establecimiento?

Ninguna, se intentó trabajar con el Ministerio de Turismo pero no hubo buenos resultados, se trabaja de forma independiente.

La entrevista es una técnica que entre muchas cosas, viene a satisfacer los requerimientos de interacción personal que la civilización ha originado. (Acevedo, Florencia, & López, 1986)

Se presenta el análisis físico-químico de las aguas termales del Balneario La Calera:

Tabla 29: Análisis físico – químico de las aguas de La Calera

PARÁMETROS	UNIDADES	RESULTADOS	MÉTODO
*Azufre	mg/l	6	OXIDACIÓN Y APHA 4500 (SO ₄)
Bicarbonato	MgCaCO ₃ /l	766	CALCULO
Calcio	mg/l	79.00	MAM-05/APHA 3500-Ca B MODIFICADO
Cloro Activo	mg/l	< 0.24	MAM-06/APHA 4500 CI B MODIFICADO
Hierro	mg/l	1.21	MAM-18/APHA 3111 B MODIFICADO
Nitratos (N-NO ₃)	mg/l	0.3	MAM-43/APHA 4500-NO ₃ -B MODIFICADO
pH	-----	6.5	MAM-34/APHA 4500-pH+ MODIFICADO
Potasio	mg/l	18.00	MAM-26/APHA3111 B MODIFICADO
Sulfatos	mg/l	17	MAM-65/TURBIDIMETRICO HACH

Fuente: Universidad Central del Ecuador Facultad de Ciencias Químicas

Tomando en cuenta las características de las aguas mineromedicinales analizadas en la recolección de información se puede afirmar que:

Son aguas termales propiamente dichas, pues superan los 20°C, La Calera presenta una temperatura variada entre los 26-28°C; tomando en cuenta el punto hidroterapéutico son aguas Hipotermas (entre 20 y 35 °C); Así también en el ámbito terapéutico son aguas **sulfatadas** que atribuyen acciones antialérgicas, desintoxicantes, antiflogísticas, antiirreumáticas; **Cloruradas** que atribuyen acciones anticatarras, antiinflamatorias; **Sulfatadas** que atribuyen acciones colagogas, purgantes; **Cálcicas:** que atribuyen acciones antialérgicas, sedantes, antiinflamatorias; **Ferruginosas** que atribuyen acciones antianémicas y reconstituyentes.

Son aguas calcáreas ferruginosas, de color amarillo pálido, y transparente en el caso de las aguas minerales. La vertiente termal es usada para

curaciones de infecciones cutáneas y artríticas. La combinación entre el agua termal y mineral es recomendada para problemas neurálgicos.

El PH promedio se encuentra entre 6,5 y 8 manteniendo la aceptabilidad en las aguas de La Calera (6,5).

3.6.2. Interpretación general de datos.

Con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción del cliente en cuanto al servicio del balneario La Calera, se aplicó la encuesta como instrumento de obtención de información, la cual una vez tabulada da a conocer en muchos de los casos el agrado de visitar el balneario pero también la insatisfacción en muchos de los servicios que este ofertaba, como se puede evidenciar en la interpretación de los datos obtenidos

El instrumento de la encuesta se divide en tres partes, la primera hace referencia a, si es o no, primera vez que visita el balneario, recomendación de uso, transporte, comparación con otras alternativas y preferencia de uso; la segunda mide el grado de importancia que de dan los visitantes a los aspectos de: calidad, precio, experiencia, instalaciones, promoción a la hora de utilizar el servicio, y el grado de satisfacción en esos mismos aspectos con el servicio ofertado; y la tercera, toma en cuenta la experiencia reciente con el balneario para valorar si este cumple con su necesidad de visita, la señalización que este posee, nuevos servicios y actividades que les gustaría se oferten, problemas a la hora de visita y la distribución del espacio turístico.

El espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más la planta y la infraestructura turísticas, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país

. (Boullón, 2006, pág. 65)

Tomando en cuenta lo propuesto por Boullón sobre el espacio turístico se ve de gran importancia el diseñar la distribución de las áreas de recreación del balneario La Calera para un adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos, esto traerá beneficios a los turistas que hacen uso frecuente del mismo como se evidenció en la encuesta aplicada a la población.

Es así que, es necesario tomar en cuenta cada una de las opiniones, sugerencias y puntos de vista de las nuevas necesidades a cumplir dentro y fuera del balneario, así también mejorar los servicios que se ofertan actualmente.

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede determinar que el diseño del balneario no aprovecha de forma adecuada el espacio turístico, pues existe una insatisfacción en cuanto a calidad del servicio y a las diferentes actividades y servicios que este oferta, la mayoría de los turistas manifiestan que necesitan algo más para que su estadía o experiencia dentro del balneario sea diferente.

En cuanto a la entrevista se podría manifestar que se lleva a cabo un manejo práctico del balneario pues se actúa de acuerdo a las necesidades que surgen al momento de brindar servicios, esto ayuda a enfocarse en la parte administrativa del mismo, por lo que requiere un modelo de gestión que le permite llevar de forma adecuada cada uno de los procesos que este balneario requiere.

3.6.3. Verificación de hipótesis.

Para la verificación de la hipótesis se realizara la prueba de independencia entre dos variables la cual manifiesta que:

Una de las principales aplicaciones de X^2 consiste en determinar si dos variables categóricas son independientes o están relacionadas entre sí mediante la aplicación de tablas de contingencia.

Las tablas de contingencia se utilizan para examinar la relación entre dos variables categóricas, o bien explorar la distribución que posee una variable categórica entre diferentes muestras. Hay diferentes cuestiones que surgen al examinar una tabla de contingencia, y en este tema vamos a tratar la cuestión de la dependencia.

La independencia de dos variables consiste en que la distribución de una de las variables es similar sea cual sea el nivel que examinemos de la otra. Esto se traduce en una tabla de contingencia en que las frecuencias de las filas (y las columnas) son aproximadamente proporcionales. Posiblemente sea más como reconocerlo usando en la tabla de contingencias los porcentajes por filas (o columnas) y observando si estos son similares.

La prueba de independencia ji-cuadrado (Chi-cuadrado) contrasta la hipótesis de que las variables son independientes, frente a la hipótesis alternativa de que una variable se distribuye de modo diferente para diversos niveles de la otra. (López & Morfiel, pág. 44)

Una de las técnicas más utilizadas para la verificación de la hipótesis es el Chi-cuadrado que permite fijar si dos variables están relacionadas entre ellas, tomando en cuenta un nivel de confianza al cual se aplicara esta técnica.

Tabla 30: Frecuencias Obtenidas

Frecuencias Obtenidas	Grado de Satisfacción del servicio con las instalaciones		Piensa que la distribución de las áreas es adecuada		Total
			si	no	
		MUY SATISFECHO	0	4	4
		SATISFECHO	29	57	86
		INDIFERENTE	12	8	20
		POCO SATISFECHO	57	215	272
		INSATISFECHO	0	9	9
	Total		98	293	391

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

Tabla 31: Frecuencias Esperadas

Frecuencias Esperadas	Grado de Satisfacción del servicio con las instalaciones		Piensa que la distribución de las áreas es adecuada		Total
			si	no	
		MUY SATISFECHO	1,00255754	2,99744246	4
		SATISFECHO	21,5549872	64,4450128	86
		INDIFERENTE	5,01278772	14,9872123	20
		POCO SATISFECHO	68,173913	203,826087	272
		INSATISFECHO	2,25575448	6,74424552	9
	Total		98	293	391

Elaborado por: Tania Piarpuezán
Fuente: Encuesta Directa

$$fe = \frac{98}{391}(4)$$

$$fe = 1,00255754$$

$$fe = \frac{293}{391}(4)$$

$$fe = 2,99744246$$

Tabla 32: Cálculo del estadístico apropiado

Estadístico Apropiado		$\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$	Piensa que la distribución de las áreas es adecuada	
			si	No
Grado de Satisfacción del servicio con las instalaciones	MUY SATISFECHO		1,00255754	0,33532641
	SATISFECHO		2,57147986	0,86008541
	INDIFERENTE		9,73931834	3,25751944
	POCO SATISFECHO		1,83143855	0,61256307
	INSATISFECHO		2,25575448	0,75448443

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Fuente: Encuesta Directa

Evaluación del estadístico:

$$X^2_{obt} = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

$$X^2_{obt} = 23,2205275$$

Grados de Libertad:

$$gl = (r - 1)(c - 1)$$

$$gl = (2 - 1)(5 - 1)$$

$$gl = 4$$

Nivel de Confiabilidad: 95%, $\sigma = 0.05$

Comparación con la tabla distribución de Chi-Cuadrado

Ilustración 3: Tabla de distribución de Chi-Cuadrado

g.l.	0,995	0,990	0,975	0,950	0,900	0,500	0,100	0,050	0,025	0,010	0,005
1	7,88	6,63	5,02	3,84	2,71	0,45	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
2	10,60	9,21	7,38	5,99	4,61	1,39	0,21	0,10	0,05	0,02	0,01
3	12,84	11,34	9,35	7,81	6,25	2,37	0,58	0,35	0,22	0,12	0,07
4	14,86	13,28	11,14	9,49	7,78	3,36	1,06	0,71	0,48	0,30	0,21
5	16,75	15,09	12,83	11,17	9,24	4,25	1,61	1,15	0,83	0,55	0,41
6	18,55	16,81	14,45	12,69	10,64	5,35	2,20	1,64	1,24	0,87	0,68
7	20,28	18,48	16,01	14,07	12,02	6,35	2,83	2,17	1,69	1,24	0,99
8	21,96	20,09	17,53	15,51	13,36	7,34	3,49	2,73	2,18	1,65	1,34
9	23,59	21,67	19,02	16,92	14,68	8,34	4,17	3,33	2,70	2,09	1,73
10	25,19	23,21	20,48	18,31	15,99	9,34	4,87	3,94	3,25	2,56	2,16
11	26,76	24,73	21,92	19,68	17,28	10,34	5,58	4,57	3,82	3,05	2,60
12	28,30	26,22	23,34	21,03	18,55	11,34	6,30	5,23	4,40	3,57	3,07
13	29,82	27,69	24,74	22,36	19,81	12,34	7,04	5,89	5,01	4,11	3,57
14	31,32	29,14	26,12	23,68	21,06	13,34	7,79	6,57	5,63	4,66	4,07
15	32,80	30,58	27,49	25,00	22,31	14,34	8,55	7,26	6,26	5,23	4,60
16	34,27	32,00	28,85	26,30	23,54	15,34	9,31	7,96	6,91	5,81	5,14
17	35,72	33,41	30,19	27,59	24,77	16,34	10,09	8,67	7,56	6,41	5,70
18	37,16	34,81	31,53	28,87	25,99	17,34	10,86	9,39	8,23	7,01	6,26
19	38,58	36,29	32,85	30,14	27,20	18,34	11,65	10,12	8,91	7,63	6,84
20	40,00	37,67	34,27	31,41	28,41	19,34	12,44	10,85	9,59	8,26	7,43

(Serret, 1995)

Tomando en cuenta la distribución de Chi-cuadrado con 4gl; el de la tabla que es 9,488, y al comparar con el obtenido 23,22 se manifiesta que:

Decisión Estadística

Tomando en cuenta la fórmula de Chi cuadrado, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho) que manifiesta:

Ho: La deficiente distribución de las áreas de recreación no incide en el desaprovechamiento de los recursos turísticos en el balneario La Calera

Y por tal motivo se acepta la Hipótesis Alternativa (Hi)

Hi: La deficiente distribución de las áreas de recreación incide en el desaprovechamiento de los recursos turísticos en el balneario La Calera

Reafirmando la información obtenida en la realización del instrumento investigativo la encuesta aplicada a la población. $X^2_{obt} > X^2_{Tabla}$

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES.

- La adecuada distribución de las áreas de recreación permitirá un aprovechamiento de los recursos turísticos, pues se toma en cuenta características del espacio turístico y la mejor manera de utilizarlos brindando un servicio de calidad y diferenciación.
- El turismo termal o de balnearios mejoran el estilo de vida de los visitantes que hacen uso de sus aguas termales, brindándoles una oportunidad de mejorar su salud y realizar actividades complementarias que brinden recreación y relajación.
- Los diferentes modelos de distribución se encaminan al aprovechamiento del espacio turístico en cada lugar, toma en cuenta las características y potencialidades del mismo para crear nuevos servicios y actividades que satisfaga en su mayor parte a los visitantes.
- Se manifiesta que a mayor satisfacción existe una mayor posibilidad de que el usuario vuelva a hacer uso del servicio, pues un turista satisfecho manifiesta un resultado positivo, siendo este el resultado de una adecuada relación entre el servicio prestado y la experiencia que éste obtuvo al momento de hacer uso del balneario.
- La deficiente distribución de las áreas de recreación, si índice en el desaprovechamiento de los recursos turísticos, denotando que la apropiada distribución de las mismas permitirá la adecuada aplicación de actividades que mejoren el servicio que brinda el balneario La Calera.
- Una planificación adecuada sobre el espacio físico permite una relación armónica entre el medio natural y las personas, relacionándolas en un mismo elemento.

4.2. RECOMENDACIONES

- Para una adecuada distribución del balneario La Calera es recomendable realizar un rediseño técnico administrativo que tome en cuenta las diferentes necesidades que poseen los turistas y que requieren ser satisfechas para un servicio de calidad
- Tomar en cuenta las preferencias de los visitantes en relación a las actividades y servicios que se obtuvieron en la recolección de información para poder realizar un adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos y que satisfaga las necesidades.
- Para la aplicación de los modelos de distribución es necesario determinar las diferentes regulaciones de las actividades turísticas, tomando en cuenta las diferentes normativas que rigen la actividad turística.
- Tomar en cuenta la aplicación de las 5P del Marketing para una gestión del balneario que le permita el manejo adecuado de los recursos, así también, crear estrategias enfocadas al desarrollo del mismo.
- La planificación del espacio físico requiere de un diseño técnico administrativo que permita enfocar las necesidades y los procesos que requiere el balneario para un adecuado funcionamiento mediante el aprovechamiento de los recursos.
- La parte técnico administrativo del rediseño del balneario debe tener en cuenta cada uno de los procesos que se realizan dentro de este, así también debe tomar en cuenta los impactos que se pueden generar al realizar estos cambios.

V. PROPUESTA.

5.1. ANTECEDENTES



Ilustración 4 Ubicación Geográfica
Balneario La Calera (Google earth)

El balneario La Calera, ubicado en la parroquia San Isidro del Cantón Espejo, un establecimiento que brinda servicios turísticos de distracción, relajación, salud, entre otros. Es un lugar muy concurrido por turistas nacionales y extranjeros que hacen uso de sus servicios e instalaciones. En éste lugar brindan servicios de alimentación, garaje, áreas de recreación, sauna, turco, todo esto abarca dos hectáreas de terreno con señalización y señalética muy escasa e inadecuada generando el incorrecto uso de sus instalaciones y desconocimiento de actividades recreacionales dentro del mismo.

El agua termal es un importante recurso del balneario, que por sus elementos naturales ayuda a mejorar la salud de los visitantes que hacen uso de sus beneficios.

La temperatura del agua fluctúa entre los 26° y 28 °C. Son aguas calcáreas ferruginosas, de color amarillo pálido, y transparente en el caso de las aguas minerales. La vertiente termal es usada para curaciones de infecciones cutáneas y artríticas. La combinación entre el agua termal y mineral es recomendada para problemas neurálgicos. (carchi.gob.ec, s.f.)

De ahí, su importancia para el manejo adecuado de sus instalaciones, relacionándose con los objetivos de la constitución de Ecuador que especifica lo siguiente:

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:
(...)

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible
(...)



Ilustración 5 Balneario La Calera

El sauna cumple con la norma técnica por lo que se puede decir que se encuentra en buenas condiciones, cabe mencionar que no se lo prepara todos los días para su funcionamiento, este se oferta solo los fines de

semana (por situación de optimización de recursos) ocasionando una insatisfacción en el servicio requerido.

El turco al igual que la sauna no son servicios frecuentes, se implican en los principales servicios que buscan los turistas al momento de dirigirse al balneario, pero al no ser tan habituales impiden un aprovechamiento de los mismos, deteriorando estas instalaciones.

Existen dos piscinas que no poseen iguales propiedades, la de agua termal con un afluente natural es de menor superficie en la cual la mayoría de los turistas ingresan sin importar la capacidad que esta posee, la otra piscina con características minerales es de mayor superficie pero que al no contener tantos beneficios en algunos casos no posee gran afluencia de turistas, sin embargo en días feriados las visitas de turistas es de gran escala y las dos piscinas se encuentran copadas, presentando un malestar a la gran cantidad de turistas que no ingresan por falta de espacio.

El servicio de alimentación ofertado en el balneario no presenta un menú variado, en muchos casos los visitantes presentan insatisfacción en la hora de adquirir alimentos, manifiestan que sería necesario se oferte otro menú que presente variedad de platos típicos de la localidad entre otros.

El Garaje no posee una señalización adecuada en cuanto al sentido de orientación de estacionamiento, puesto que los visitantes colocan sus vehículos de forma irregular y por tal motivo muchos turistas tienen problemas a la hora de salir del balneario por la gran afluencia de vehículos a las instalaciones.

Un sendero se encuentra ubicado a pocos metros de las instalaciones el cual lleva hacia una cueva que posee gran importancia por la presencia de una cueva de 3.5m de alto, formada por la filtración del agua y el arrastre de

minerales, lo que ha dado lugar a que las raíces de cholán, ubicadas en la parte superior, se compacten y den origen a unas formaciones parecidas a las estalactitas; siguiendo el sendero se llega al río El Ángel, que pese a su situación contaminada por la presencia de florícolas río arriba, que desembocan sus residuos en este río, posee gran belleza paisajística; pero no posee la adecuada implementación para su uso ni la suficiente seguridad para los visitantes y turistas.

La distribución de la infraestructura turística del Balneario La Calera evidencia un diseño anticuado e incluso se podría decir empírico el cual ocasiona una deficiente distribución de las áreas de recreación provocando un desaprovechamiento de los recursos turísticos.

5.2. JUSTIFICACIÓN

La importancia del adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos, se encuentra inscrito en la afluencia de visitantes a sus instalaciones por motivos de salud y recreación que permiten mejorar el estilo de vida como lo manifiesta el Plan Nacional del Buen Vivir:

Objetivo 5.- Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

5.1. Promover la democratización del disfrute del tiempo y del espacio público para la construcción de relaciones sociales solidarias entre diversos (SENPLADES, 2013)

Información comprobada en la recolección de información del balneario, la cual permitió tener una mejor visión de los requerimientos de los visitantes, tomando en cuenta sus necesidades más primordiales.

Al tomar en cuenta un manejo adecuado de la distribución de áreas, que permitan presentar un establecimiento que brinde un servicio de calidad, enfocados a satisfacer las necesidades de quien hacen uso del balneario. Una buena distribución de las áreas de recreación del Balneario La Calera permitirá un beneficio directo a los turistas y visitantes que acuden a éste establecimiento, puesto que se mejorará la satisfacción del cliente en cuanto al servicio e instalaciones del balneario. Así también como beneficiarios indirectos las personas que ofertan servicios de transporte hacia y desde el balneario.

Mediante las encuestas realizadas se considera una evaluación general del balneario La Calera, la cual manifiesta que por su posición geográfica atrae turistas muy cercanos a su ubicación, la población que visita este lugar son en su mayor porcentaje son mujeres al de los hombres; La media de edad de los turistas que visitan el balneario se encuentra entre los 18 a 35 años de edad.

Existe una preferencia por éste balneario, pues la mayoría de la población expresa que no es la primera vez que lo visita, recomendando este lugar a sus conocidos, familiares y amigos.

Comparando con otras alternativas de balnearios dentro de la provincia se dio a conocer una igualdad en el servicio y en algunos casos lo califican como algo mejor, estableciendo un criterio de mejorar en cuanto a la atención del mismo, así también expresan el estar seguros de visitar nuevamente el balneario.

En cuanto a las 5P de los elementos del marketing; producto, precio plaza, promoción y personas; se evidencia que en su mayor parte estos elementos son de gran importancia en cuanto a la calidad del servicio. Pero este criterio varía mucho en cuanto al nivel de satisfacción de los mismos, la promoción

es casi nula, la señalización es escueta, presentando niveles de insatisfacción en el servicio prestado.

En cuanto a los nuevos servicios que los turistas buscan se encuentran en mayores porcentajes los toboganes, áreas deportivas, seguridad y alimentación como se lo evidencia en la fase de análisis de resultados, estos buscan mejorar la calidad en el servicio y crear nuevas alternativas de distracción.

Otra oferta muy importante a la hora de la obtención de información fueron las actividades que los visitantes quisieran se propongán, entre ellas se encuentran el senderismo y el canopy, al igual que una nueva piscina.

En su mayoría se expresa que el balneario no aprovecha adecuadamente el espacio físico presente, por lo que conviene activarlos con nuevos servicios y actividades que mejoren en servicio dentro y fuera del balneario.

Por lo mencionado, se expresa que un rediseño técnico administrativo del balneario permitirá un adecuado aprovechamiento de estos recursos, tomando en cuenta normativas técnicas que aseguren un desarrollo turístico del mismo.

5.3. OBJETIVOS

- Diseñar la distribución de las áreas de recreación del balneario La Calera para un adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos.

5.4. VARIABLES

Variable Independiente: deficiente distribución de las áreas de recreación

Variable Dependiente: desaprovechamiento de los recursos turísticos que posee el balneario La Calera.

5.5. INDICADORES

- VI: Áreas de recreación
 - Áreas de terreno
 - Situación actual del lugar
 - Porcentaje de ocupación de terreno
 - Tipo de infraestructura
 - Número de actividades que oferta el balneario
 - Número de servicios que oferta el balneario
 - Frecuencia de visitas

- VD: Recursos turísticos
 - Tipo de elemento turístico
 - Matriz de clasificación de atractivos turísticos
 - Grado de importancia de la calidad del servicio
 - Producto
 - Precio
 - Plaza
 - Promoción

5.6. MATRIZ DE RELACIÓN

Hipótesis	Objetivos	Variables	Indicadores	Técnicas e instrumentos
La deficiente distribución de las áreas de recreación incide en el desaprovechamiento de los recursos turísticos en el balneario La Calera	Diseñar la distribución de las áreas de recreación del balneario La Calera para un adecuado aprovechamiento de los recursos turísticos.	VI. Deficiente distribución de las áreas de recreación	Áreas de terreno Situación actual del lugar Porcentaje de ocupación de terreno Tipo de infraestructura Número de actividades que oferta el balneario Número de servicios que oferta el balneario Frecuencia de visitas	Investigación de Campo Encuesta
		VD. desaprovechamiento de los recursos turísticos	Tipo de elemento turístico Matriz de clasificación de atractivos turísticos Grado de importancia de la calidad del servicio Producto Precio Plaza Promoción	Entrevista

5.7. MECÁNICA OPERATIVA

Se cita la parte metodológica, la Población y muestra obtenida en el Capítulo III, en la cual se toma en cuenta el total de la población: 13.364 habitantes del cantón Espejo de la provincia del Carchi (INEC, 2010); obteniendo una muestra de 374 hab.

5.8. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA OFERTA

Juan Ávila (2006), manifiesta sobre la oferta:

Se le considera como la cantidad de mercaderías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado. (pág. 45)

Tomando en cuenta su definición se realizó el análisis de la oferta en cinco aspectos muy importantes como son:

- La relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto a la calidad del servicio del balneario
- La relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto al precio del balneario La Calera.
- La relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto a la experiencia en el Balneario La Calera
- La relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto a las instalaciones del Balneario La Calera
- La relación entre la importancia y el grado de satisfacción en cuanto a la promoción del Balneario La Calera.

En los cuales los índices de importancia de cada uno de los servicios fueron muy importantes e importantes, las variaciones existieron en el nivel de satisfacción de los mismos. Los niveles más altos de insatisfacción en los servicios ofertados fueron en las instalaciones y promoción del balneario, presentando malestar e inconformidad en los visitantes.

5.9. ASPECTOS RELEVANTES DE LA OFERTA

Se identificó elementos importantes en la prestación de servicios del balneario La Calera, en la cual existieron aspectos relevantes como:

- Grado de satisfacción con el servicio prestado del Balneario fue Satisfactorio, tomando iniciativas de mejorar para aumentar la fidelidad de los clientes.
- La comparación con otras alternativas de Balnearios en la Provincia del Carchi, permite mejorar el servicio ofertado en el balneario; en la cual manifiesta que es algo equitativo con otras alternativas aunque la población no elimina el porcentaje que este podría ser algo mejor.
- Tomando en cuenta los servicios ofertados se analizó la intensidad de uso del balneario, es decir si el visitante utilizaría nuevamente el servicio. Manifestando estar seguros de volver a este establecimiento turístico.
- Las razones por las cuales un lugar cumple con las necesidades de visita están condicionadas a los motivos por los cuales se realizó el viaje, por lo cual el balneario cumple totalmente con la necesidad de visita de cada turista.
- La señalización es un elemento importante al momento de ofertar un servicio, el balneario presenta un alto nivel de insatisfacción; el cual no permite a los turistas hacer el adecuado uso de los servicios e instalaciones.

5.10. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Tomando en cuenta su definición:

La demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicios. Es decir, la demanda de la mercancía

(bien) es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar en un momento dado, a los diversos precios posibles. (Ávila, 2006)

Por tal motivo se presenta las preferencias que los consumidores dieron a conocer en la fase de análisis e interpretación de resultados.

Se presentó un listado de ocho servicios en los cuales los de mayor porcentaje son: Toboganes 24,75%, áreas deportivas 16,18%, alimentación 10,28% y seguridad 9,29%.

Así también se formuló una pregunta abierta en la cual se especificaba otro servicio adicional demandado por los visitantes, obteniendo en mayores porcentajes: una piscina con 4,22% y juegos infantiles con 2,5%

En cuanto a las nuevas actividades se utilizó la metodología anterior en la cual las actividades con mayor porcentaje muy diferenciado son: senderismo con 49,10% y canopy con 32,08%.

5.11. ASPECTOS RELEVANTES DE LA DEMANDA

En cuanto a la demanda presentada en la fase de análisis se identifican servicios y actividades las cuales mejoraran el atenciónamiento del balneario.

Un aspecto muy notable en la demanda es la viabilidad, pues los visitantes no se encontraban satisfechos en este aspecto, al ser vías en mal estado esto impide un viaje adecuado en cuanto a la transportación, por tal motivo es expresado como un problema a la hora de visitar el balneario.

5.12. FUNDAMENTACIÓN.

Tomando en cuenta la opinión de los turistas que visitan el balneario, manifiestan en su mayoría que el motivo principal por el cual acuden a este lugar es por recreación. Por tal motivo se refiere que este es un turismo alternativo el cual expresa lo siguiente:

Sobre el Turismo Alternativo existen diversas definiciones y conceptualización, sin embargo, existe un aspecto que se presenta constante en todas ellas, que es considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística. (SECTUR, 2004, pág. 22)

Este tipo de turismo se caracteriza por tres puntos importantes que se relacionan desde el momento de quien compra y efectúa un viaje.

1. El motivo por el cual se desplazó el turista: El de recrearse en su tiempo libre realizando diversas actividades en constante movimiento, buscando experiencias significativas;
2. En dónde busca desarrollar estas actividades: En y con la naturaleza, de preferencia en estado conservado o prístino y,
3. Qué condiciones y actitudes debe el turista asumir al realizar estas actividades: Con un compromiso de respetar, apreciar y cuidar los recursos que está utilizando para recrearse.

Entonces es que la Secretaría de Turismo define al Turismo Alternativo como:

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar,

disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. (SECTUR, 2004, pág. 22)

Tomando en cuenta la normativa técnica para balnearios realizada por Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN; ESTABLECIMIENTOS BALNEARIOS. REQUISITOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO, se presentan el ÍNDICE en el cual se especifica algunas descripciones necesarias para proceso de organización del establecimiento turístico.

Cuyo objetivo manifiesta lo siguiente:

Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los balnearios, en sus procesos, instalaciones y equipamiento para la prestación de servicios de calidad.

Por tanto, se aplica a aquellos establecimientos sanitarios autorizados que, estando dotados de los medios adecuados, utilizan las aguas mineromedicinales o termales declaradas de utilidad pública, con fines terapéuticos y preventivos para la salud. (INEN, 2014)

Para la aplicación de la Norma se presenta el Índice, en el cual se presentan los temas que integran un buen funcionamiento del balneario:

Análisis de la situación actual del Balneario

Para un análisis general del servicio del balneario, se realizara una descripción universal de cada una de sus actividades, en las cuales se definirá la normativa técnica a la cual debe estar ligada, cumpliendo lineamientos turísticos.

1. Piscinas
2. Alimentación
3. Áreas Verdes

4. Sauna
5. Turco
6. Hospedaje
7. Seguridad
8. Casilleros
9. Garaje
10. Camping
11. Juegos infantiles
12. Canchas deportivas
13. Bar (Golosinas)
14. Sendero
15. Picnic
16. Señalización turística

Piscinas.- Existe la presencia de dos piscinas dentro del balneario las cuales poseen dimensiones y características diferentes.

Son aguas calcáreas ferruginosas, de color amarillo pálido, y transparente en el caso de las aguas minerales. La vertiente termal es usada para curaciones de infecciones cutáneas y artríticas. La combinación entre el agua termal y mineral es recomendada para problemas neurálgicos. (carchi.gob.ec, s.f.)

En fechas de mayor afluencia el ingreso a estas es muy frecuente, denotando que la capacidad de carga para cada una de ellas, es inapropiada, puesto que la gran cantidad de turistas que hacen uso de las piscinas no pueden nadar de mejor manera dentro de la misma.

Las dimensiones de la primera piscina son de 12m de largo, 8m de ancho y 2m aproximadamente de profundidad, la segunda piscina de 4 metros de largo, 3m de ancho y aproximadamente 1,50m.



Ilustración 6 Piscinas de Agua Termal

Alimentación.- El servicio de alimentación dentro del balneario no es muy variado, por lo que existe un malestar al momento de hacer uso de este servicio. Este se brinda solo los fines de semana, por tal motivo no ayudan a un adecuado servicio dentro de sus instalaciones.



Ilustración 7 Restaurante

Áreas Verdes.- Las áreas verdes dentro del balneario se encuentran en diferente ubicación del balneario, en algunos casos muy descuidados dejando de ser aprovechadas de una forma adecuada.



Ilustración 8 Áreas Verdes

Sauna y turco.- estos servicios se ofertan los fines de semana, en algunos casos al no presentarse el propietario quien es la persona encargada de brindar el funcionamiento de estos productos, no se ofrece dicho atenciamiento



Ilustración 9 áreas Húmedas

Hospedaje.- actualmente el servicio de alojamiento se encuentra fuera de servicio por diferentes motivos, el principal manifiesta que no toda la población pernocta en dicho lugar, presto que las personas que en su mayoría lo visitan son turistas locales por la cercanía al lugar. Esto a provocado que no se dé un adecuado manejo a las habitaciones y estas queden deshabilitadas para su funcionamiento.



Ilustración 10 Servicio de Alojamiento

Seguridad.- este apartado no es tan frecuente en el establecimiento, en cuanto a seguridad turística existen desventajas frente al cerramiento del lugar, no existe un cerramiento continuo en todo el balneario.



Ilustración 11 Cerca que rodea el Balneario

Casilleros.- en cuanto a este servicio, no existe una persona encargada de la adecuación de prendas de vestir en los respectivos casilleros, por tal motivo la mayoría de los turistas las ubican a su vista, generando un desorden en todo el balneario.



Ilustración 12 Casilleros

Garaje.- la distribución de puestos de estacionamiento es nula, por lo que los turistas proceden a ubicar sus automóviles de forma conveniente a sus necesidades, debido a este inconveniente es necesario la adecuación de puestos de aparcamiento.



Ilustración 13 Servicio de Garaje

Camping.- este servicio se lo realiza de acuerdo a los requerimientos del turista, para lo cual no se encuentra delineado un lugar en específico para ubicar los equipos de acampada. Colocando las tiendas a su disposición, causando malestar en algunos visitantes.



Ilustración 14 Camping

Juegos infantiles.- por la gran presencia de niños a este establecimiento es necesario la presencia de juegos de recreación que les permita desenvolverse de forma recreativa, actualmente este servicio es casi nulo por los diferentes juegos deteriorados presentes en el establecimiento.



Ilustración 15 Juegos Infantiles Deteriorados

Canchas deportivas.- se encuentran en la parte inferior del establecimiento, son dos canchas utilizadas para diferentes deportes, dependiendo de las necesidades del turista, las canchas no se encuentran en buen estado y son diseñadas para voleibol como actividad principal.



Ilustración 16 Canchas Deportivas

Bar (Golosinas).- este brinda un servicio continuo, pero en algunos casos no existe la persona encargada de vender los productos puestos en vitrina. Hay que tomar en cuenta que debe presentarse un menú con alimentos nutritivos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los visitantes.



Ilustración 17 Ingreso al Servicio de Bar

Picnic.- La realización de esta actividad implica un lugar adecuado el cual permita tener acceso a servicios que mejoren la calidad, un adecuado sector para esta actividad permitirá que se desarrolle de mejor manera y no cause molestias a los demás visitantes.



Ilustración 18 Lugar de Pic nic

Sendero.- el difícil acceso a diferentes puntos localizados en el sendero por la inadecuada implementación técnica hace que los turistas no lleguen al final del recorrido, en ocasiones las pendientes del mismo no permiten que todas las personas puedan trasladarse dentro del sendero.



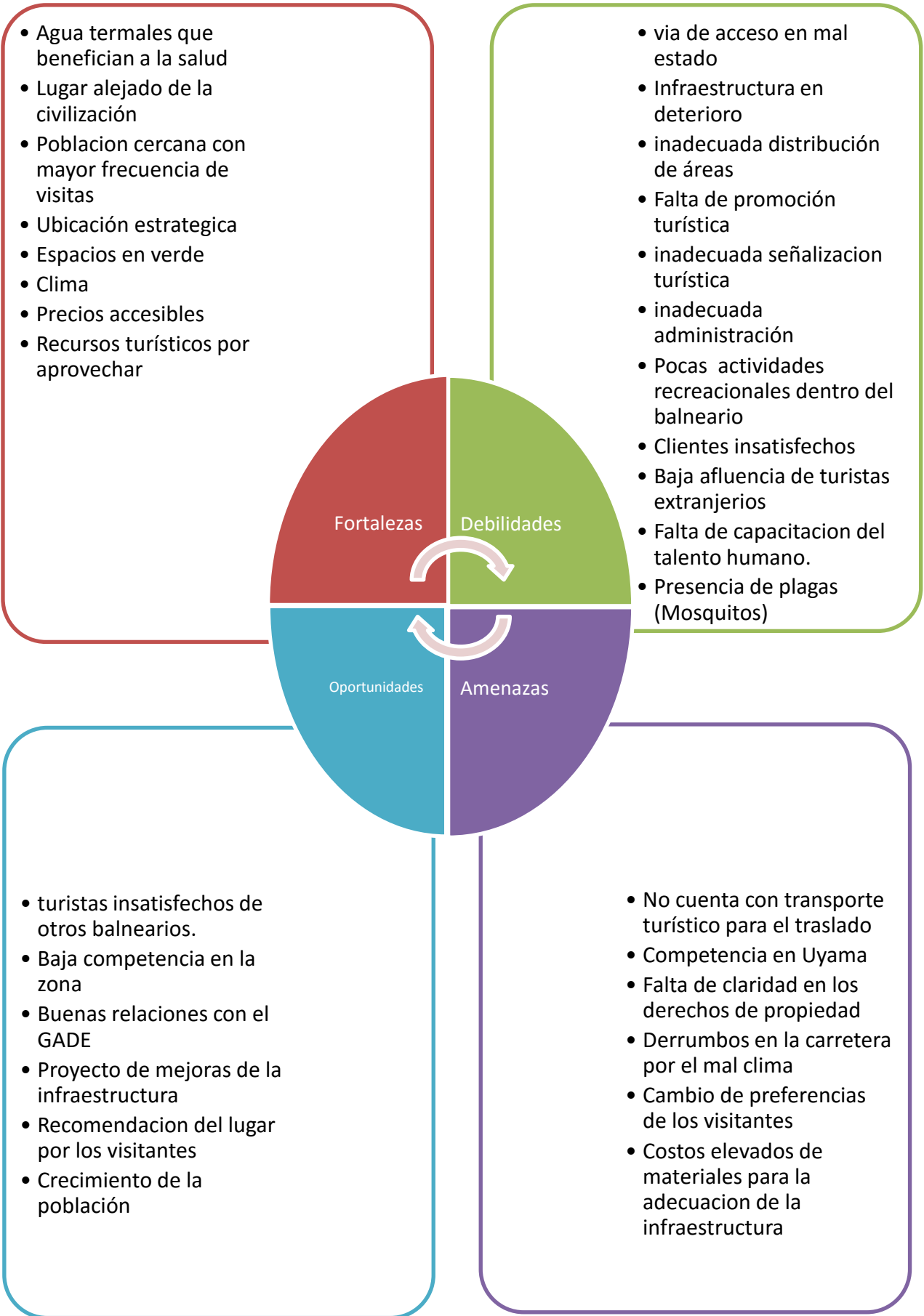
Ilustración 19 Sendero hacia la Cueva

Señalización turística.- una de las principales causas de insatisfacción de los clientes es la señalización, pues en todo el balneario la presencia de señalética es nula y presenta dificultades a la hora de identificar las diferentes actividades a realizarse en el balneario, al igual que la señalización hasta llegar de la panamericana al establecimiento es escasa y muchas veces nuevos turistas tienen problemas al trasladarse de una manera eficaz.



Ilustración 20 Señalización del Balneario

Se presenta un análisis interno y externo del balneario, denominado a este análisis FODA, en el cual se presentan fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro y fuera del establecimiento.

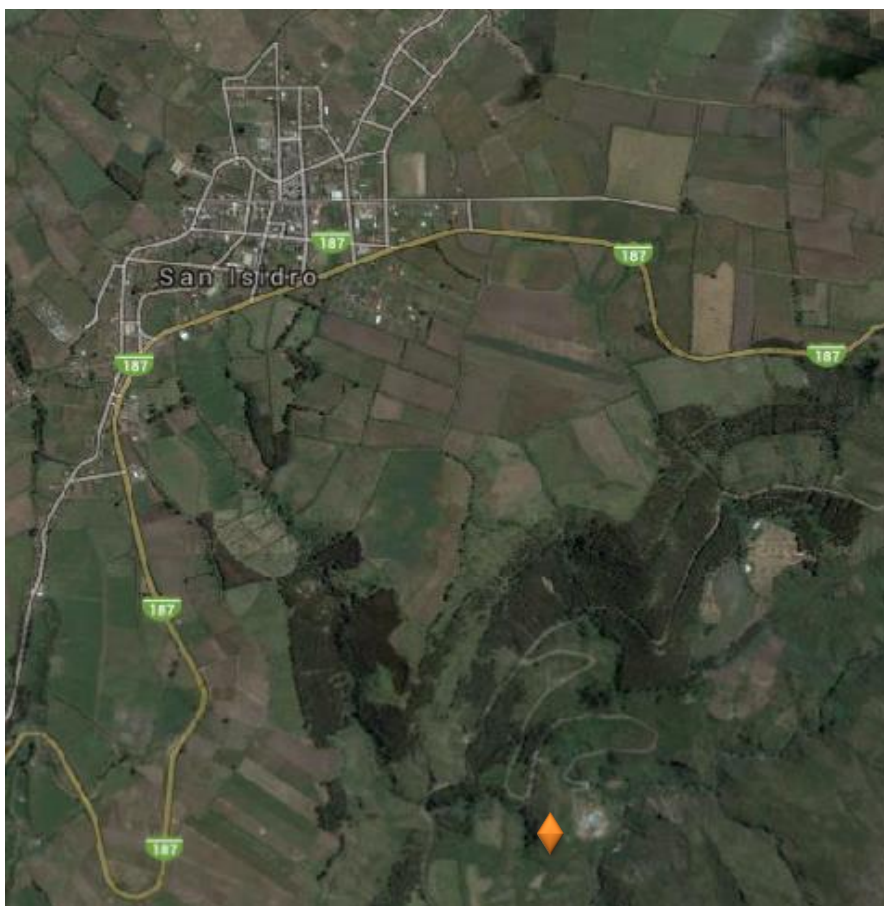


5.13. MACRO LOCALIZACIÓN

El Balneario La Calera se encuentra ubicado en la parroquia San Isidro del Cantón Espejo, Provincia del Carchi.

5.14. MICRO LOCALIZACIÓN

Tomando en cuenta la información obtenida en la fase de análisis e interpretación de resultados, se puede observar que en la micro localización del balneario ubicado a 10.3 Km de la ciudad de El Ángel, a las laderas del rio El Ángel; permite la visita de turistas en su mayor parte nacionales.



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Tania Piarpuezán

5.15. NOMBRE DE LA EMPRESA.

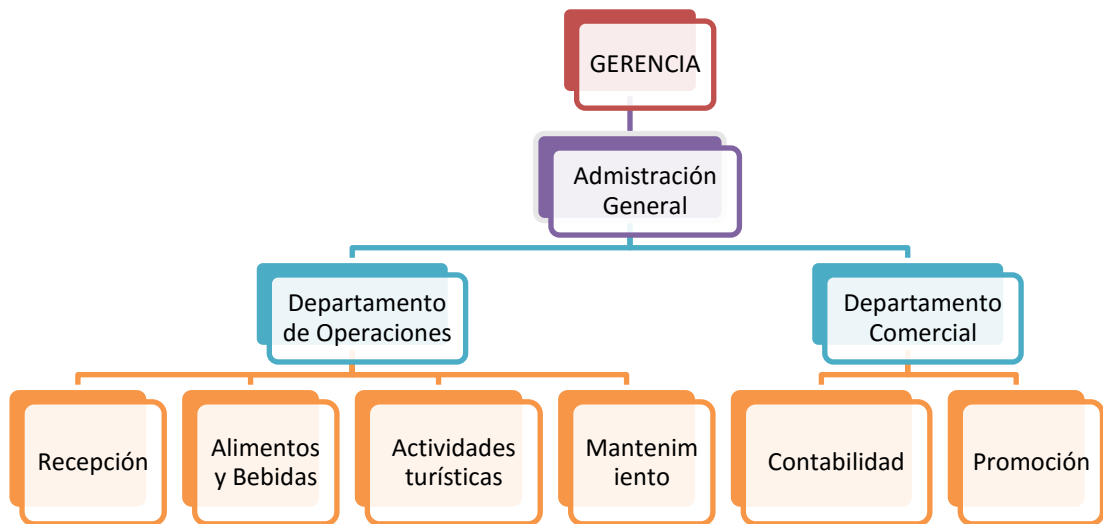
BALNEARIO LA CALERA

5.16. PROPUESTA ADMINISTRATIVA.

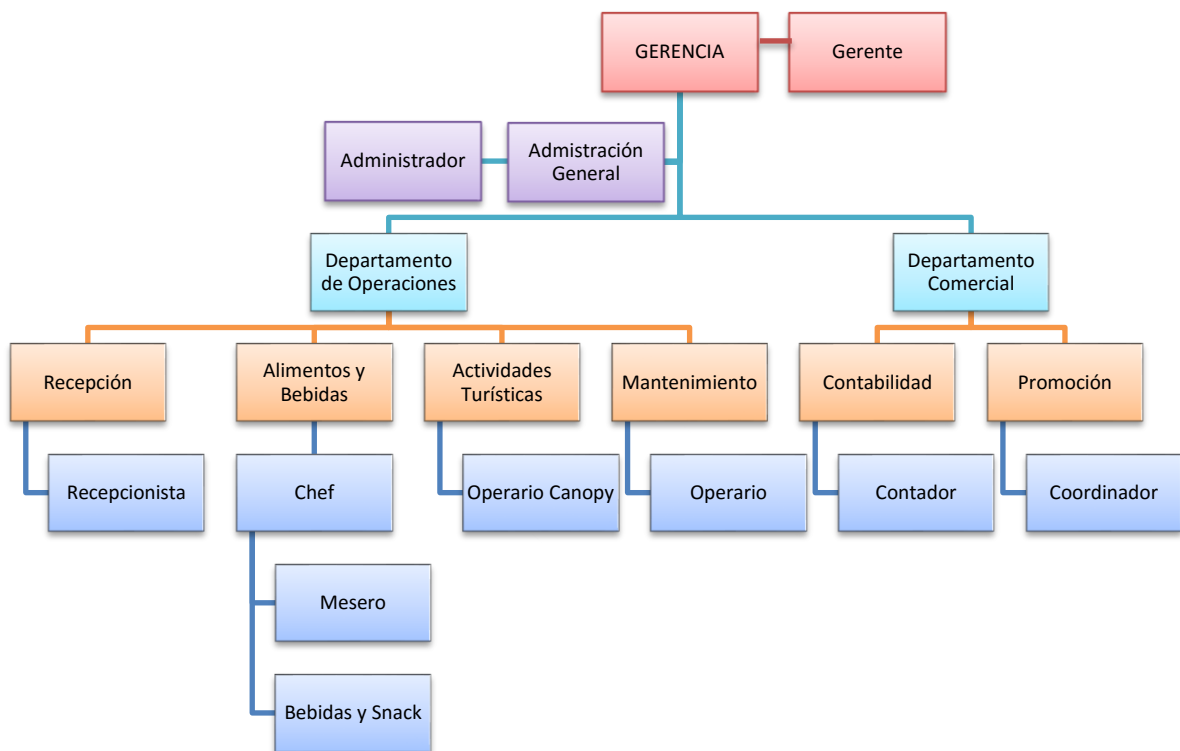
- Objetivos de la Empresa.
 - Objetivo General
Brindar un servicio eficaz para satisfacer los requerimientos de los visitantes con calidad y diferenciación.
 - Objetivos Específicos
 - Analizar nuevos productos y servicios.
 - Capacitar al personal para un servicio personalizado
 - Detectar quejas y sugerencias de los visitantes para el mejoramiento continuo
- Misión
Lograr una completa armonía entre visitantes y el entorno del balneario La Calera, integrando el esparcimiento familiar con la recreación.
- Visión
Crear clientes fieles que permitan al balneario diferenciarse por su calidad en el servicio.
- Políticas
 - Capacitar al personal para incrementar su competitividad.
 - Trabajo en equipo.

- Adoptar planes de mejora continua.
- Verificar periódicamente el Sistema de Gestión de Calidad.
- Responsabilidad social enfocada a personas con capacidades especiales.

- Organigrama estructural



- Organigrama funcional



- Manual de funciones

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Gerente General
DEPENDENCIA	Gerencia
NUMERO DE CARGOS	1
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	-
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Superior completa, Ingeniero Comercial o afines
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	5 años , Experiencia en instituciones similares
OBJETIVO PRINCIPAL	
La Gerencia General tiene como objetivo principal, ser el órgano administrativo, encargado de la dirección de todas las actividades del Balneario La Calera, mediante la aplicación de estrategias y técnicas de gestión que contribuyan a cumplir con los objetivos del balneario	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente el Balneario ejerciendo facultades generales asignadas. • Dirigir, administrar y controlar las actividades del Balneario, ya sea directamente o mediante sus funcionarios • Informar a la Asamblea sobre acciones tomadas, llevando a consideración un control de ingresos y egresos. • Evaluar periódicamente los resultados obtenidos. • Aprobar el cuadro de perfiles del balneario elaborado por la gerencia • Mantener una imagen positiva del Balneario La Calera ante la sociedad y los funcionarios. • Aprobar y difundir los documentos normativos de la Empresa. • Remitir a las gerencias copia de los documentos normativos aprobados por la Gerencia General. • Evaluar periódicamente el desempeño y cumplimiento de objetivos de cada una de las áreas del balneario • Identificar estrategias competitivas con otras alternativas de balnearios que permita la mejora continua • Identificar capacitaciones para los funcionarios del balneario. 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Administrador General
DEPENDENCIA	Administración General
NUMERO DE CARGOS	2
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente General
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Administrador financiero
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Cinco años en elaboración, análisis y control de presupuestos, Elaboración de proyectos y solicitudes de financiamiento.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Analizar la situación administrativa del balneario La Calera, ejecutando de manera permanente un plan financiero estratégico, el cual permita la correcta distribución y registro de los procesos contables y operaciones financieras; con el fin de rentabilizar la empresa y maximizar las ganancias	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar planes administrativos de desarrollo organizacional. • Coordinar y participar en la elaboración de estados e informes financieros del balneario. • Controlar las finanzas de la institución y mejorar sus rendimientos. • Apoyar en la toma de decisiones económicas y presentar los resultados de la gestión administrativa del balneario. • Brindar seguridad financiera. • Optimizar los fondos patrimoniales. • Elaborar un Plan Operativo para administrar los recursos financieros a su cargo. • Supervisar el movimiento de recursos financieros para operaciones financieras y de inversiones • Supervisar, evaluar y proponer las alternativas de captación de recursos financieros para el financiamiento • Diseñar, proponer y ejecutar productos financieros y crediticios de acuerdo a los objetivos de la entidad. • Dirigir, organizar y controlar las actividades de tesorería de la Institución • Supervisar la implementación de las medidas correctivas referentes al ámbito de su competencia, recomendadas por los órganos de control interno y externos, Gerencia de Riesgos, Oficialía de Cumplimiento y organismos reguladores, así como por el Directorio y la Gerencia General • Asesorar a la Gerencia General sobre temas financieros y de 	

inversiones.

- Presentar informes en periodos de tiempo determinados

DEPARTAMENTO DE OPERACIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Coordinador de Operaciones
DEPENDENCIA	Departamento de Operaciones
NUMERO DE CARGOS	Siete (7)
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Administrador General
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Ing., Turístico
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en planificación de actividades turísticas
OBJETIVO PRINCIPAL	
Planificar, organizar, ejecutar y supervisar las actividades en el departamento de operaciones, Recepción, alimentos y bebidas, actividades turísticas y mantenimiento , para garantizar un servicio de calidad a los clientes	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none">• Capacitar al personal de las áreas de Recepción y garaje, alimentos y bebidas, áreas verdes, áreas húmedas, actividades recreacionales para una mejora continua• Analizar los requerimientos más demandados por los visitantes para elaborar nuevos productos que satisfagan las necesidades de los visitantes.• Controlar la eficiencia, calidad y el atencionamiento en cada una de las áreas• Coordinar permanentemente con el departamento de marketing para garantizar un excelente servicio a todos y cada uno de los clientes del balneario.• Cumplir con los reglamentos y normativa legal que rigen las actividades turísticas.• Planificar y supervisar la adecuada capacidad y disposición de las áreas del departamento• Supervisar permanentemente al personal para que se ejecuten correctamente las medidas de control de seguridad, higiene y salubridad de manera general.• Solicitar informes de actividades y presupuestos de cada una de las áreas del departamento.	

Recepción

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Recepcionista
DEPENDENCIA	Departamento de Operaciones
NUMERO DE CARGOS	-
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Agente de operaciones
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Título de Bachiller Académico o Técnico.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia como recepcionista, preferiblemente en el sector turístico
OBJETIVO PRINCIPAL	
Recibir, revisar y relacionar el acceso al balneario, permitiendo o restringiendo el ingreso de los visitantes en apego a la normatividad, llevando un registro de ingreso de visitantes para posteriores análisis de fidelidad	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none">• Elaborar una matriz de registro de ingreso de visitantes• Atender de forma personalizada a cada usuario que solicite la entrada al balneario• Informar sobre percances o novedades al momento del ingreso al establecimiento• Cumplir con lineamiento o estrategias de ingreso al balneario• Restringir el acceso a los visitantes que se presenten en estado alcohólico o con visibles muestras de consumo de alguna droga• Solicitar la autorización de su jefe inmediato para dar acceso a excursiones y grupos especiales que lleguen al balneario.• Solicitar el auxilio del personal de vigilancia, en caso de presentarse situaciones de violencia y/o desorden• Presentar un informe al final del día, cumpliendo con el manejo de los recursos económicos y el registro de ingreso.	

Alimentos y Bebidas

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Chef
DEPENDENCIA	Departamento de Operaciones
NUMERO DE CARGOS	Uno (1)
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Coordinador de Operaciones
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Chef profesional
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	1 año de experiencia gastronómica
OBJETIVO PRINCIPAL	
Preparar alimentos y bebidas de acuerdo a los menú establecidos con propuestas nutritivas y de calidad	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar la preparación de platos típicos, nacionales e internacionales que se van ofrecer. • Elaborar cartas y menús para el restaurante • Dirigir la elaboración de las comidas. • Vigilar la limpieza, orden, actitudes y aptitudes personales. • Controlar los pedidos que realiza el cliente. • Vigilar el cumplimiento de las medidas legales tanto del personal como de las instalaciones o en el manejo de los equipos. • Seguir las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos • Realizar el inventario de materiales, equipos, utensilios, presentes en la cocina • Realizar el listado de materiales, equipos y utensilios de cocina que se necesite adquirir o reemplazar. 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Ayudante de cocina (Mesero)
DEPENDENCIA	Departamento de Operaciones
NUMERO DE CARGOS	-
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Coordinador de Operaciones
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Bachillerato concluido
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia comprobable en servicio de alimentos y bebidas
OBJETIVO PRINCIPAL	
Atender con responsabilidad, amabilidad y buena presencia a los clientes que soliciten el servicio de Alimentación	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida y recibir a los turistas. • Planificar el correcto montaje de las mesas. • Entregar la carta al cliente para que pueda informarse del menú que se ofrecen. • Tomar los pedidos en las mesas con letra legible para iniciar la preparación de los alimentos • Estar pendiente de que el plato que se sirve al cliente este de acuerdo al pedido. • Estar pendiente de requerimientos adicionales que el cliente requiera. • Recoger los platos luego que el cliente se haya servido. • Reportar al chef los comentarios de los clientes acerca del servicio y calidad de los alimentos y bebidas. • Tener un buen trato con los clientes • Mantener limpia la cocina • Colaborar con el chef en la elaboración del menú propuesto • Cumplir con las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos. • Pasar los pedidos a cada mesa teniendo en cuenta las normas de atención al cliente. • Debe estar pendiente de los objetos olvidados por los clientes, para su respectiva devolución. 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Ayudante de Almacén (Bebidas y Snack)
DEPENDENCIA	Departamento de Operaciones
NUMERO DE CARGOS	-
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Coordinador de operaciones
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Bachillerato concluido
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Experiencia en llevar procesos contables
OBJETIVO PRINCIPAL	
Brindar un servicio de calidad al momento de ofertar los productos	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida y recibir a los turistas • Entregar la lista de productos al cliente para que pueda informarse • Recibir, almacenar y controlar los productos y herramientas que le sean surtidos • Registrar en tarjetas de almacén, las entradas y salidas de los productos • Llevar a cabo inventarios periódicos de los materiales existentes en almacén • Estar pendiente de requerimientos adicionales que el cliente solicite • Tener un buen trato con los cliente • Presentar un informe diario a final de cada periodo laboral 	

Actividades Turísticas

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Guía de Turismo de Aventura
DEPENDENCIA	Actividades Turísticas
NUMERO DE CARGOS	-
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Coordinador de Operaciones
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Certificado de guía especializado para la actividad de turismo de aventura de canopy; Licencia Única Anual de Funcionamiento vigente.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	3 años en actividad de turismo de aventura de canopy
OBJETIVO PRINCIPAL	
Dirigir, informar y orientar a grupos de turistas o visitantes en turismo de aventura de manera segura y consciente.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, y supervisar las actividades que permitan la óptima ejecución de los servicios de esparcimiento y recreación como son juegos infantiles, cannopy y senderismo. • Controlar que se dé la utilización necesaria a los espacios designados para cada actividad recreativa • Cumplir con el estricto cumplimiento de las normas, manuales y reglamentos de la actividad turística. • Coordinar y controlar los aspectos de organización en las actividades programadas en esparcimiento y recreación • Supervisar permanentemente el correcto estado de conservación de las áreas de recreación en óptimas condiciones de higiene, a fin de garantizar un servicio a satisfacción de los usuarios • Tomar en cuenta la normativa de turismo de aventura en las actividades de Cannopy y senderismo • Presentar un Plan de Operaciones de la Actividad de Canopy • Contar con un procedimiento interno documentado de atención de quejas, reclamos y satisfacción al cliente • Solicitar al turista o excursionista que complete y firme, con el carácter de declaración juramentada, el formulario de "Declaración de Reconocimiento de Riesgos" • Prepara los equipos de seguridad necesarios para la realización de cada actividad recreacional • Elaborar programas de capacitación y actualización para los guías que le presten sus servicios 	

- Mantener el equipo necesario para cada actividad en un apartamento que tenga condiciones previstas para el mantenimiento de estos elementos.
- Efectuar mantenimientos de los equipos terminada cada día de labores
- Implementar un botiquín de primeros auxilios

Mantenimiento

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Operario
DEPENDENCIA	Mantenimiento
NUMERO DE CARGOS	-
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Coordinar de Operaciones
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Bachiller académico
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Cursos de mantenimiento de zonas húmedas y jardinería o experiencia
OBJETIVO PRINCIPAL	
Planificar, organizar, ejecutar y supervisar las actividades relacionadas con las Áreas húmedas, piscinas, sauna y turco. Garantizar la calidad en la prestación oportuna y adecuada de los servicios de aseo y mantenimiento.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar el buen uso de las zonas húmedas • Proporcionar un adecuado servicio al cliente • Aseo y mantenimiento continuo • Verificar el buen funcionamiento de los elementos electrónicos, físicos y químicos de las zonas húmedas • Verificar la planta física de una de los espacios en las áreas húmedas, pisos y paredes. • Realizar un aseo general • Al concluir su trabajo, guarda bien aseados y en orden todos los implementos y maquinaria utilizados, en el lugar asignado • Informa rápidamente de cualquier daño o avería que encuentre en su sector, para que pueda ser solucionado. • Informa rápidamente de cualquier daño o avería que encuentre en su sector, para que pueda ser solucionado. • Velar por la eficiente recolección y la disposición final de la basura 	

domiciliaria, industrial y comercial;

- Realizar labores inspectoras en lo que dice relación con escombros en la vía pública por ejecución de obras
- Estudiar y proponer proyectos de forestación de áreas verdes de la comuna en conjunto con otras secciones municipales;
- Planifica las actividades de mantenimiento de áreas verdes de la Institución.
- Lleva un registro de todas las áreas verdes de la institución.
- Planifica la limpieza de las áreas verdes.
- Diariamente se reúne con el jefe para coordinar las tareas a realizar en los jardines
- Controla la entrega y uso de herramientas y equipo
- Presenta semanalmente informe de las actividades realizadas y las que están por ejecutar al jefe del departamento

DEPARTAMENTO COMERCIAL

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	Coordinador comercial
DEPENDENCIA	Departamento Comercial
NUMERO DE CARGOS	-
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Administrador general
REQUISITOS MÍNIMOS	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	Ingeniería, Economía, Marketing,
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Dos años de experiencia laboral en el ámbito comercial comprobable
OBJETIVO PRINCIPAL	
Mantener la presencia de la Empresa en el Mercado, mediante una efectiva labor de Mercadotecnia, orientada a desarrollar nuevas alternativas que satisfagan las necesidades de los visitantes	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Definir un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos empresariales • Establecer un modelo de evaluación en coordinación con la Gerencia de Ventas, que permita conocer el avance y los resultados de las ventas. • Realizar análisis del sector de telecomunicaciones que incluya Clientes, • Proveedores, Competencia, Servicios Sustitutos y a los posibles 	

ingresantes al Mercado.

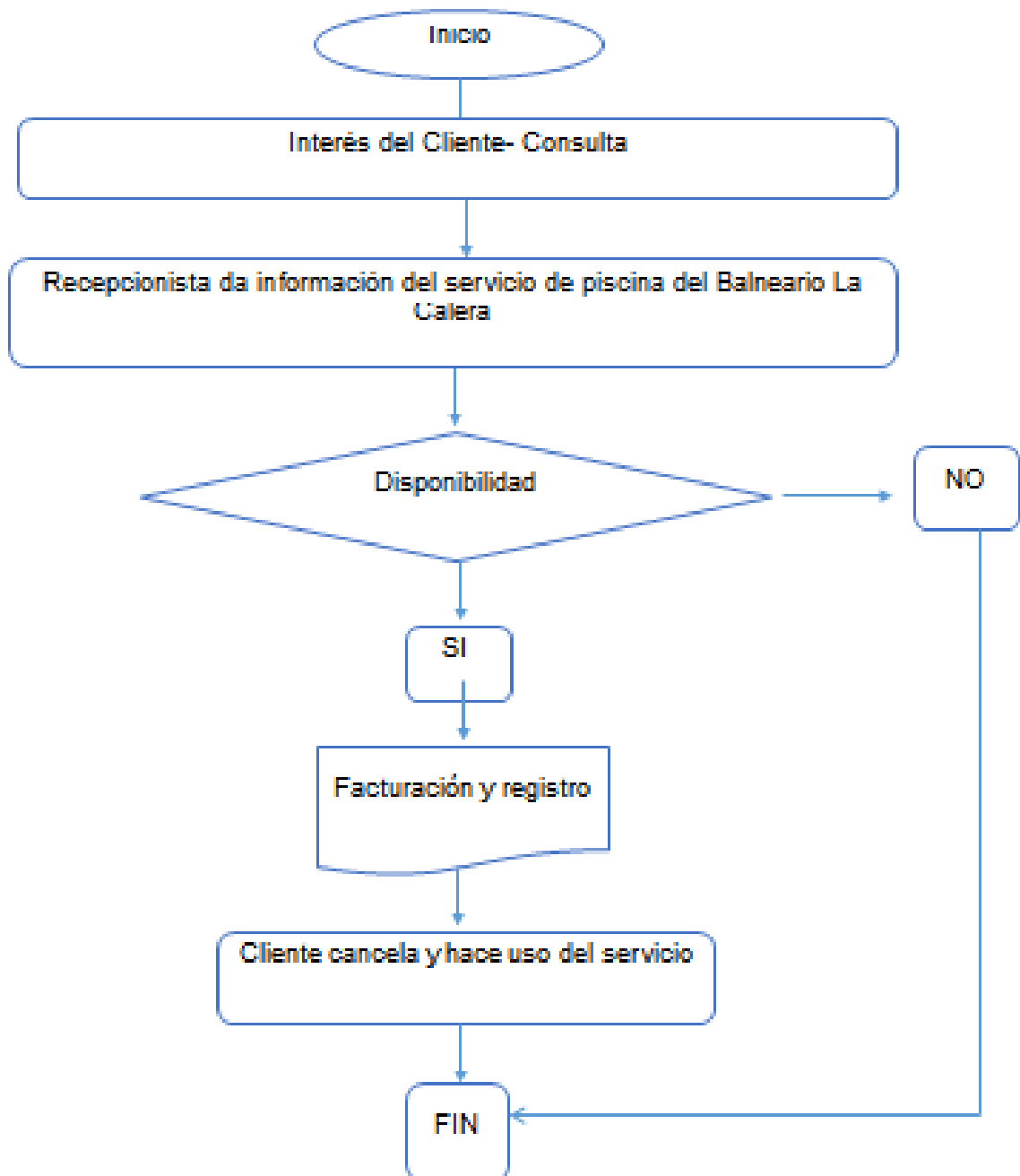
- Realizar planes estratégicos de mercadeo, que permitan modificaciones y adaptaciones para operar en diferentes ambientes.
- Analizar y determinar la Rentabilidad de los diferentes Servicios que presta y/o prestará la Empresa
- Analizar el Comportamiento de la Demanda de los diferentes servicios que presta la empresa
- Mantener una estructura tarifaria dinámica y flexible que responda a los cambios que puedan suscitarse financiera o comercialmente
- Elaborar Escenarios futuros de acuerdo a los diferentes estados posibles del entorno
- Elaborar y aplicar planes de descuentos flexibles y personalizados
- Publicitar y promocionar los diferentes servicios que presta o prestara la empresa
- Definir estrategias de comercialización
- Realiza benchmarking
- Establecer el tipo de material publicitario a utilizar y especificar la zona geográfica donde serán distribuidos.
- Elaboración y distribución de forma periódica de boletines con los servicios que presta la empresa, en las zonas de mayor afluencia de consumidores

5.17. PROPUESTA OPERATIVA:

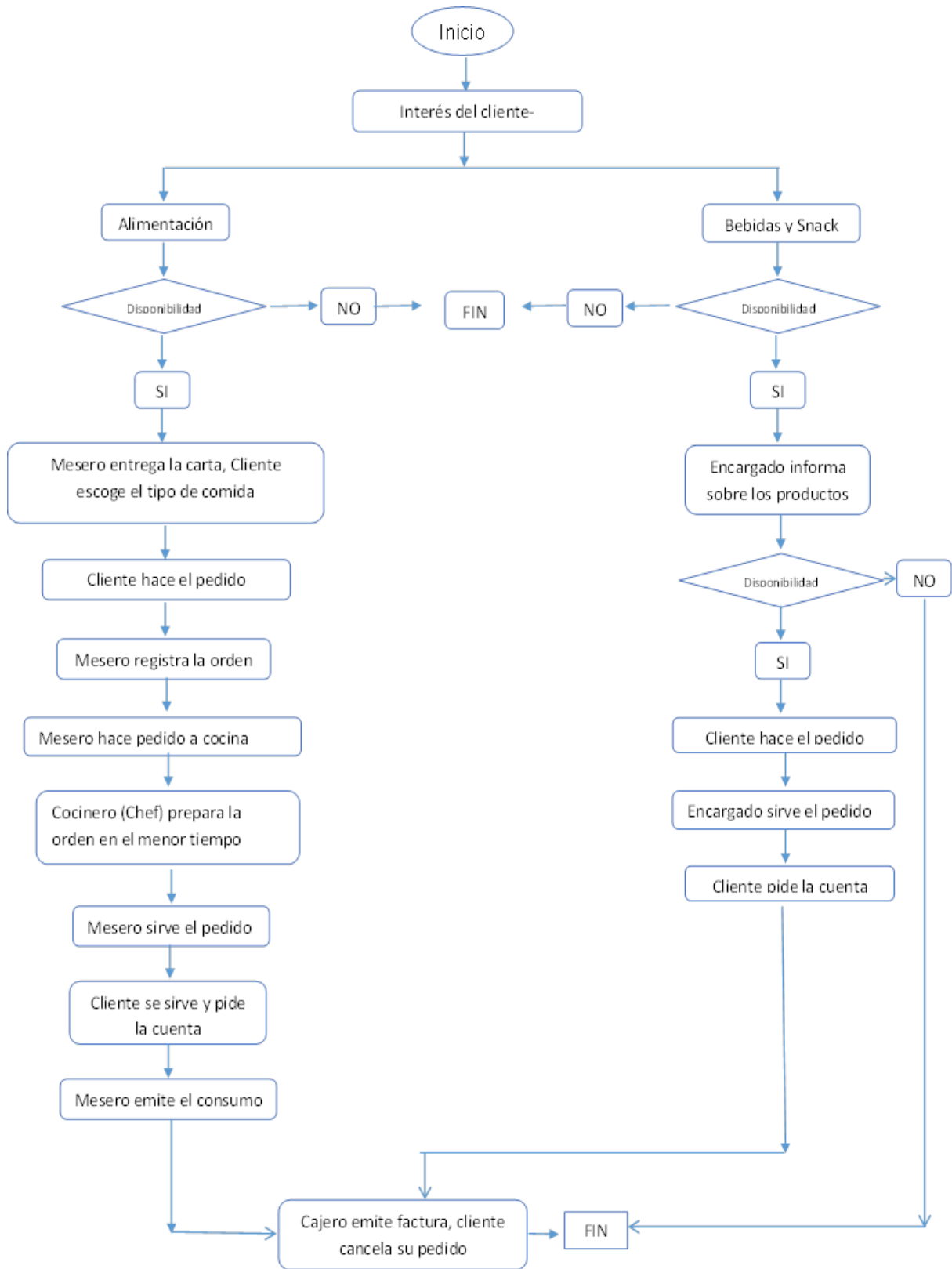
- Flujogramas General del Balneario La Calera



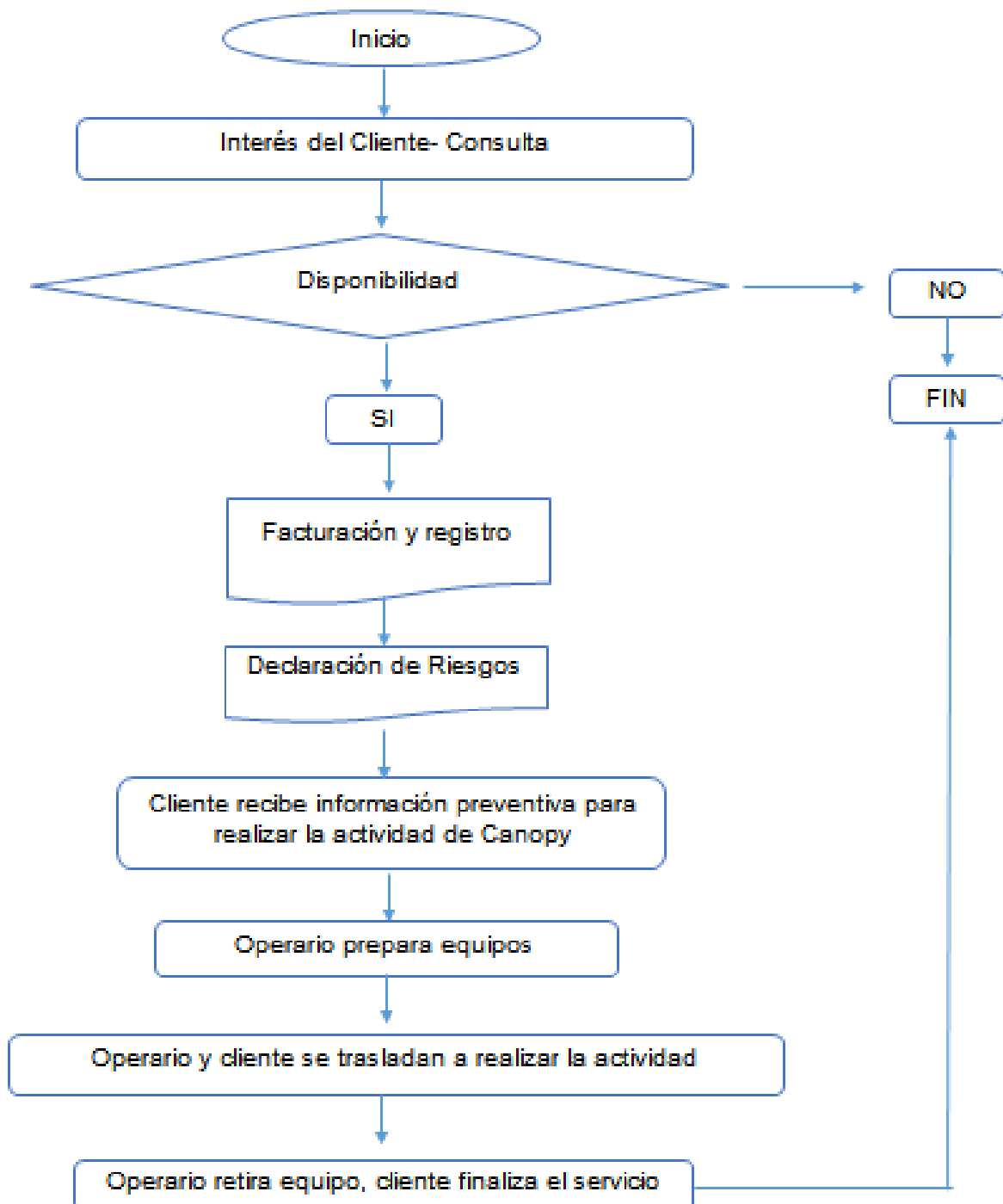
- Flujogramas del Servicio de Piscina



- Flujogramas del Servicio de Alimentación



- Flujogramas del Servicio de Actividades turísticas (Canopy)



5.18. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO:

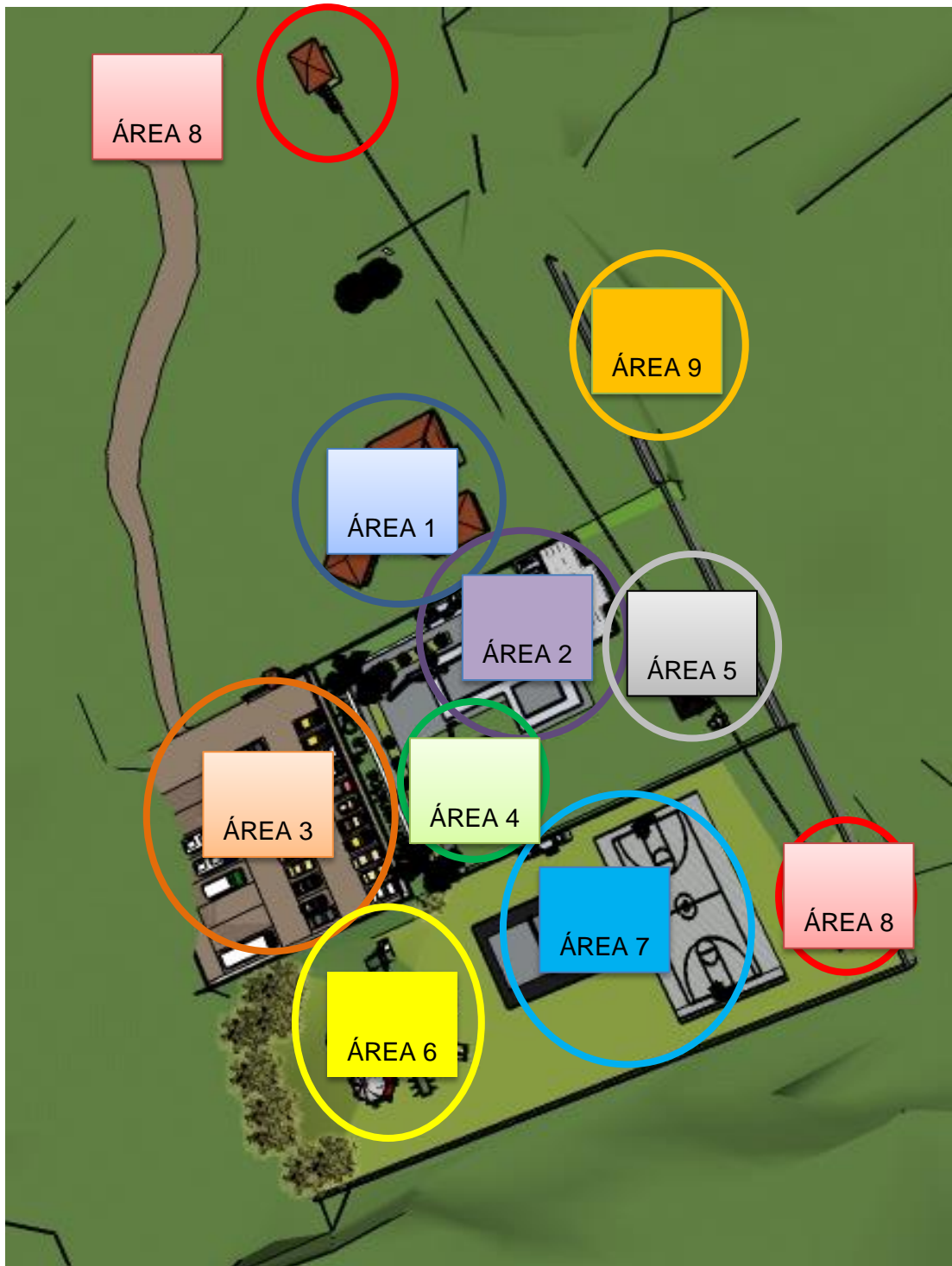
- Infraestructura (anteproyecto del plano de la empresa - distribución física de la empresa)

Para la implementación de la infraestructura se presentara la construcción de cada actividad, rediseñado cada uno de sus elementos.



Elaborado por: Tania Piarpuezán
Vista General del Balneario La Calera

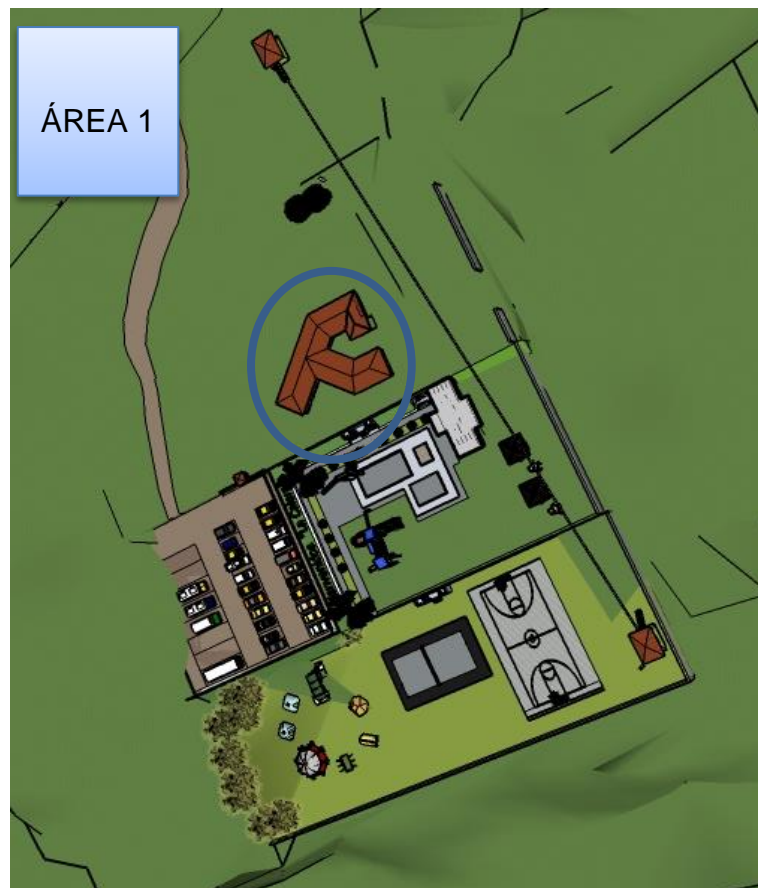
Se realiza la división de las dos hectáreas de terreno las cuales se encuentran distribuidas en áreas, las mismas que se dividen en zonas específicas de actividad como se especificara a continuación:



Vista General del Balneario La Calera
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Área Administrativa

De modo general se presenta el rediseño y equipamiento del área administrativa, la cual se divide en los siguientes departamentos.

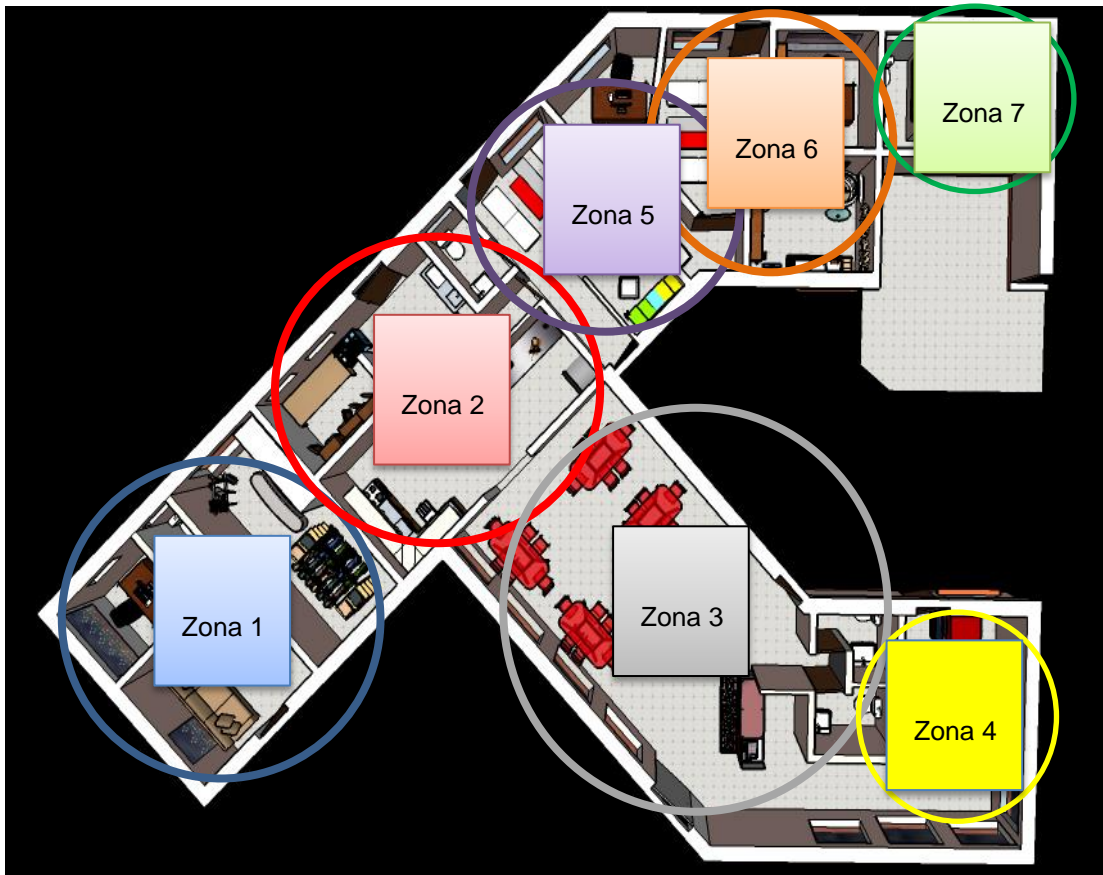


Área 1: Administración
Elaborado por: Tania Piarpuezán



Área 1: Administración
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Se dividió el Área administrativa en siete zonas diferenciadas.



Área 1: Administración
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Departamentos.- Para la implementación del área administrativa se presenta los departamentos de gerencia, administración operaciones y comercialización respectivamente, a los cuales los visitantes pueden tener acceso de manera oportuna.

Departamento de Gerencia.- El cual contara con la sala de estar, oficina, baño y un almacén de artículos de piscina, suministrado de mobiliarios indispensables para las necesidades de los visitantes.



Zona 1: Departamento de Gerencia
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Departamento de Administración General

Cuenta con dos departamentos ligados, el de operaciones en el cual se presenta su respectiva sala de estar, baño, oficina y librería.



Zona 5: Departamento de Administración General
Elaborado por: Tania Piarpuezán

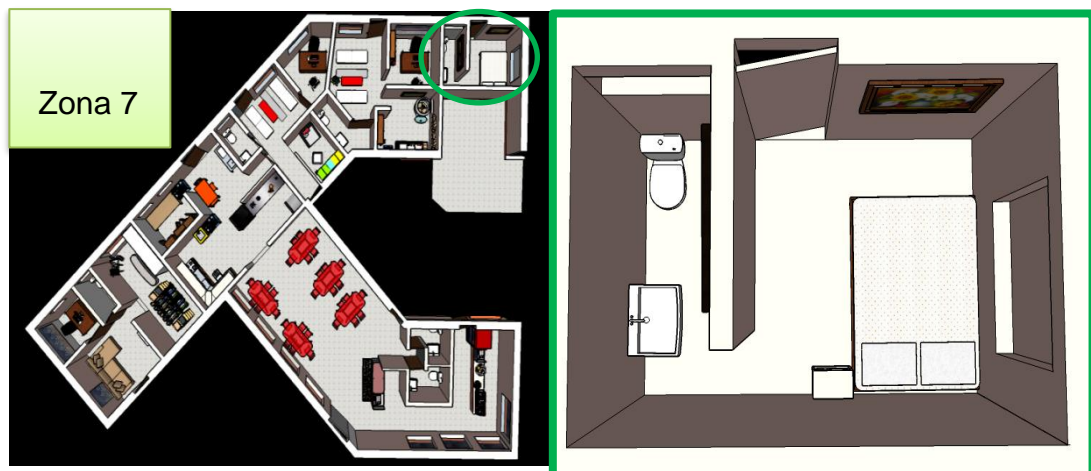
Departamento de comercialización

Cuenta con sala de estar, baño, oficina y el cuarto de equipos de actividades turísticas.



Zona 6: Departamento de comercialización
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Dormitorio de conserje.- cuenta con el Servicio de consejería continua, el cual estará encargado del Balneario, cuida de su mantenimiento, vigilancia, limpieza y realiza otros trabajos no especializados.



Zona 7: Dormitorio de conserje
Elaborado por: Tania Piarpuezán

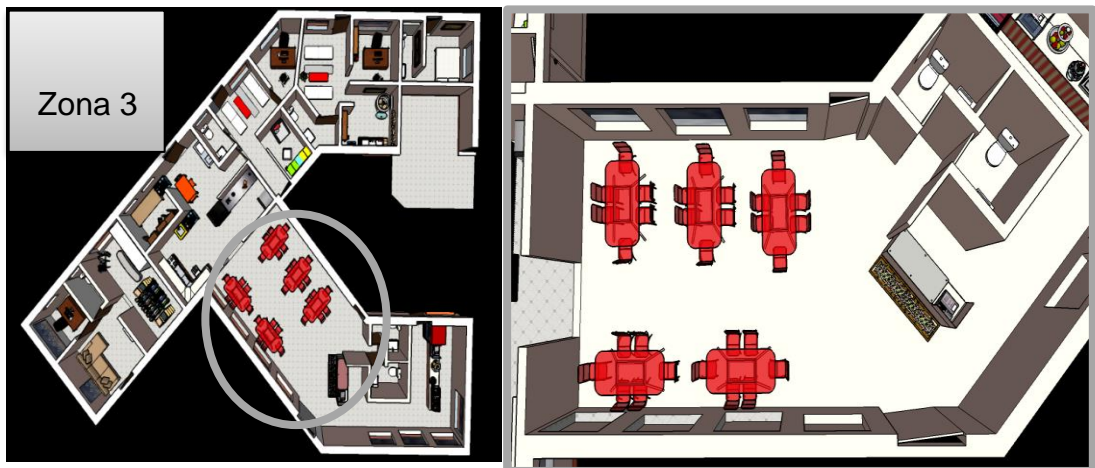
Área de alimentación. Se encuentra dividido en tres zonas, la zona 2 o de cocina, la zona 3 de restauración, y zona 4 denominada bar.

Cocina.- Encargada de la preparación y presentación de los alimentos, manteniendo normas de calidad e higiene. Contiene cocina, mesa, nevera, lavaplatos, platero y una bodega para utensilios de cocina.



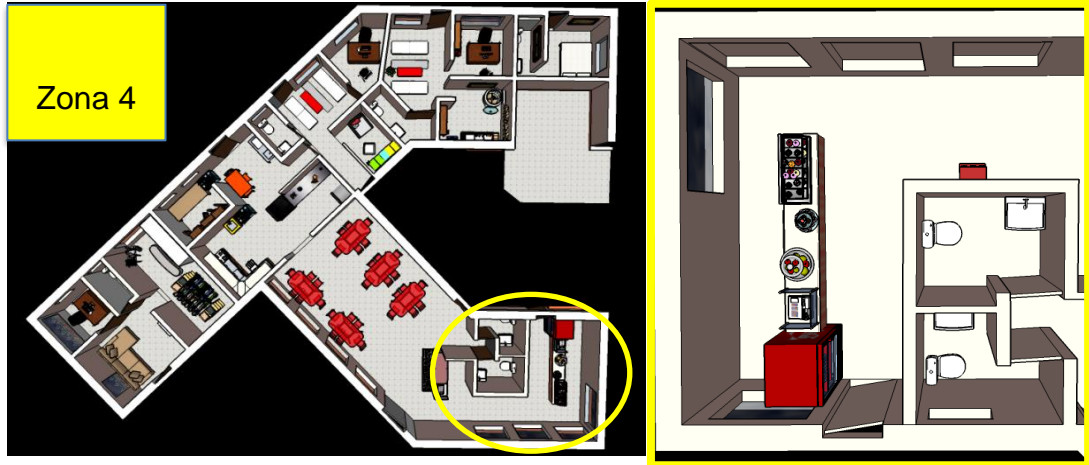
Zona 2: Cocina
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Servicio de Restaurante y Bar.- en cuanto al servicio de restauración se presentara un menú variado, tomando en cuenta alimentos nutritivos para los visitantes. Se presenta 6 juegos de mesas, para capacidad de 36 personas.



Zona 3: Restaurante
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Bar.- contara con estanterías de diferentes productos para venta, como son golosinas, frutas, pastelería, gaseosas, entre otras.

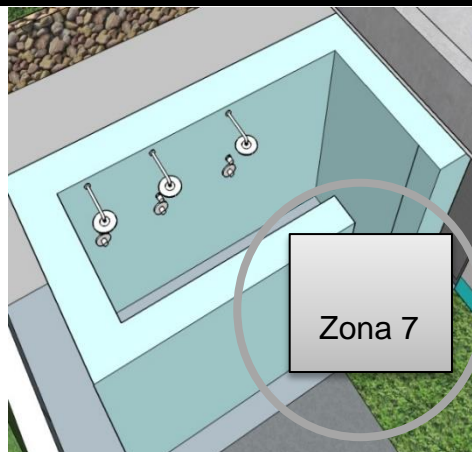
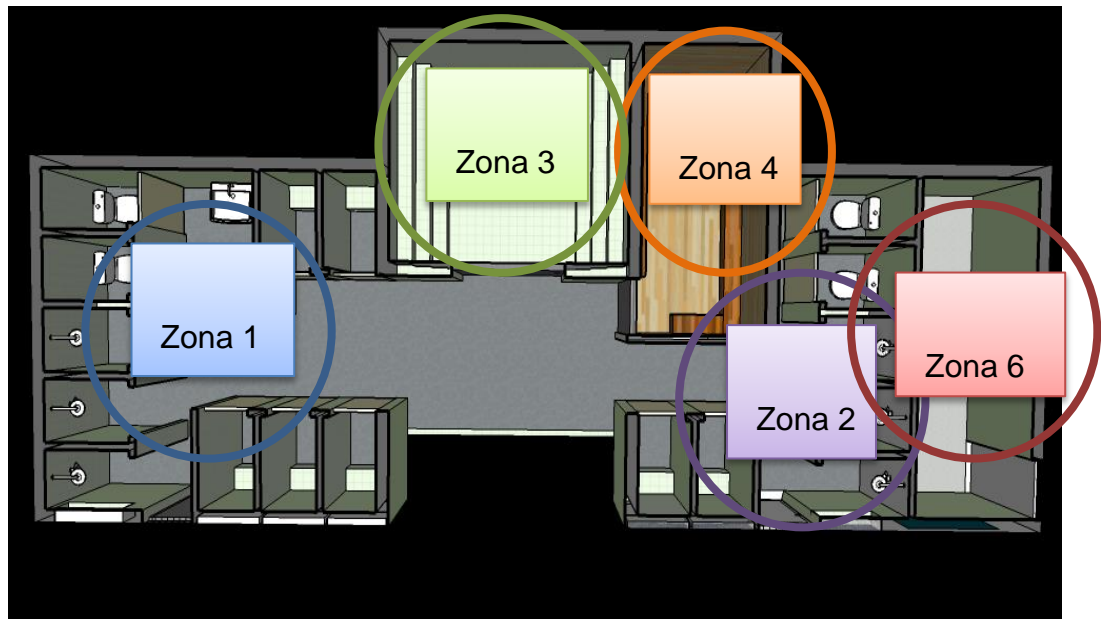


Zona 4: Bar
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Área de Zonas Húmedas.- El recorrido de la zona húmeda está dividido en siete zonas:

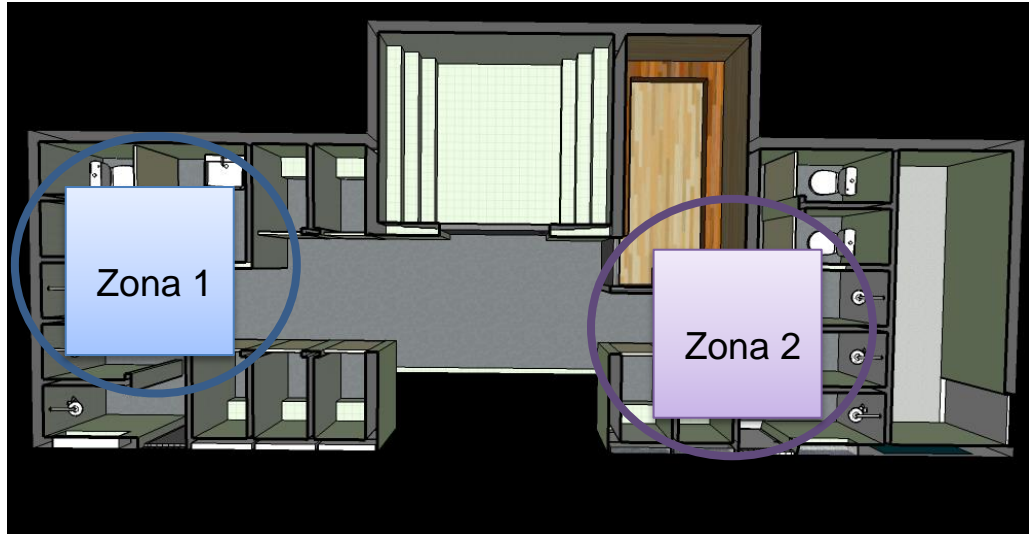


Área 2: Zonas Húmedas
Elaborado por: Tania Piarpuezán



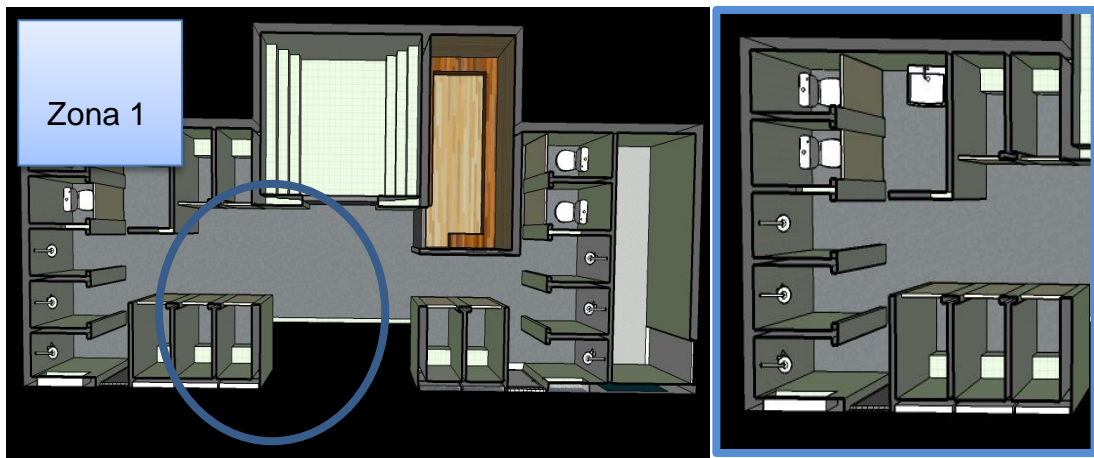
Elaborado por: Tania Piarpuezán

La zona uno y dos representan duchas, vestidores, y baños; Zona 1 para mujeres, Zona 2 para hombres, con el fin de garantizar una mayor privacidad.



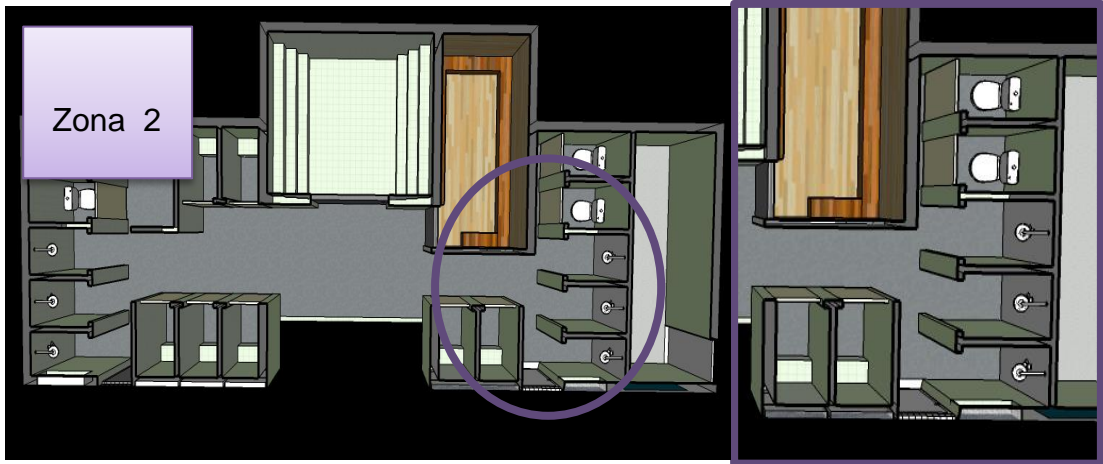
Zona 1-2: Servicios higiénicos, duchas y vestidores
 Elaborado por: Tania Piarpuezán

Zona 1: Cuenta con servicios higiénicos, duchas y vestidores para uso de mujeres.



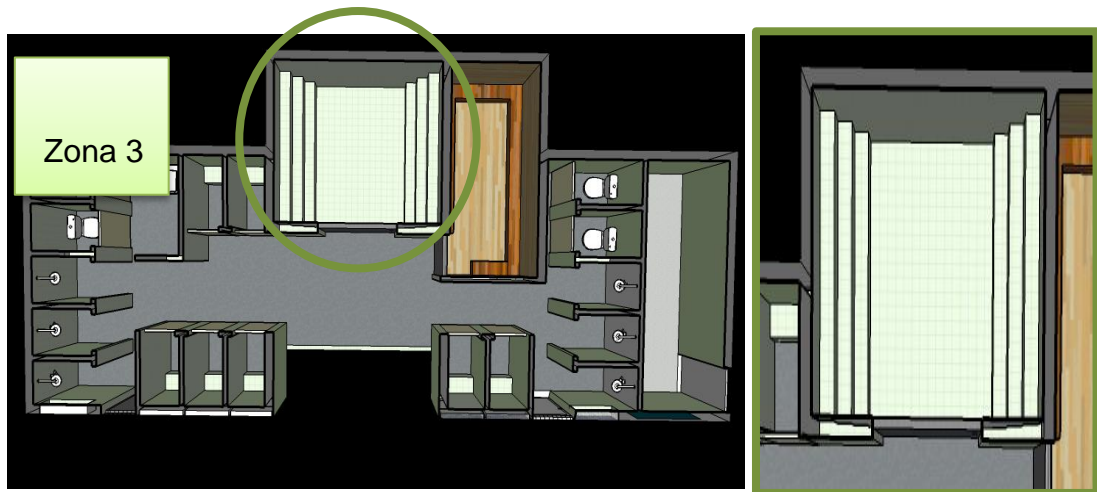
Zona 1: Zona húmeda de mujeres
 Elaborado por: Tania Piarpuezán

Zona 2: Cuenta con servicios higiénicos, duchas y vestidores para uso de hombres.



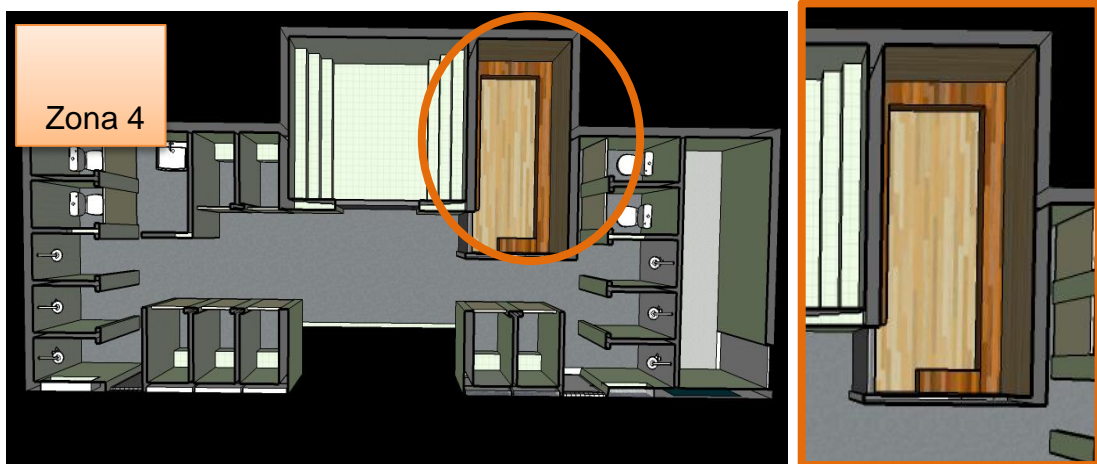
Zona 1: Zona húmeda de hombres
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Baño turco: Presenta instrucciones para su ingreso tomando en cuenta normativa para estos establecimientos. La temperatura va de 40° a 45°, es un baño de vapor húmedo que induce a una relajación muscular.



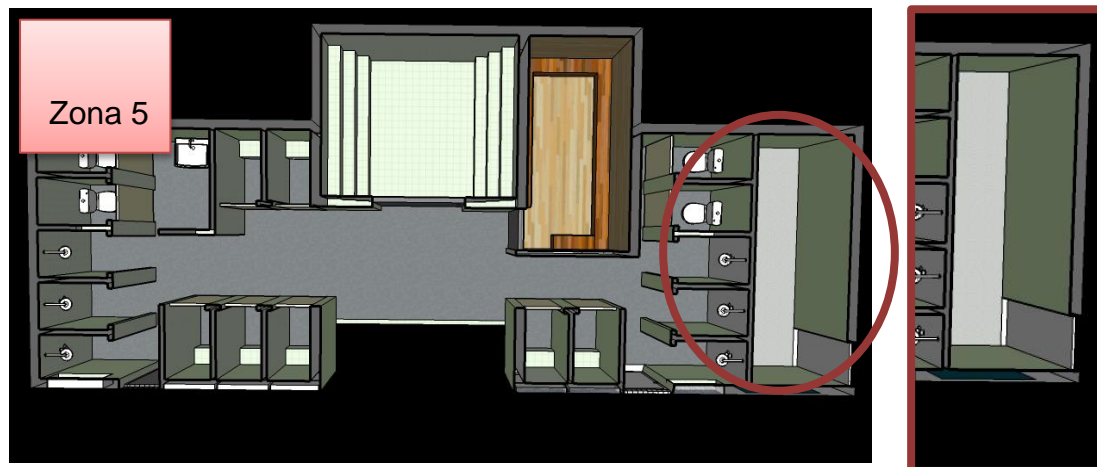
Zona 3: Baño turco
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Sauna: Una sesión de sauna debe durar entre la 1 hora y media y 2 horas, y debe contener de 2 a 3 fases para beneficios en la salud.



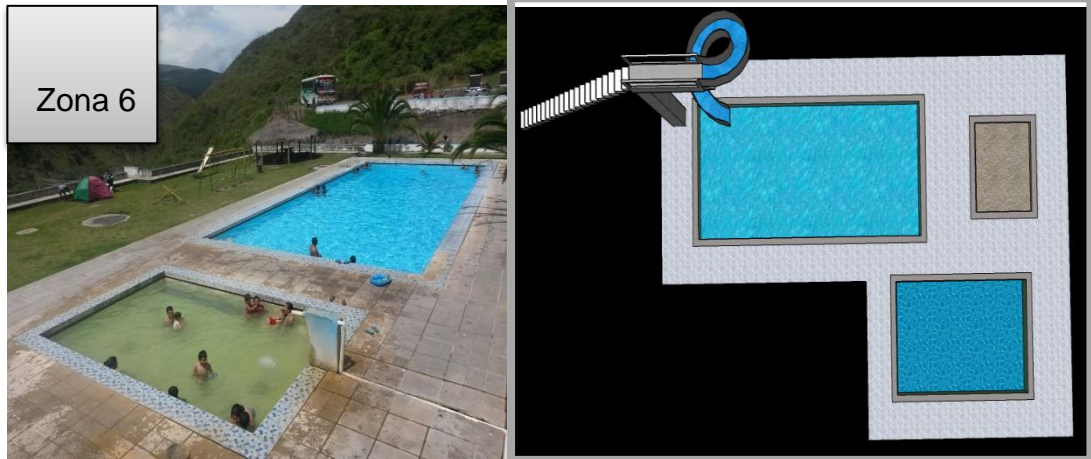
Zona 4: Sauna
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Bodega.- La cual cuenta con las maquinarias para el funcionamiento del Baño tuco y sauna, así también materiales para el mantenimiento respectivo.



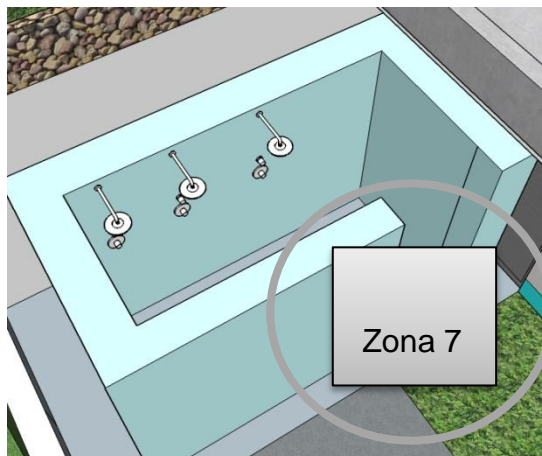
Zona 5: Bodega
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Piscinas.- atendiendo las necesidades de los turistas se implementó una nueva piscina de tamaño mediana con relación a las dos existentes, el tamaño propuesto es de siete metros de largo y cinco de ancho, así también se realizó la implementación de un Tobogán



Zona 6: Piscinas
Elaborado por: Tania Piarpuezán

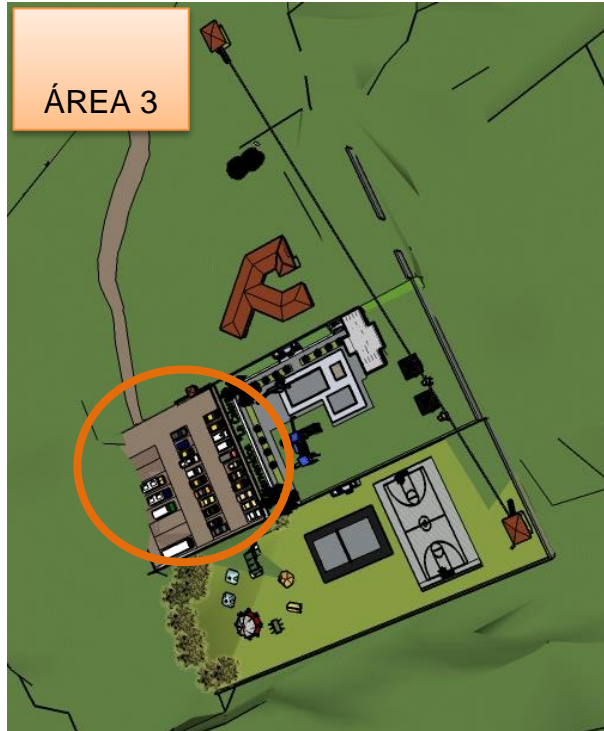
Ducha de agua fría.-, Que se la utiliza para fines terapéuticos, al momento de ingresar a las piscinas termales. A la cual se le implementa más duchas para mejor acceso de los visitantes.



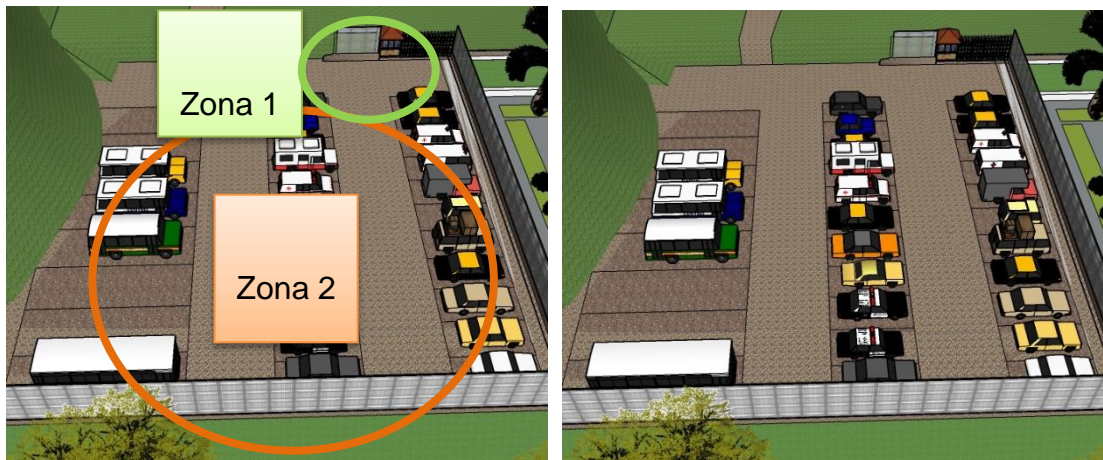
Zona 7: Ducha de agua fría
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Área de Recepción

Se encuentra dividida en dos zonas, la zona de garaje y recepción.



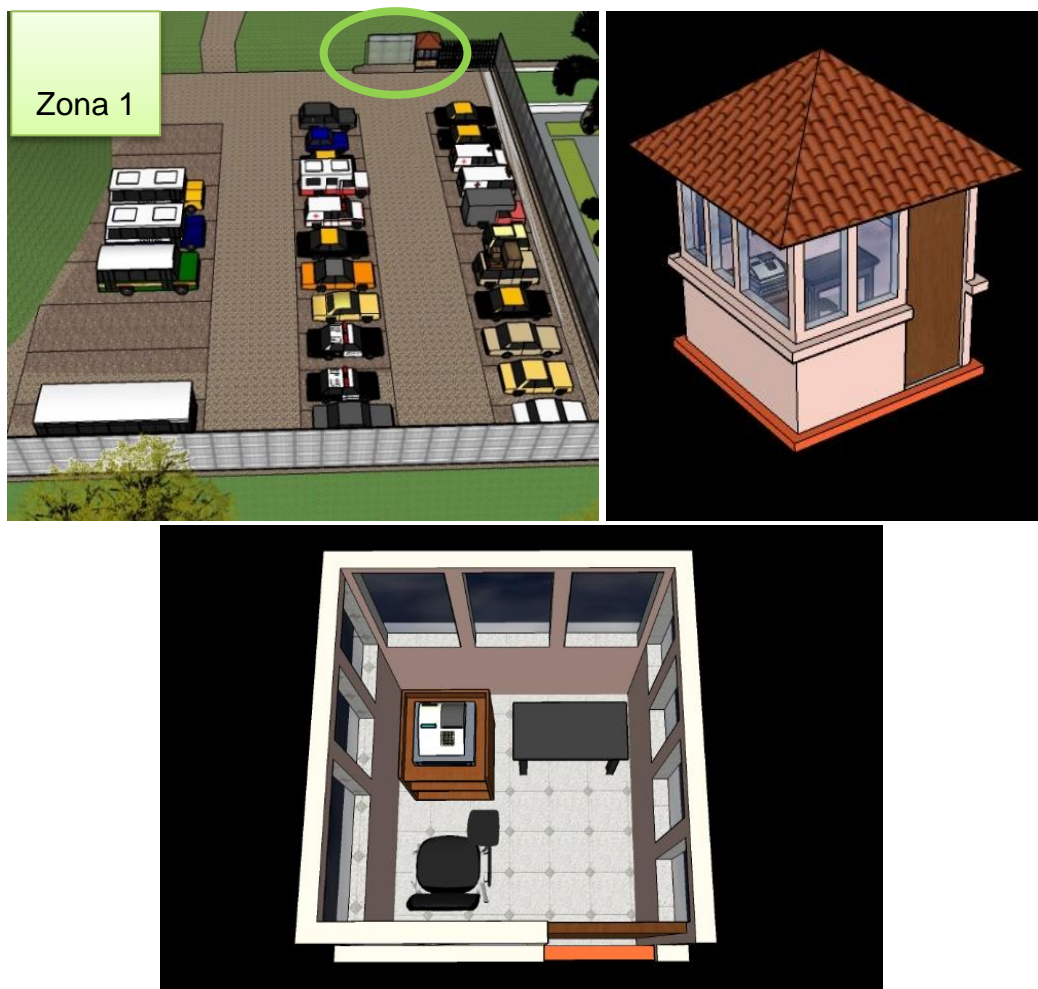
Área 3: Zonas de recepción
 Elaborado por: Tania Piarpuezán



Área 3: Zonas de recepción
 Elaborado por: Tania Piarpuezán

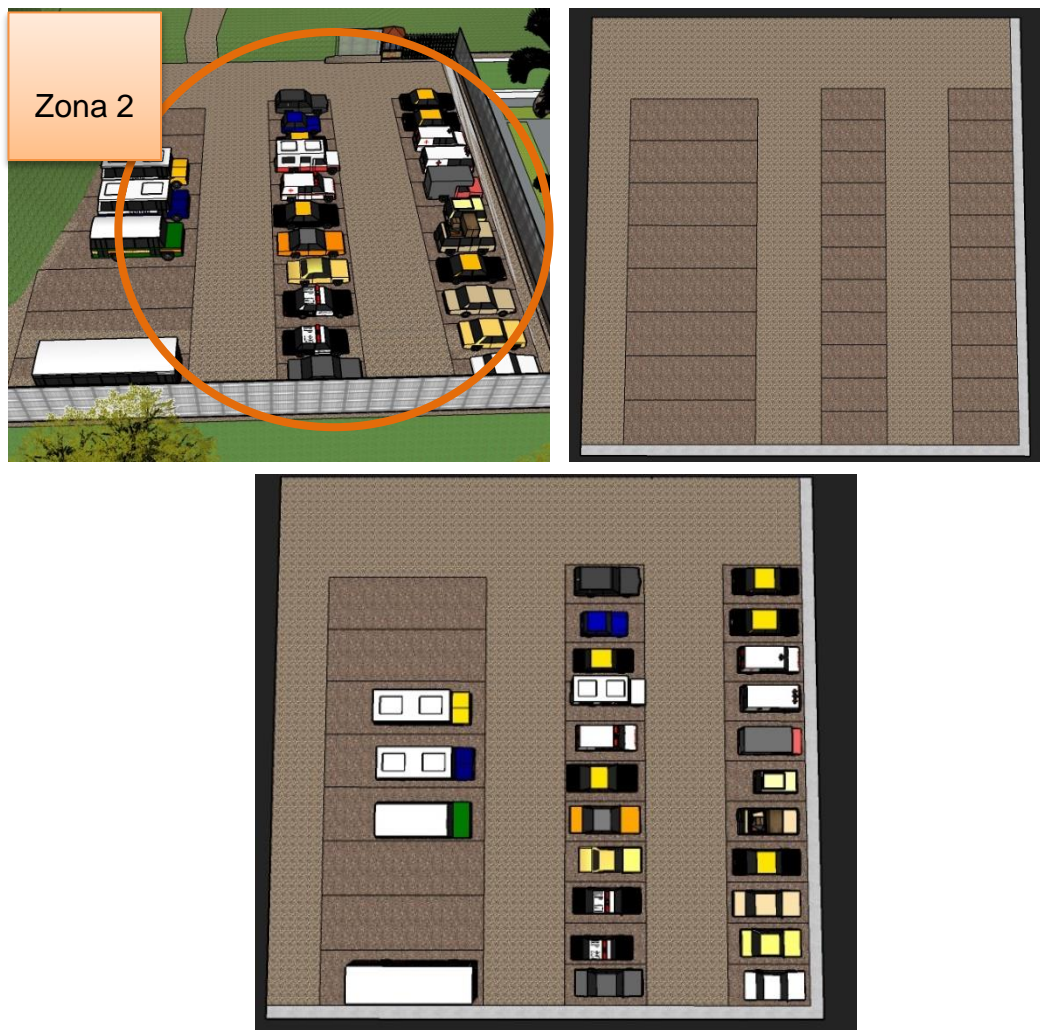
Recepción.- es el elemento primordial que da la bienvenida a cada uno de los visitantes, por el cual debe tener un adecuado diseño informativo que permita dar a conocer cada uno de los servicios que oferta el balneario.

Tiene un escritorio, silla, computador para el registro del ingreso de visitantes. Cuenta con la publicidad necesaria para promocionar el establecimiento turístico.



Zona 1: Recepción
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Garaje.- La señalización de cada uno de los puestos de estacionamiento se encontraran distribuidos de manera que no exista congestión al momento del ingreso y salida del balneario. El área del garaje es de 425 metros cuadrados los cuales tendrán números de estacionamiento y la señalización adecuada para cada uno de los parquímetros.

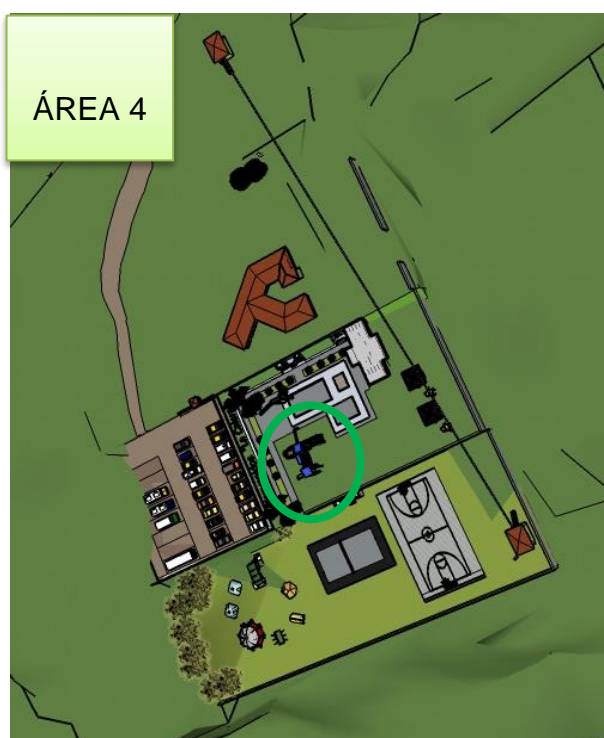


Área 3: Zonas de recepción
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Área de actividades turísticas

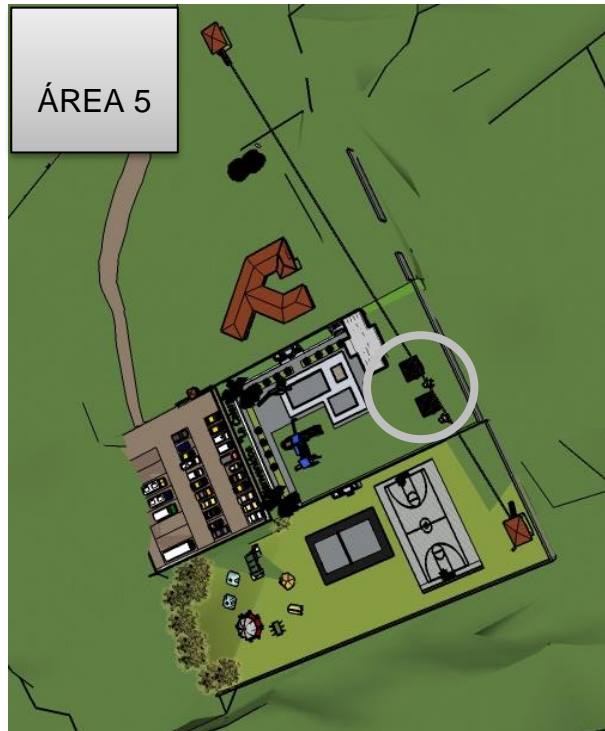
Se encuentran descritas las actividades turísticas que se pueden realizar en el balneario.

Juegos Infantiles.- Sera remplazado por un conjunto juegos integrados, el cual posee resbaladera, túneles, puente, pared de escalar, reemplazando los actuales juegos en deterioro, el área es de 125 metros cuadrados designados para las instalaciones.



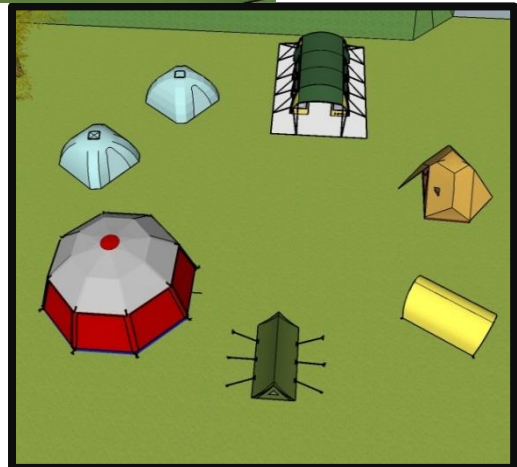
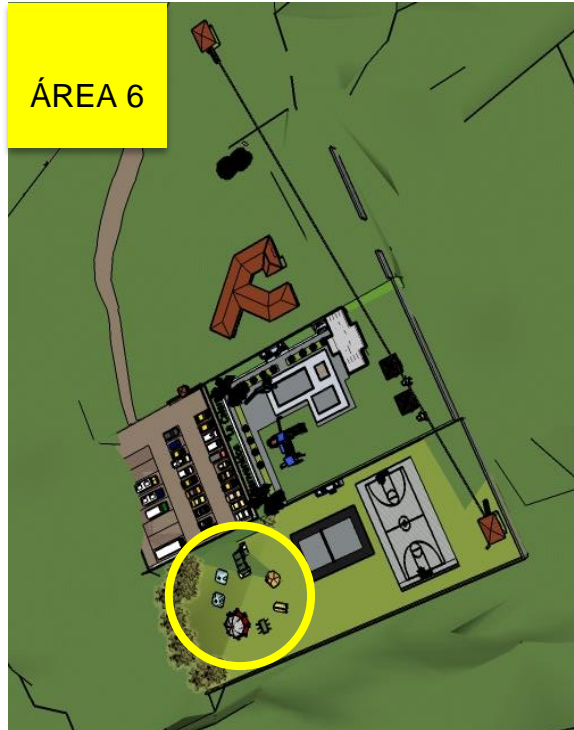
Área 4: Área de Actividades Turísticas
Juegos Infantiles
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Picnic.- consiste en la preparación de alimentos en un espacio abierto, para la cual debe existir una adecuada ubicación, que permita a los visitantes tener acceso a los servicios básicos. Esta área de 300 metros cuadrados, se encuentra en la parte posterior de las áreas húmedas, cuenta con parrillas de forma circular para evitar contaminar el medio en el cual se desarrolla esta actividad.



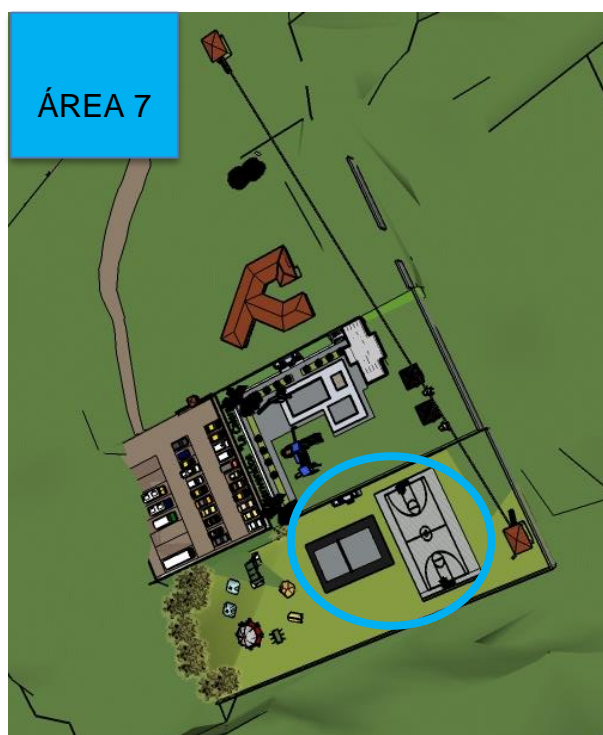
Área 5: Área de Actividades Turísticas
Picnic
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Camping.- Son instalaciones permanentes con un área de 625 metros cuadrados, donde los campistas pueden colocar su tienda y disfrutar la conexión con la naturaleza.



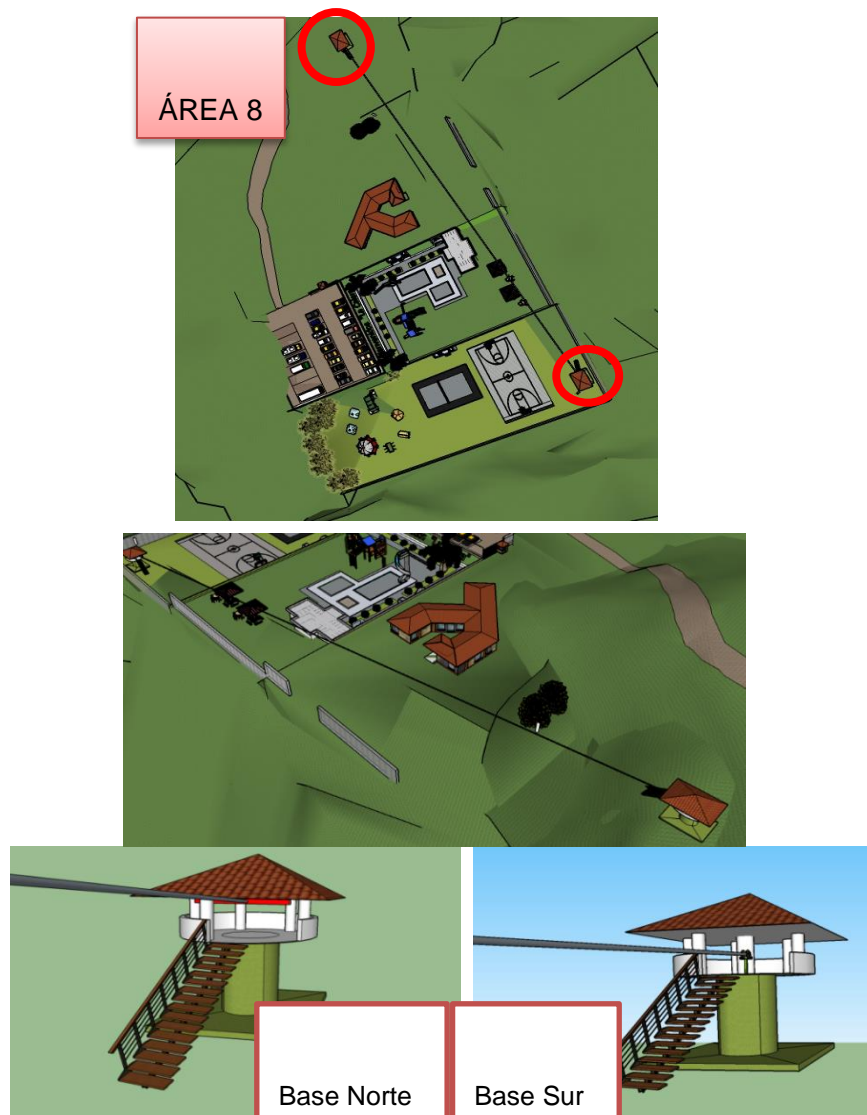
Área 5: Área de Actividades Turísticas
Camping
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Canchas deportivas.- es un espacio dirigido para la práctica de algunos deportes, se pretende implementar canchas de voleibol, fútbol y baloncesto combinadas, para la práctica de diferentes deportes.



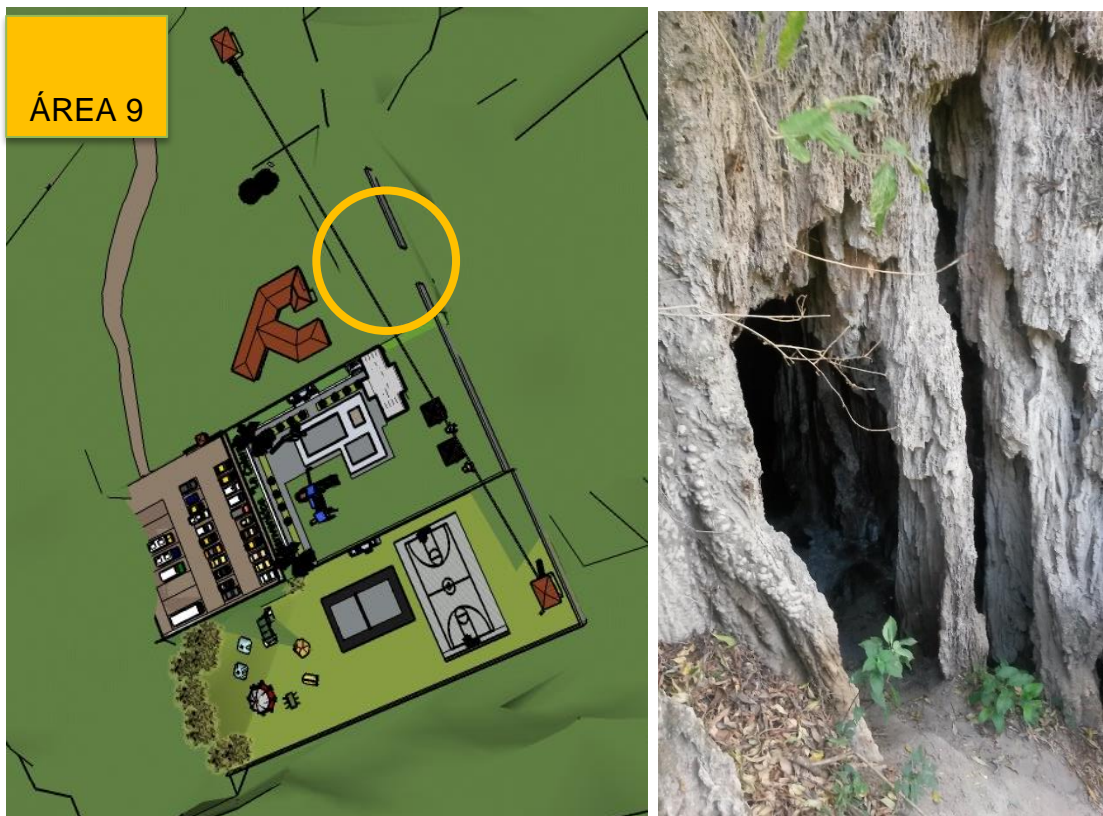
Área 5: Área de Actividades Turísticas
Canchas Deportivas
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Canopy.-es una de las actividades más sugeridas por los visitantes, la cual pretende satisfacer sus necesidades, contará con la Normativa técnica de turismo de aventura (Canopy), adecuada para su funcionamiento, la distancia propuesta varía entre los 140 metros de largo, siendo el recorrido unidireccional, el cual atravesará el balneario brindando una vista panorámica del mismo, como también del rio que se encuentra en la parte inferior del balneario. El costo del servicio será de 2 USD adicional para la realización de esta actividad.



Área 8: Área de Actividades Turísticas
Canopy
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Senderismo.- es considerada una actividad no competitiva, busca como principal objetivo relacionar al visitante con el medio natural que lo rodea, manteniendo normas de senderización que permitan un adecuado acceso y recorrido. El recorrido del sendero dirige a una cueva de bosque petrificado de 3.5m de alto. El recorrido hacia la cueva es de aproximadamente 100 metros.



Área 9: Área de Actividades Turísticas
Senderismo

Elaborado por: Tania Piarpuezán

Se presentan en sendero actual (de color amarillo) el cual posee gran dificultad al momento de realizar el recorrido hacia la cueva de 119 metros, la pendiente que posee es muy inclinada para la realización de esta actividad; por tal motivo se propone el sendero denominado "Cueva Encantada" el cual es más largo (180 metros) pero tiene mayores cortes de

acceso hacia la cueva, los cuales permiten al visitante disminuir el riesgo de caídas o accidentes por altas pendientes. Este sendero debe ligado a la normativa de senderización para su implementación.

Recorrido actual del sendero hacia la cueva:



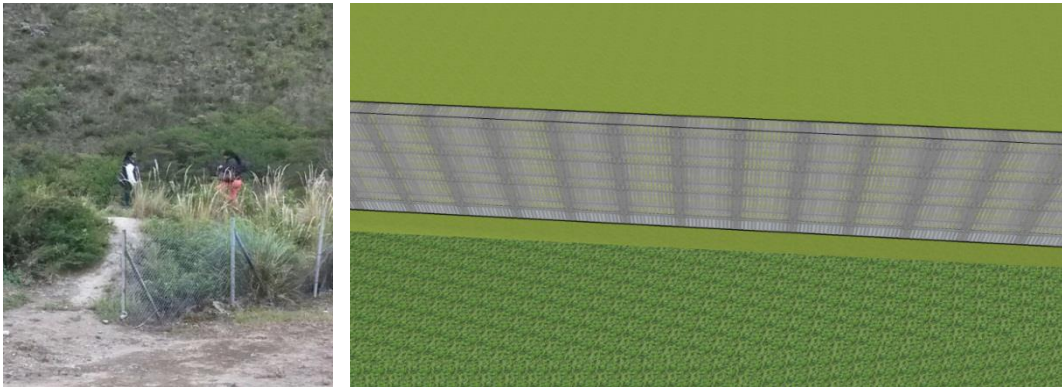
Área 9: Área de Actividades Turísticas
Senderismo
Elaborado por: Tania Piarpuezán

Recorrido Propuesto, Sendero a la Cueva Encantada



Área 9: Área de Actividades Turísticas
Senderismo
Elaborado por: Tania Piarpuezán



Seguridad.- Si bien los visitantes buscan diversión y esparcimiento en un lugar, también buscan desplazarse en un espacio exento de riesgos reales o potenciales. Es por ello que debe mantenerse su integridad, tomando en cuenta medidas de prevención. El balneario se encontrará rodeado de una malla de 4 metros de alto.








Elaborado por: Tania Piarpuezán



Señalización turística.- El diseño de los elementos de señalización busca la funcionalidad de la información ofrecida por estos, facilitando el acceso a los servicios que oferta en Balneario. Los pictogramas propuestos fueron obtenidos del Manual de señalización turística del Ecuador.



SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
Pictogramas Atractivos Naturales	
	Sendero
	Termas

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Vista Panorámica
	Gruta

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
Pictogramas Actividades Turísticas	
	Caminata
	Camping
	Pic Nic

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
Pictogramas Servicios Apoyo	
	Basurero
	Servicios Higiénicos H/M

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Juegos Infantiles
	Piscinas
	Restaurante

- Equipamiento (detalle de equipos, unidades y costos)

INFRAESTRUCTURA				
ÁREA	CANTIDAD METROS	UNIDAD	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
Área Administrativa Mantenimiento de paredes	244,5	1	3,00	733,50
Áreas Húmedas Mantenimiento de paredes	237,56	1	3,00	712,68
Área de actividades turísticas	33,18	1	5,00	165,91
VARIOS		1	500,00	500,00
TOTAL		3	11	1612,09 \$

EQUIPAMIENTO						
ÁREA	Descripción	UNIDAD	Metros	COSTO	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
Recepción	CPU	1		350,00	350,00	600,00
	Escritorio	1		150,00	150,00	
	Papelería	1		100,00	100,00	
Departamentos Operativos	CPU	3		350,00	1050,00	2850,00
	Escritorios	3		150,00	450,00	
	Cuadros decorativos	3		150,00	450,00	
	Salas de espera	3		300,00	900,00	
Piscinas	Nueva instalación; materiales de construcción; equipos de tratamiento de aguas	1	35	400,00	14000,00	14000,00
Tobogán	Nueva Instalación, materiales de construcción	1		400,00	400,00	400,00
Sauna	Material para mantenimiento	1		2000,00	2000,00	2000,00
Turco	Material para mantenimiento	1		150,00	150,00	150,00
Cocina	Cocinas	1		400,00	400,00	700,00
	Vajilla	1		100,00	100,00	
	Utensilios y complementos varios	1		200,00	200,00	
Restaurante	Mesas y sillas	1		100,00	100,00	450,00
	Manteles y decoración	1		150,00	150,00	
	Uniformes	2		100,00	200,00	
Bebidas y snack	Estanterías	2		50,00	100,00	100,00
Juegos Infantiles	Implementación de nueva infraestructura	1		1500,00	1500,00	1500,00
Garaje	Delineamiento de cada uno de los lugares para estacionar	1	425	0,50	212,50	212,50

EQUIPAMIENTO						
ÁREA	Descripción	UNIDAD	Metros	COSTO	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
Área de Picnic	Mesas y sillas	4		300,00	1200,00	1250,00
	Señalización	1		50,00	50,00	
Canchas Deportivas	delimitaciones, balones para cada actividad	2		250,00	500,00	500,00
Área de Senderismo	Equipamiento, material de construcción	1		2000,00	2000,00	2000,00
Área de Cannopy	Arnés "Petzl"	6		57,68	346,08	9581,50
Equipos	Polea "Petzl"	6		140,80	844,80	
	Mosquetón "Petzl"	6		28,83	172,98	
	Cintas o reata "Cousin" (1,20m)	6		5,85	35,10	
	Casco "Petzl"	6		72,09	432,54	
	JOKO-Y Línea de vida (60cm)	6		40,00	240,00	
	Radios intercomunicadores	2		180,00	360,00	
	Guantes (par)	6		40,00	240,00	
	Dispositivo de anclaje	2		355,00	710,00	
	Plataforma de concreto, equipadas	2		100,00	200,00	
	Cable (200m)	1		6000,00	6000,00	
Otros	Materiales de mantenimiento y limpieza	1		100,00	100,00	100,00
Señalización	Adecuación de materiales de señalización	1		5000,00	5000,00	5000,00
TOTAL		70				41394,00

Total= Total infraestructura+ Total equipamiento
Total= 1612,09+41394,00
Total= 43006.09

Calculo del salario mínimo para los trabajadores del Balneario La Calera:

Salario mínimo	\$ 366,00				
	Gerente	Administradores	Act. Deportivas y de ocio	Mantenimiento y limpieza	Personal de servicio
Cantidad	1	1	2	1	2
Enero	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Febrero	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Marzo	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Abril	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Mayo	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Junio	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Julio	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Agosto	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Septiembre	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Octubre	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Noviembre	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Diciembre	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Décimo tercero	549,00	366,00	146,40	146,40	146,40
Décimo cuarto	366,00	366,00	366,00	366,00	366,00
Seguro (12,15%)	800,44	533,63	213,45	213,45	213,45
SUBTOTAL x1	8303,44	5657,63	2482,65	2482,65	2482,65
TOTAL	8303,44	5657,63	4965,30	2482,65	4965,30
2016					\$ 26.374,33

Proyecciones dentro de cinco años:

Año	Gerente	Administradores	Act. Deportivas y de ocio	Mantenimiento y limpieza	Personal de servicio
2017	8884,68	6053,66	5312,87	2656,44	5312,87
					28220,53
2018	9506,61	6477,42	5684,77	2842,39	5684,77
					30195,97
2019	10172,07	6930,84	6082,71	3041,35	6082,71

					32309,68
2020	10884,12	7416,00	6508,50	3254,25	6508,50
					34571,36
2021	11646,01	7935,12	6964,09	3482,05	6964,09
					\$ 36.991,36

Costo mensual	N° personas	Costo del Servicio
\$ 2.197,86	550	\$ 5,00

$$\text{Ingresos} = (550 * 5)X$$

$$\text{Ingresos} = 2750X$$

$$\text{Costos} = \text{Costo Total} + \text{Costo Mensual}$$

$$\text{Costos} = 43006,09 + 2197,86X$$

$$\text{Utilidad} = \text{Ingresos} - \text{Costos}$$

$$\text{Utilidad} = 2750X - 43006,09 - 2197,86X$$

$$\text{Utilidad} = 0$$

$$X = 43006,09 / 552,14$$

$$X = 74,97 \text{ Meses}$$

$$X = 6 \text{ Años}$$

Analizando la parte de costos se puede concluir que la inversión se recuperara a los 6 años, a un precio de venta al público de 5\$ dólares.

5.19. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN

“El marketing es la realización de actividades que buscan cumplir los objetivos de una organización, previendo las necesidades del consumidor o cliente, y dirigiendo un flujo de satisfactores y servicios del productor al cliente.” McCarthy & Perreault (2001: p. 8)

Se presentan estrategias de las del marketing, para un mejor desarrollo de las actividades turísticas del balneario La Calera.

PRODUCTO

El Balneario posee amplias áreas verdes y canchas deportivas para la distracción del turista, además hay otros servicios como servicio de estacionamiento, alimentación, senderismo, canopy, picnic, camping.

ESTRATEGIAS

- Capacitación continua en temas de gestión de la calidad, y atención al cliente.
- Aumentar el menú del restaurante, tomando en cuenta alimentación nutritiva para los visitantes.
- Capacitación en mantenimiento de áreas húmedas del balneario para un servicio de higiene y calidad.
- Proponer lugares de recepción de quejas y sugerencias para mejorar en la prestación del servicio.

PLAZA

El perfil del cliente del Balneario La Calera, son todo tipo de personas de cualquier edad (niños, jóvenes, adultos o jubilados). Todos ellos podrán acudir de forma individual, en grupo, familia o pareja.

ESTRATEGIAS

- Dejar folletería en los establecimientos turísticos de toda la provincia para lograr mayor cobertura.
- Visita directa al cliente para ofertar los productos en puntos estratégicos de asociación de visitantes.
- Crear convenios con empresas de transporte público o privado para la transportación de turistas al Balneario en horarios establecidos.

PRECIO

La relación entre el precio es muy importante, existirá un aumento en el cobro del servicio por las nuevas actividades, satisfaciendo las necesidades de los visitantes.

ESTRATEGIAS

- Los niños menores de 12 años, pagara la mitad de la entrada.
- Grupo: se harán precios especiales para grupos de más de 10 personas.
- Para jubilados y adultos mayores se realizará un descuento a su entrada.

PROMOCIÓN

Las estrategias de promoción buscan llegar a personas interesadas en realizar un turismo termal y recreación, se busca aumentar el número de clientes que visiten el balneario.

ESTRATEGIAS

- Crear un sitio web para publicar e informar sobre este atractivo turístico, en el cual se podrán hacer consultas, quejas y sugerencias hacia el servicio prestado.
- Estar ligado a las redes sociales (Facebook) para compartir fotografías y videos de las experiencias de los turistas en cada una de las visitas. Tomando en cuenta la satisfacción con el servicio prestado
- Realizar folletería de los servicios ofertados por el Balneario y compartirlos en puntos estratégicos a nivel provincial y nacional
- Asistir a ferias o eventos relacionados con el turismo para dar a conocer sobre los servicios que oferta La Calera.

- Realizar la publicidad de medios de radio a nivel provincial, para abarcar a la mayoría de visitantes.

5.20. PROPUESTA LEGAL.

Registro en el Ministerio de Turismo.

Según el Art. 5 de la Ley de Turismo, Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

1. Alojamiento;
2. Servicio de alimentos y bebidas;
3. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
4. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
5. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
6. Hipódromos y parques de atracciones estables.

Requisitos:

1. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante

3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento
 - Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
 - Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
 - Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación:

5.3. Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.
6. Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.
7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
8. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)



REGISTRO DE DATOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS



CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACION

Toda información proporcionada por Ud. es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni tampoco podrá utilizarse para fines tributarios u otros que no sean estadísticos

LEY DE TURISMO

Art 57. Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

Art.21. Los datos individuales que se obtengan para efecto de estadística y censos son de carácter reservado; en consecuencia, no podrán darse a conocer informaciones individuales de ninguna especie, ni podrán ser utilizados para otros fines como de tributación o inscripción, investigaciones judiciales y, en general, para cualquier objeto distinto del propiamente estadístico o censal.

I. INFORMACION GENERAL

1. Identificación:

Fecha Establecimiento: Nuevo Registrado Registro No. Folio No.
 Nombre del establecimiento RUC Latitud
 Provincia Cantón Parroquia rural o ciudad Longitud Sector
 Dirección Teléfono
 Fax E-mail Pag- web
 Nombre del propietario Nombre representante legal
 Nombre de la actividad Perteneca a cadenas (nombre)
 Tipo de actividad Perteneca a franquicias (nombre)
 Categoría Afiliación a cámaras (nombre)

2 Tipo de organización

1 Persona natural 3. El establecimiento es:

2 Persona Jurídica Especifique 1 Principal 2 Sucursal 4. El local donde funciona es:

1 Propio 2 Arrendado 3 Cedido

II TECNOLOGÍA DISPONIBLE

5. Equipos disponibles:

1 Computador 6. Máquinas disponibles

2 Planta telefónica 1 Calderos 1 Sencillas

3 Fax 2 Plantas eléctricas 2 Matrimoniales

4 Equipos audiovis. 3 Trituradora de desechos 3 Dobles

5 Computadores 4 Cuartos frios 4 Triple

6 Equipos de segur. 5 Tanque reserva agua 5 Cuádruples

7 Música ambiental 6 Vehículo trans. turistas 6 Suites

8 Ascensores 7 Tratam. aguas servid. 7 Suite presidencial

9 Otro (especif)..... 8 Lavadoras/secadoras 8 Apartamentos

Tipo de gas 9 Planchadora industrial 9 Cabañas

1 Doméstico 10 Sist. Central. de gas 10 Otro (especif).....

2 Industrial 11 Otro (especif).....

7. Si el establecimiento es de alojamiento, cuántas habitaciones, camas y plazas tiene?

Tipo	TOTAL	CAMAS	PLAZA	TVC	NEV	AIRE	TELEF	SECADORA	MUSICA
1 Sencillas									
2 Matrimoniales									
3 Dobles									
4 Triple									
5 Cuádruples									
6 Suites									
7 Suite presidencial									
8 Apartamentos									
9 Cabañas									
10 Otro (especif).....									
11 Total									

8. El establecimiento dispone de espacio para..? 1. Campamento <input type="checkbox"/> 2. Remolques <input type="checkbox"/> 3. Otros <input type="checkbox"/> III. SERVICIOS 9. Identifique los servicios que presta el establecimiento, y su capacidad. <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:80%;">mesas</td> <td style="width:20%;"></td> </tr> <tr> <td>plazas</td> <td></td> </tr> <tr> <td>baños</td> <td></td> </tr> </table>	mesas		plazas		baños		10. Indique si el establecimiento dispone de los siguientes servicios complementarios..? 1. Parqueadero <input type="checkbox"/> 2. Piscina <input type="checkbox"/> 3. Hidromasaje / turco, sauna <input type="checkbox"/> 4. Gimnasio <input type="checkbox"/> 5. Peluquería <input type="checkbox"/> 6. Lavandería <input type="checkbox"/> 7. Caja fuerte <input type="checkbox"/> 8. Servicio médico <input type="checkbox"/> 9. Boutique <input type="checkbox"/> 10. Banco <input type="checkbox"/> 11. Centro de negocios <input type="checkbox"/> 12. Canchas deportivas <input type="checkbox"/> 13. Área para fiestas infantiles <input type="checkbox"/> 14. Internet <input type="checkbox"/> 15. Guardería <input type="checkbox"/> 16. Juegos infantiles <input type="checkbox"/> 17. Otros (especifique) <input type="checkbox"/> IV. EMPLEO 14. Número de personas que labora en el establecimiento..? <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:10%;">Personal</td> <td style="width:10%;">H</td> <td style="width:10%;">M</td> </tr> <tr> <td>Gerencia</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Administrativos</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Recepción</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Habitaciones</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Restaurante y bar</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cocina</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Conserjería</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Personal	H	M	Gerencia			Administrativos			Recepción			Habitaciones			Restaurante y bar			Cocina			Conserjería			Otros			Total			V. ECONOMICOS (SOLO PARA FINES ESTADISTICOS) 15.- Monto de ventas del servicio registradas el año anterior..? 16.- Monto total de remuneraciones pagadas el año anterior..? 17. Monto del gasto total en insumos y administrativos del año anterior..? 18. Valores a cancelar Por func. de año vigente Por func. de años anterior Por diferen. de reclasificac. Total a cancelar: 19. Monto de la inversión inicial 20. Exhibe la licencia anual de funcionamiento vigente..? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	11. Si el establecimiento presta servicio de alimentos y bebidas, cuál es su especialidad? 1. Nacional <input type="checkbox"/> 2. Internacional <input type="checkbox"/> 3. Rápida <input type="checkbox"/> 4. Vegetariana <input type="checkbox"/> 5. Otros <input type="checkbox"/> 12. Si el establecimiento es una agencia de viajes, cuáles son los productos más vendidos? Producto 1 Nacional 2 Internac. 1. Sol playa <input type="checkbox"/> 2. Ecoturismo <input type="checkbox"/> 3. Salud <input type="checkbox"/> 4. Congreso científico <input type="checkbox"/> 5. Cultura <input type="checkbox"/> 6. Otros <input type="checkbox"/> 13. Cuáles son los destinos más vendidos y sus porcentajes..? <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:80%;">Destinos</td> <td style="width:20%;">%</td> </tr> <tr> <td>1. Nacionales <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2. Internacionales <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3. Total <input type="checkbox"/></td> <td>100.0</td> </tr> </table>	Destinos	%	1. Nacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Internacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Total <input type="checkbox"/>	100.0
mesas																																															
plazas																																															
baños																																															
Personal	H	M																																													
Gerencia																																															
Administrativos																																															
Recepción																																															
Habitaciones																																															
Restaurante y bar																																															
Cocina																																															
Conserjería																																															
Otros																																															
Total																																															
Destinos	%																																														
1. Nacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																														
2. Internacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																														
3. Total <input type="checkbox"/>	100.0																																														
11. Si el establecimiento presta servicio de alimentos y bebidas, cuál es su especialidad? 1. Nacional <input type="checkbox"/> 2. Internacional <input type="checkbox"/> 3. Rápida <input type="checkbox"/> 4. Vegetariana <input type="checkbox"/> 5. Otros <input type="checkbox"/> 12. Si el establecimiento es una agencia de viajes, cuáles son los productos más vendidos? Producto 1 Nacional 2 Internac. 1. Sol playa <input type="checkbox"/> 2. Ecoturismo <input type="checkbox"/> 3. Salud <input type="checkbox"/> 4. Congreso científico <input type="checkbox"/> 5. Cultura <input type="checkbox"/> 6. Otros <input type="checkbox"/> 13. Cuáles son los destinos más vendidos y sus porcentajes..? <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:80%;">Destinos</td> <td style="width:20%;">%</td> </tr> <tr> <td>1. Nacionales <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2. Internacionales <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3. Total <input type="checkbox"/></td> <td>100.0</td> </tr> </table>		Destinos	%	1. Nacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Internacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Total <input type="checkbox"/>	100.0	15.- Monto de ventas del servicio registradas el año anterior..? 16.- Monto total de remuneraciones pagadas el año anterior..? 17. Monto del gasto total en insumos y administrativos del año anterior..? 18. Valores a cancelar Por func. de año vigente Por func. de años anterior Por diferen. de reclasificac. Total a cancelar: 19. Monto de la inversión inicial 20. Exhibe la licencia anual de funcionamiento vigente..? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>																																					
Destinos	%																																														
1. Nacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																														
2. Internacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																														
3. Total <input type="checkbox"/>	100.0																																														
TRANSPORTE TURISTICOS DE PASAJEROS a) Terrestre 1. Servicio internacional de itinerario regular <input type="checkbox"/> 2. Servicio de transporte terrestre turístico <input type="checkbox"/> 3. Alquiler de casas rodantes <input type="checkbox"/> 4. Alquiler de automóviles (Rent a Car) <input type="checkbox"/> b) Aéreos Servicios internacional operante en el país: <input type="checkbox"/> Servicios internacional no operante en el país: 1. Con oficinas de ventas <input type="checkbox"/> 2. Con oficinas de representación o inform. <input type="checkbox"/> Servicio nacional 1. Servicios de avionetas y helicópteros <input type="checkbox"/> 2. Vuelos fletados internacionales (charter) cada vuelo <input type="checkbox"/> 3. Funiculares o teleféricos, por cabinas <input type="checkbox"/> c) Cruceros turísticos Transporte marítimo <input type="checkbox"/> Transporte fluvial <input type="checkbox"/>		11. Si el establecimiento presta servicio de alimentos y bebidas, cuál es su especialidad? 1. Nacional <input type="checkbox"/> 2. Internacional <input type="checkbox"/> 3. Rápida <input type="checkbox"/> 4. Vegetariana <input type="checkbox"/> 5. Otros <input type="checkbox"/> 12. Si el establecimiento es una agencia de viajes, cuáles son los productos más vendidos? Producto 1 Nacional 2 Internac. 1. Sol playa <input type="checkbox"/> 2. Ecoturismo <input type="checkbox"/> 3. Salud <input type="checkbox"/> 4. Congreso científico <input type="checkbox"/> 5. Cultura <input type="checkbox"/> 6. Otros <input type="checkbox"/> 13. Cuáles son los destinos más vendidos y sus porcentajes..? <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:80%;">Destinos</td> <td style="width:20%;">%</td> </tr> <tr> <td>1. Nacionales <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2. Internacionales <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3. Total <input type="checkbox"/></td> <td>100.0</td> </tr> </table>		Destinos	%	1. Nacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Internacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Total <input type="checkbox"/>	100.0																																				
Destinos	%																																														
1. Nacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																														
2. Internacionales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																														
3. Total <input type="checkbox"/>	100.0																																														
Observaciones: PLAZAS PLAZAS PLAZAS		Técnico de Control de Actividades Turísticas Control interno																																													

VI. BIBLIOGRAFÍA.

EDITORIAL VÉRTICE . (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. España : Vértice.

Septem Ediciones. (2004). *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente*. España : Septem Ediciones.

abalnearios.com. (s.f.). *abalnearios.co*. Recuperado el 27 de 12 de 2014, de <http://www.abalnearios.com/historia/#>

Acevedo, A., Florencia, A., & López, M. (1986). *El proceso de la Entrevista* . Editorial Limusa.

Ackerman, S., & Com, S. (2013). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: Ediciones del aula taller.

Acosta Tapia, C. R. (03 de 09 de 2012). *www.coachlatinoamerica.com*. Recuperado el 05 de 28 de 2015, de <http://www.coachlatinoamerica.com/blog/marketing-2/las-5-p%C2%B4sde-la-mercadotecnia/>

Aguilar, R. M. (2011). <http://riuma.uma.es>. Obtenido de <http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/5077/TD%20de%20Rosa%20Mar%C3%ADa%20Anaya%20Aguilar.pdf?sequence=1>

Ameigeiras, C. (2012). *Venta de Servicios Turísticos*. Vallehermoso: SINTESIS, S.A.

Angulo, G. (2002). *www.gestionturistica.cl*. Obtenido de http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/ga_cuerpo.pdf

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: s.r.

Ávila, J. (2006). *Economía*. Mexico: Umbral.

Bermeo, J. (12 de 04 de 2011). <http://www.ecotec.edu.ec/>. Recuperado el 10 de 2014, de http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cdocumentos_y_directivos%5Carticulos/4955_Fcevallos_00009.pdf

Bernardez, & Mariano. (2007). *Desespeño Organizacional*. UK: AuthorHouse.

Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Mexico: Trillas.

Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.

Boullón, R. (2006). *www.redalyc.org*. Recuperado el 20 de 11 de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/276/27610203.pdf>

Cabarcos, N. (2010). *Promoción Y Venta de Servicios Turísticos*. España: Ideaspropias Editorial S.L.

Calderón, S. R. (08 de 05 de 2009). *estudiosdelturismo.blogspot.com*. Obtenido de <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>

carchi.gob.ec. (s.f.). <http://www.carchi.gob.ec/index.php/turismo-canton-espejo/aguas-termales-la-calera>. Obtenido de <http://www.carchi.gob.ec/index.php/turismo-canton-espejo/aguas-termales-la-calera>

Castellanos, E. (2010). *Turismo y Recreación*. Mexico: Trillas.

Cebrián, R., & Lourdes, O. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. España: Paraninfo.

Chamorro, D. (5 de 10 de 2014). Balneario La Calera. (T. Piarpuezan, Entrevistador)

Crespi, M., & Planells, M. (2011). *Recursos Turísticos*. Madrid: Síntesis, S. A

Del Alcázar, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid : ESIC.

Docente, P. (12 de 03 de 2013). practicadocentemexico.blogspot.com. Recuperado el 10 de 2014, de <http://practicadocentemexico.blogspot.com/2013/03/metodos-de-investigacion-mixto-un.html>

EDITORIAL VÉRTICE. (2007). *Marketing Turístico*. España: Vértice.

Fagundo, J., & Gonzáles, P. (s.f.). *Aguas Naturales, minerales y mineromedicinales*. Obtenido de <http://www.sld.cu/sitios/mednat/docs/aguas.pdf>

Francesc Valls, J. (2000). *Gestión de empresas de turismo y ocio*. España: Gestion 2000.

Galán, A. C. (s/f de enero de 2000). *naser.cl*. Recuperado el 30 de julio de 2014, de [naser.cl: http://www.naser.cl/sitio/Down_Papers/Manual%20Basico%20Telefonia%20Tradicional.pdf](http://www.naser.cl/sitio/Down_Papers/Manual%20Basico%20Telefonia%20Tradicional.pdf)

Gosso, F. (2010). *Hiper satisfaccion del cliente*. México: Panorama EditorialL.

Guerrero, R., & Cobs, V. (14 de 09 de 2009). *es.slideshare.net*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/rodguerreroturismo/destino-y-espacio-turstico>

INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 16 de 08 de 2011, de http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=450&width=800'%20rel=slbox

INEN. (2011). *Manual de Señalización Turística*. Quito.

INEN. (2014). *Establecimientos Balearios. Requisitos para la prestación del servicio* . Quito.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Pearson Educación.

Kotler, P., & Lane Keller, K. (2006). *Direcciones de Marketing*. Mexico: Pearson Education.

Lickorish, L., & Jenkins, C. (2010). *Una Introducción al Turismo* . Madrid: Síntesis. S.A .

López, B., & Morfiel, T. (s.f.). *Apuntes de Bioestadística*. Recuperado el 26 de 06 de 2015, de <http://www.bioestadistica.uma.es/baron/apuntes/ficheros/cap07.pdf>

López, D., & Bigné, E. (2000). *Planificación territorial y comercialización turística*. Jaume I.

Lucin, A., Ruiz, M., & Saida, Z. (1 de 09 de 2009). Recuperado el 04 de 12 de 2014, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7608/1/Proyecto%20Complejo%20Tur%20C3%ADstico%20en%20el%20Cant%20C3%B3n%20Santa%20Luc%20C3%ADa%202007.docx>

Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

MCPEC. (2011). *Agenda para la Transformación Territorial Productiva del Carchi*. Quito: s.r.

Méndez, A. (23 de 09 de 2010). *blog.ciencias-medicas.com*. Obtenido de <http://blog.ciencias-medicas.com/archives/853>

Molina, S. (2007). *Fundamentos del Nuevo Turismo*. Mexico : Trillas .

Monferrer, D. (2013). <http://repositori.uji.es>. Recuperado el 28 de 05 de 2015, de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf;jsessionid=71000A28D75386F50FABCF4B189BF8?sequence=3>

Monsterrat, C., & Planells, M. (2011). *Recurso Turístico*. Madrid.

Olmos, E. (2005). *dpicuto.edu.bo*. Recuperado el 10 de 2014, de <http://dpicuto.edu.bo/tesis/facultad-de-arquitectura-y-urbanismo/543-centro-recreacional-balneario-poopo.html>

Pacheco, A., Núñez, B., & Andrade, G. (s.f.). *www.dspace.espol.edu.ec*. (ESPOL, Ed.) Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24583/1/FEN_An%C3%A1lisis%20de%20Factibilidad%20para%20la%20Creaci%C3%B3n%20de%20un%20Resort%20en%20el%20Balneario%20las%20N%C3%BA%3%B1ez.pdf

Panosso, A., & Guilherme, L. (2012). *Teoría deL Turismo*. Mexico : Trillas .

Pérez, A., & García, G. (s.f.). *El posicioamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo*. Recuperado el 05 de 28 de 2014, de <http://www.uv.es/~sancho/benchmarking.pdf>

Posso, M. (2011). *Proyectos, Tesis y MARCO Lógico*. Quito.

Quesada. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad*. Costa Rica: EUNED.

Quesada Castro, R. (2006). *Elementos del Turismo* . Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia .

Real Academia Española. (04 de 02 de 2015). *www.lemma.rae.es*. Obtenido de <http://lemma.rae.es/drae/?val=distribuci%C3%B3n>

Rodríguez, J. (Diciembre de 2000). *Universidad de Vigo*. Recuperado el 23 de 05 de 2015, de Universidad de Vigo:

http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/060130_676593_E.pdf

Ruano, C., & Sánchez, M. (2014). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC Editorial.

SECTUR. (2004). *Academia*. Obtenido de http://www.academia.edu/5860712/TURISMO_ALTERNATIVO_SECTUR

SENPLADES. (2013). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*. Quito.

SENPLADES. (s.f.). *www.buenvivir.gob.ec*. Recuperado el 28 de 11 de 2014, de documentos.senplades.gob.ec: <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

SERNATUR. (2008). *Glosario de Turismo*. Chile.

Serret, J. (1995). *Manual de Estadística Universitaria*. Madrid: ESIC.

The Free Dictionary . (04 de 02 de 2015). *The Free Dictionary* . Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/balneario>

The Free Dictionary. (21 de 12 de 2014). *The Free Dictionary*. Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/balneario>

Universidad Nacional de Mar del Plata. (01 de 2015). */www.redalyc.org*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/276/27610203.pdf>

Vogeller, C., & Hernández, A. (2002). *Estructura y Organización del Mercado Turístico*. Madrid: UNIVERSITARIA RAMON ARECES.

WordReference. (04 de 02 de 2015). *www.wordreference.com*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/distribucion>

Zambrano. (2010). *Estadística*. Lima: Prolib.

VII. ANEXOS.

Cuestionario de Entrevista

1. Qué tipo de atractivo turístico; denominación.
2. El establecimiento es público o privado
- 3.Cuál es la forma administrativo en que se maneja su establecimiento
4. Cuál es la distribución del establecimientos
5. Que servicios brinda el balneario La Calera
6. Posee un modelo de gestión técnico
7. Que normativa rige su establecimiento

Cuestionario de la Encuesta



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS
AMBIENTALES**

ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO

Objetivo: La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar el nivel de satisfacción del cliente en cuanto al servicio del balneario La Calera

Lugar de Procedencia:

Provincia:

Ciudad:

Edad:

Género:

Número de personas que lo acompañan:

<p>1. ¿Es la primera vez que visita el Balneario?</p> <p><input type="checkbox"/> Si (pase a la pregunta 5)</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>	<p>2. ¿Qué medio usted utilizó para llegar al Balneario?</p> <p><input type="checkbox"/> Transporte propio</p> <p><input type="checkbox"/> Transporte público</p> <p><input type="checkbox"/> Caminando</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p> <p>¿Cuál? _____</p>
<p>3. Con qué frecuencia visita el Balneario La Calera</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>1 2 3 4 5</p> <p><input type="checkbox"/> Semanal</p> <p><input type="checkbox"/> Mensual</p> <p><input type="checkbox"/> Trimestral</p> <p><input type="checkbox"/> Semestral</p> <p><input type="checkbox"/> Anual</p>	<p>4. Ha recomendado usted el Balneario a otras personas</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>5. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el servicio prestado del Balneario?</p> <p><input type="checkbox"/> Muy satisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Satisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Indiferente</p> <p><input type="checkbox"/> Insatisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Nada insatisfecho</p>	<p>6. ¿En comparación con otras alternativas de balnearios en la Provincia del Carchi como le parece el servicio?</p> <p><input type="checkbox"/> Mucho mejor</p> <p><input type="checkbox"/> Algo mejor</p> <p><input type="checkbox"/> Igual</p> <p><input type="checkbox"/> Algo peor</p> <p><input type="checkbox"/> Peor</p> <p><input type="checkbox"/> No lo sé</p>
<p>7. ¿Utilizaría el servicio del Balneario nuevamente?</p> <p><input type="checkbox"/> Seguro que sí</p> <p><input type="checkbox"/> Tal vez sí</p> <p><input type="checkbox"/> Puede que sí, puede que no</p> <p><input type="checkbox"/> Tal vez no</p> <p><input type="checkbox"/> Seguro que no</p>	

8. Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de utilizar el servicio, y ¿cuál es su grado de satisfacción en esos mismos aspectos con nuestro servicio?
(Seleccione una de cada ítem)

	Grado de importancia al servicio	Grado de Satisfacción del servicio
Calidad del servicio	<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Nada importante	<input type="checkbox"/> Muy Satisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco satisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho
Relación calidad-precio	<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Nada importante	<input type="checkbox"/> Muy Satisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco satisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho
Experiencia	<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Nada importante	<input type="checkbox"/> Muy Satisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco satisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho
Instalaciones	<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Nada importante	<input type="checkbox"/> Muy Satisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco satisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho
Promoción	<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Nada importante	<input type="checkbox"/> Muy Satisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco satisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho

9. Teniendo en cuenta su experiencia más reciente con el Balneario La Calera por favor, valore su grado con las siguientes afirmaciones.

¿El Balneario cumple mi necesidad	¿El Balneario utiliza la señalética
-----------------------------------	-------------------------------------

<p>de visita?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo 	<p>adecuada?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo
--	---

<p>10. ¿Qué otros servicios le gustaría que se ofrezca en este balneario?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Alimentación <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Masajes <input type="checkbox"/> Guardería para niños <input type="checkbox"/> Baños de Cajón <input type="checkbox"/> Toboganes <input type="checkbox"/> Áreas deportivas <input type="checkbox"/> seguridad <input type="checkbox"/> Otro <p>¿Cuál? _____</p>	<p>11. De las siguientes actividades cual le gustaría realizar en el Balneario?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Senderismo <input type="checkbox"/> Canopy <input type="checkbox"/> Otro <p>¿Cuál? _____</p>
<p>12. Ha tenido usted algún problema a la hora de visitar el Balneario</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <p>¿Cuál? _____</p>	<p>13. ¿Usted piensa que la distribución de las áreas es adecuada?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No

Fotografías:



Vista General del Balneario La Calera



Actividades turísticas dentro del Balneario



Visitantes haciendo uso de las piscinas de agua termal



Vista de las canchas deportivas y áreas verdes



Levantamiento de Información, aplicación de encuestas.



Toma de medidas de la infraestructura del balneario