



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas Oceánicas y Recursos
Naturales**

**“Plan de Reestructuración Física del Balneario Jesús María para
incrementar la demanda turística en el sector”**

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentado por:

**Jemina Joan Campuzano Mera
Maria de Lourdes Sinchi Rodriguez**

Guayaquil - Ecuador

2014

AGRADECIMIENTO

A, Dios que siempre me ha llenado de bendiciones, A mis padres Cecilia Mera y José Campuzano y hermanas Jesahel y Keri Campuzano, porque sin ellos no sería lo que soy, no tengo palabras para agradecerles todo el esfuerzo que ellos han hecho para llegar hasta aquí, han sido mi guía en este largo camino, gracias por su amor y apoyo incondicional que nunca me ha faltado, siempre han creído en mí.

A mis abuelos Elisa Brito y Rodolfo Mera también mi tío Padrino Xavier Mera, ellos me impulsan día a día para seguir adelante y ser mejor persona.

A mi novio que siempre con sus palabras medio ánimos hasta el final. En especial Msc. Erick Suárez quien supo transmitirnos sus conocimientos y lograr todo esto.

Para finalizar a todos los profesores que me formaron en todo este tiempo.

Jemina Joan Campuzano Mera

A Dios por ayudarme a culminar esta etapa de mi vida. A mi familia por su apoyo, y de manera especial a mi hermana Sandra, gracias por ayudarme en cada paso que me propongo. A mi tutor de tesis Msc. Erick Suárez, gracias por su constante ayuda.

María De Lourdes Sinchi Rodríguez

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, a mis abuelos y tío padrino,
por hacer de mí una profesional, sin el apoyo de
ellos no hubiera logrado todo lo que tengo.

Jemina Joan Campuzano Mera

A Dios, a mis padres, hermanos y amigos,

María De Lourdes Sinchi Rodríguez

TRIBUNALES DE GRADUACIÓN

M.B.A. Cinthy Veintimilla

PRESIDENTE

MSc. Erick Suarez

DIRECTOR

MSc. Carolina Aguayo

VOCAL PRINCIPAL

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma, a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”.

Jemina Joan Campuzano Mera

María de Lourdes Sinchi Rodríguez

RESUMEN

El presente trabajo contiene información técnica, real y confiable, enfocada en la reestructuración física de unos de los balnearios turísticos de agua termales más antiguos del recinto Aguas Calientes, ubicada en la parroquia Jesús María del cantón Naranjal. Esta implementación de mejoras tiene como fin hacer que el establecimiento tenga un incremento de turistas.

El primer capítulo está dirigido a detallar los aspectos generales de la Parroquia Jesús María. Además señala la metodología que se utilizará para el posterior desarrollo del plan de reestructuración física.

El segundo capítulo comprende un estudio externo e interno, que involucra análisis político, legal, económico, social y ecológico. Así como también un análisis de la competencia.

El tercer capítulo lleva a cabo una evaluación de la demanda actual del balneario, la metodología para la obtención de datos y posteriormente, la presentación de resultados.

En el cuarto capítulo se realiza la evaluación de la oferta, además de la descripción de los cambios que se van a implementar en el balneario.

En el quinto capítulo se realiza un estudio económico con su correspondiente plan financiero y estado de resultados.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
INDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Características Generales de la Zona	2
1.1.1. Ubicación Geográfica y mapa.....	6
1.1.2. Medios de Acceso y transporte	7
1.1.3. Entorno Natural y Cultural.....	9
1.2. Metodología	16
1.2.1. Investigación Bibliográfica	16
1.2.2. Investigación de campo.....	16
Entrevista	18
CAPÍTULO II.....	19
Análisis Externo e Interno	19
2.1. Análisis Político- Legal, Económico, Social, Ecológico	19
2.1.1 Análisis Político - Legal.....	20
2.1.2 Análisis económico	27
2.1.3 Análisis social	33
2.1.4 Análisis ecológico	38
2.2. Análisis 5 fuerzas de Porter	39
2.2.1 Competidores potenciales	40

2.2.2. Proveedores.....	40
2.2.3. Sustitutos.....	41
2.2.4. Compradores.....	41
2.2.5. Rivalidad entre competidores.....	42
2.3 Análisis de la competencia.....	42
2.4 FODA.....	43
2.3.1. Fortaleza.....	43
2.3.2. Oportunidades.....	44
2.3.3. Debilidades.....	45
2.3.4 Amenazas.....	45
CAPÍTULO III.....	18
Evaluación de la demanda.....	18
3.1. Características Generales de la Demanda.....	19
3.2 Tipo de Investigación.....	20
3.2.1 Fases de la investigación.....	21
3.2.1. Población y muestra.....	21
3.2.2. Recolección de la información.....	24
3.2.3. Análisis de los Datos.....	25
3.3 Perfil del visitante.....	40
3.3.1. Determinación del nivel de Satisfacción.....	41
CAPÍTULO IV.....	40
Evaluación de la demanda.....	40
4.1 Infraestructura y servicios actuales.....	40
4.1.1 Fichas de Inventario.....	46
4.3 Descripción del equipamiento a requerir.....	50
4.4 Presupuesto.....	57

4.4.1 Financiamiento.....	57
5.1. Infraestructura y servicios que se deberán implementar	60
5.2 Plan de financiamiento.....	70
5.2.1 Inversión del proyecto.....	70
5.2.2 Estructuración Financiera	70
5.2.4 Presupuestos de Costos, Gastos	71
5.3 ESTADO DE RESULTADOS.....	73
5.3.1 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	73
5.3.3 Flujo de caja.....	74
5.3.4 Punto de Equilibrio	74
5.3.5 Evaluación Financiera.....	74
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES.....	79
ANEXOS	80
BIBLIOGRAFÍA	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Imagen 1: Ruinas de una casa en el Recinto Aguas Calientes.....	6
Imagen 2: Carretera del Recinto Aguas Calientes.....	7
Imagen 3: Vía de acceso al Balneario	9
Imagen 4: Puente de Acceso al Balneario Jesús María	9
Imagen 5: Clima del Recinto Aguas Calientes	10
Imagen 6: Fuente Económica de los habitantes del Recinto Jesús María	11
Imagen 7: Animales típicos del sector	11
Imagen 8: Piscinas de Aguas Termales	13
Imagen 9: Plato típico del Recinto Aguas Calientes.....	15
Imagen 10: Análisis de las fuerzas de Porter	39
Imagen 11: Estratificación económica	22
Imagen 12: Instalaciones Balneario El Paraíso.....	41
Imagen 13: Publicidad ubicada en el recinto Aguas Calientes.....	42
Imagen 14: Balneario Amistad Latina	42
Imagen 15: Instalaciones Balneario El Rey	43
Imagen 16: Publicidad Balneario El Rey	44
Imagen 17: Piscina con cuarto de vapor	44
Imagen 18: Entrada al Balneario Jesús María	45
Imagen 19: Modelo de cerámica para las piscinas.....	51
Imagen 20: Toboganes Tobosplash.....	52
Imagen 21: Cabaña para implementación de área de descanso.....	53
Imagen 22: Primera piscina	61
Imagen 23: Piscina.....	62

Imagen 24: Segunda Piscina	63
Imagen 25: Tercera piscina actualmente	64
Imagen 26: Proyección de la tercera piscina.....	64
Imagen 27: Cuarta Piscina con sus toboganes.....	65
Imagen 28: Tobogán para niños, cuarta piscina	65
Imagen 29: Proyección de tobogán para niños.....	66
Imagen 30: Quinta Piscina.....	66
Imagen 31: Puerta de los vestidores.....	67
Imagen 32: Proyección de las puertas.....	68
Imagen 33: Baños del Balneario Jesús María	69

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sectores productivos	28
Tabla 2: Industrias Estratégicas	29
Tabla 3: Preferencias actividades turísticas	34
Tabla 4: Preferencias atractivos turísticos	35
Tabla 5: Edad población de la parroquia Jesús María.....	36
Tabla 6: Datos población Universo.....	23
Tabla 7: Servicios de los balnearios	45
Tabla 8: Cuadro de Inversión.....	58
Tabla 9: Pronostico de Ingresos primer año.....	71
Tabla 10: Costos de producción.....	72
Tabla 11: Estado de resultados.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución del comercio	32
Gráfico 2: Distribución Turismo Interno	33
Gráfico 3: Género	25
Gráfico 4: Edad	26
Gráfico 5: Ocupación actual	27
Gráfico 6: Ingresos Mensuales.....	28
Gráfico 7: Nivel de Instrucción.....	29
Gráfico 8: Origen de Visitantes	30
Gráfico 9: Principal Motivación	31
Gráfico 10: Compañía.....	32
Gráfico 11: Frecuencia de visitas.....	33
Gráfico 12: Medios de publicidad.....	34
Gráfico 13: Piscinas termales.....	35
Gráfico 14: Toboganes.....	35
Gráfico 15: Duchas	36
Gráfico 16: Baños	36
Gráfico 17: Servicios de manera global.....	37
Gráfico 18: Factores que afectan estadía	39
Gráfico 19: Salvavidas	40

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Entrevista.....	81
Anexo B: Encuesta.....	84
Anexo C: Matriz de Consistencia	87
Anexo D: Tabla de Inversión del Proyecto.....	88
Anexo E: Capital de Trabajo.....	89
Anexo F: Estructura de la Inversión	90
Anexo G: Tabla de Flujo de Ingresos	91
Anexo H: Tabla de Costos de Producción	92
Anexo I: Tabla de Costos Indirectos.....	93
Anexo J: Gastos Administrativos.....	94
Anexo K: Gastos de Venta.....	95
Anexo L: Tabla de Gasto Financiero	96
Anexo M: Tabla de Estado de Resultados	98
Anexo N: Tabla de Ingresos Operacionales.....	99
Anexo O: Tabla de Punto de Equilibrio.....	100
Anexo P: Tabla de Estado de Pérdidas y Ganancias.....	101
Anexo Q: Tabla de TIR.....	102
Anexo R: Tabla de Análisis Payback.....	103

INTRODUCCIÓN

El Balneario de Aguas termales Jesús María está ubicado en el Recinto Aguas Calientes de la Parroquia Jesús María en el Cantón Naranjal, cuenta con piscinas de aguas terapéuticas las cuales son frecuentemente visitadas por turistas principalmente de la costa. Sin embargo pese a tener los recursos naturales y una demanda considerable, este establecimiento no presenta condiciones de infraestructura adecuada para los turistas.

El objetivo principal del presente trabajo es crear un plan de reestructuración física del balneario para incrementar la demanda turística del sector. A través de la determinación de las fortalezas, condiciones favorables del turismo en el balneario y la posterior creación de un plan de manejo para potencializar el uso de los recursos.

Para esto es necesario un análisis externo e interno del balneario, lo cual facilita determinar cuáles son las áreas que necesitan construirse y cuales requieren una remodelación. Con el supuesto de que la reestructuración física del balneario permitirá mejorar el atractivo y así obtener mayor número de visitantes.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA PARROQUIA JESUS MARÍA

Introducción

En este capítulo se expone datos sobre la Parroquia Jesús María, su ubicación y división geográfica, las principales vías y medios de transporte para acceder a esta zona. Así como también se especifica el clima que posee y sus manifestaciones culturales tales como gastronomía y festividades.

1.1. Características Generales de la Zona

La Parroquia Jesús María pertenece a una de las cuatro parroquias del Cantón Naranjal correspondiente a la provincia del Guayas. Esta parroquia inicialmente

pertenecía al Cantón Guayaquil sin embargo el 13 de diciembre de 1960 se anexa al cantón Naranjal según registro Oficial n.-85.

La fecha establecida como fundación parroquial es el 22 de noviembre, debido a que sus primeros pobladores determinaron la misma.

Su clima varía entre muy seco tropical y seco subtropical lo que le favorece a su vegetación, la temperatura anual es alrededor de 23 a 26 grados Celsius.

A principios de enero hasta mediados de mayo se desarrolla la época lluviosa y desde mayo hasta diciembre comprende la estación seca. La precipitación promedio es entre 500 y 1 000 milímetros.

Su principal fuente de ingreso proviene de sectores como la agricultura, la ganadería y la pesca, siendo las actividades agrícolas y pecuarias las realizadas por alrededor del 75% de la población económicamente activa (Censo Población y Vivienda, INEC, 2010), además en la actualidad a lo largo de la vía principal, exactamente en el corredor vial, se realizan actividades de comercio y comida, que ocupan al 20% de la PEA.

El resto de la población que trabaja lo hace desenvolviéndose en actividades como transporte (3%), construcción (2.8%), industrias manufactureras (2.2%) entre otras.

Siendo la agricultura su principal recurso encontramos que posee extensos sembríos de banano y cacao; además de caña de azúcar, arroz, café, plantaciones que son visibles pues se encuentran ubicados en los costados de las vías de acceso. El banano, es el fruto que posee mayor cantidad de cultivos a lo largo de esta parroquia, este

producto ocupa 1 850 hectáreas de la superficie total de Jesús María, este nivel de producción está netamente vinculado a la exportación del mismo.

En segundo lugar de producción se encuentra el cacao, cuyos sembríos poseen 1 711 hectáreas el cual se vende a través de intermediarios o compradores mayoristas provenientes de Naranjal.

En lo que respecta a viabilidad la parroquia cuenta con una ubicación estratégica pues está alrededor de las principales vías de transporte que corresponde a la comunicación con los cantones más próximos tales como Milagro, Naranjal, Guayaquil; y la vía de primer orden de acceso a la sierra Naranjal-Molleturo-Cuenca.

La vía Naranjal-Molleturo-Cuenca de 112 km es una carretera principal que permite la dinamización de la economía en la zona, pues se conecta con otras vías o arterías de las provincias de Cañar y demás provincias de la costa. Y la vía primaria Troncal De La Costa de 663.71 km, que permite comunicación con las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Pichincha, Los Ríos, El Oro y Loja.

Los límites de Jesús María son:

Al norte con las parroquia San Carlos

Al sur con la parroquia Naranjal

Al este con la Parroquia Molleturo, perteneciente a la Provincia del Azuay

Al Oeste con la Parroquia Taura y Santa Rosa de Flandes.

En el ámbito territorial la parroquia está establecida y conformada de la siguiente manera:

Nueve recintos: Montañita, San Jacinto, San José, San Francisco, Nueva Esperanza, Limón, Cacao Loma, Aguas calientes, Las Mercedes.

Cinco cooperativas: 18 de noviembre, Unidos venceremos, 26 de marzo, 5 de Octubre, Puerto Inca Sur, y por supuesto su Cabecera Parroquial.

Desde la cabecera Cantonal hasta la parroquia Jesús María existe una distancia de 18 km.

Según datos del INEC (2010) la población de la parroquia es de 6 427 personas, lo que significa que Jesús María tiene el 9% de los habitantes del total de los pobladores del cantón Naranjal.

Recinto Aguas Calientes

El sector en donde se encuentran las piscinas de aguas termales es el recinto Aguas Calientes, el cual a través de los años ha surgido turísticamente sobre todo con apoyo de inversión privada, pues esta localidad fue visiblemente devastada por el fenómeno del niño ocurrido en los años 1 997 y 1 998.

Actualmente se pueden encontrar restos de viviendas que fueron destruidas por los derrumbes ocasionados por este fenómeno, sin embargo los pobladores y las autoridades cantonales tomaron medidas de precaución, para que en años posteriores, no se vuelva a repetir la catástrofe, una medida de prevención fue profundizar el río, esto se realizó a través la excavación de los laterales del mismo.

Otra acción que se realizó fue la construcción de diversos muros de gaviones elaborados con parte del material extraído del río, con el fin de que en años venideros al momento de los aluviones las viviendas y complejos no resulten afectados por dicho fenómeno.

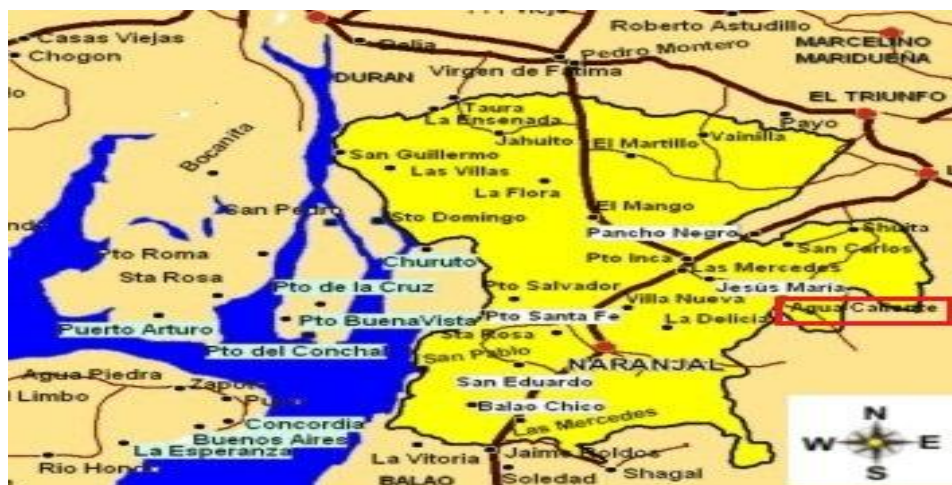
Imagen 1: Ruinas de una casa en el Recinto Aguas Calientes



Fuente: autores

1.1.1. Ubicación Geográfica y mapa

Mapa 1 Ubicación Geográfica de Recinto Aguas Calientes



Fuente: Muy Ilustre Municipalidad de Naranjal, 2014

El Recinto Aguas Calientes se encuentra ubicado a 10 minutos de la cabecera parroquial de Jesús María en la vía que abarca desde Puerto Inca a Molleturo, perteneciente al Cantón Naranjal en la provincia del Guayas.

1.1.2. Medios de Acceso y transporte

A este recinto se puede acceder por medio de las siguientes cooperativas de transporte: Cooperativa de transporte Interprovincial Ejecutivo San Luis, Súper taxi Cuenca, y Súper Semería; y también a través de la Cooperativa Internacional de transporte Ecuatoriano Pullman.

Cabe resaltar que las vías de acceso a Aguas Calientes y en general a Jesús María se encuentran en buen estado y perfectamente señalizadas.

Imagen 2: Carretera del Recinto Aguas Calientes

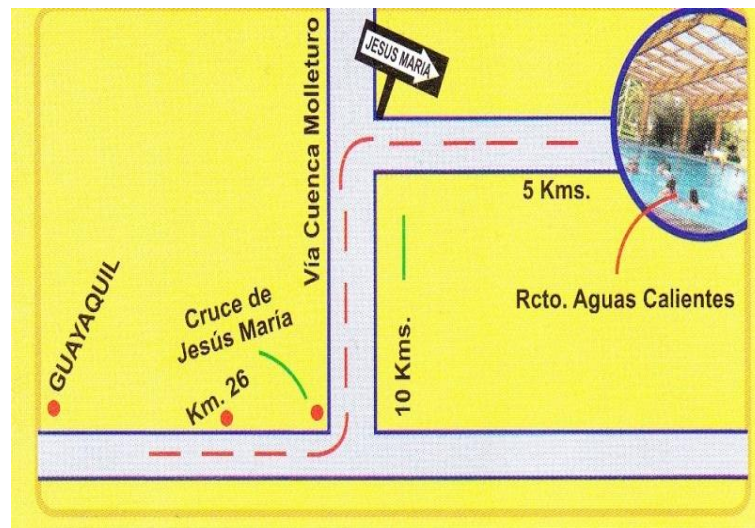


Fuente: autores

Por encontrarse apartado de la carretera principal hay que tomar otros vehículos para llegar exactamente al lugar en donde se encuentran los balnearios de Aguas Calientes, este recorrido dura aproximadamente 10 minutos.

Aguas Calientes se encuentra a 20 minutos de Naranjal y a 1 hora y 10 minutos de distancia desde Guayaquil.

Mapa 2: Dirección del Balneario



Fuente: Administración Balneario Jesús María

Para acceder a uno de los complejos más importantes de piscinas es necesario: cruzar el río si se desea ingresar con vehículo o a pie a través de un pequeño puente construido de madera. Sin embargo la Prefectura del Guayas está realizando estudios para la creación de un puente que facilite el acceso no solo al balneario sino también a los dueños de las fincas que son alrededor de 50 propietarios.

**Imagen 3: Vía de acceso al
Balneario**



Fuente: autores

Imagen 4: Puente de Acceso al Balneario Jesús María



Fuente: autores

1.1.3. Entorno Natural y Cultural

Entorno Natural

Cuenta con un clima subtropical en verano es nublado y semi nublado con garuas en las mañanas, mientras que en invierno es lluvioso y soleado.

Imagen 5: Clima del Recinto Aguas Calientes



Fuente: autores

El Recinto está ubicado al pie de la montaña, cuenta con una espesa vegetación y cultivos tradicionales como el cacao y el banano.

Aguas Calientes es privilegiado con riqueza en su suelo y en recursos hídricos lo que a su vez favorece el desarrollo de la agricultura, es así que se puede apreciar gran cantidad de plantaciones a lo largo de este recinto, sobre todo los cultivos de cacao y plátano los cuales se venden a través de intermediarios o compradores mayoristas provenientes de Naranjal.

En la imagen se puede apreciar a una familia del recinto trabajando con el cacao, lo cual es una escena bastante común en esta localidad.

Imagen 6: Fuente Económica de los habitantes del Recinto Jesús María

Fuente: autores

Este recinto situado al pie de la cordillera occidental de los Andes es zona ganadera por excelencia, la producción de ganado vacuno es dirigida a naranjal y también a los pequeños recintos más cercanos, el mismo que es sacrificado para comercializar su carne y otros productos lácteos tales como leche y queso.

Imagen 7: Animales típicos del sector

Fuente: autores

En lo que respecta al recurso hídrico, éste está influenciado por el entorno del páramo y el sistema lacustre de la zona alta del Cajas. Entre los que destacan los ríos: Cañar, Secadal y Tixay.

Además a través de la carretera es posible encontrar pequeños riachuelos de agua dulce, los cuales forman pozas que también resultan atractivas para los turistas.

Este sector tiene vertientes naturales de aguas termales las mismas que se filtran en la serranía por ríos subterráneos y vienen a salir en forma de vertientes.

El agua proveniente del subsuelo que brota a altas temperaturas es utilizada en los diferentes complejos del sector, las cuales tienen un gran contenido de azufre, hierro y demás minerales, Es así que se forman aguas termales, dichas aguas producen estímulos químicos y físicos. Los efectos químicos están estrechamente relacionados con los minerales que posee el agua que al entrar en contacto con la piel, se dice que se introduce en el torrente sanguíneo, mientras que los efectos físicos están relacionados a la temperatura del agua termal, dado que produce una vaso dilatación, la que mejora la oxigenación de los tejidos, relajación muscular y libera sustancias que produce un efecto antiinflamatorio.

Por estas razones algunos pobladores han sacado provecho de estos recursos creando complejos que albergan las piscinas, que son visitadas por turistas de toda edad que buscan beneficiarse de las propiedades curativas y relajantes de estas aguas. Éstas son extraídas a través de pozos cavados por los propietarios de los complejos mediante

bombas a gasolina y llevados a través de mangueras hasta las distintas piscinas, a su vez estos propietarios cuentan con la aprobación de SENAGUA para la extracción de este recurso.

Imagen 8: Piscinas de Aguas Termales



Fuente: autores

Entorno cultural

Entre los aspectos culturales que sobresalen encontramos las festividades como lo son: parroquiales y las fiestas religiosas; la gastronomía y las tradiciones de sus pobladores.

Las fiestas parroquiales en el recinto Aguas Calientes son celebradas el día 9 de octubre de cada año, sin embargo se extienden hasta el día 12 del mismo mes, en estas fiestas no se realizan desfiles tradicionales por parte de los centros educativos; sin embargo resaltan la celebración con comidas típicas del lugar, presentaciones de artistas y juegos pirotécnicos.

- **Fiestas Religiosas**

Fiesta Patronal de Jesús María; los barrios que conforman la parroquia realizan actos religiosos, esta festividad es realizada durante los primeros días de Junio. Esta celebración se realiza en honor a San Antonio de Padua, quien fue un santo de Lisboa, que se hizo famoso por la calidad de sus sermones y es venerado no solo en Ecuador, sino también en otras partes de Latinoamérica como es en Argentina y en Chile.

- **Gastronomía**

La gastronomía es una fuente de ingreso para los pobladores de este recinto, sobre todo para los que están ubicados en los costados de las vías de acceso, así como también los vendedores que se encuentran en los alrededores y dentro de los balnearios de aguas calientes, ofrecen platos típicos de la costa como lo son el maduro con queso, empanas de harina, corviche y platos fuerte como lo son el arroz con menestra, seco de pollo y seco de pato.

Al ser Naranjal un cantón que colinda con la sierra, se aprecia que su gastronomía es influenciada por esta región, es así como encontramos entre los platos principales la fritada, el hornado así como platos populares y de gran aceptación entre los turistas

que visitan este lugar, la comida presenta precios accesibles que van desde los \$ 0,50 centavos hasta \$ 3 dólares.

Imagen 9: Plato típico del Recinto Aguas Calientes



Fuente: Unirecetas

- **Tradiciones**

Una tradición bastante popular es la procesión que se realiza desde Puerto Inca hasta la Iglesia de San Antonio de Padua, para culminar en la ceremonia de Vía crucis, este acto en el que se efectúan oraciones y se entonan cantos por parte de los feligreses, es realizado con motivo del viernes Santo, celebración conmemorada por la iglesia católica.

1.2. Metodología

1.2.1. Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica, se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes.

Por tal motivo se realizará la investigación bibliográfica sobre la Parroquia Jesús María específicamente sobre el Recinto Aguas Calientes a través de información proporcionada por documentos oficiales, libros, revistas y folletos facilitados por el Muy Ilustre Municipio de Naranjal y la Prefectura del Guayas. También información recabada por diversas páginas web, con el fin de analizar los datos que existen acerca del destino para establecer las debidas conclusiones, análisis y finalmente la presentación de información verídica. (Santa Palella, 2 003)

1.2.2. Investigación de campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes.

Además la investigación de campo, al igual que la documental, se puede realizar a nivel exploratorio, descriptivo y explicativo. (Arias, 1 999)

Por tal motivo la presente tesis se enfocará en los siguientes modelos:

Investigación Descriptiva

Nos permitirá obtener conocimiento de la realidad de nuestro destino como lo son las aguas termales de Jesús María ubicadas en el recinto de Aguas Calientes, así mismo se podrá ir hasta el lugar y palpar la situación, tener conocimiento acerca de donde provienen las aguas termales, también como hacen los complejos para mantener, extraer y manejar este recurso natural, observar cómo vive esta población y a qué se dedican para el crecimiento económico en este recinto y ver como se convierte el turismo en una de las principales fuentes para su crecimiento económico.

De acuerdo al concepto de que: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (Arias, 1 999)

Investigación Explicativa

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

Por lo tanto se busca establecer mediante este modelo de investigación cuales son las razones de la poca inversión turística en este balneario, por qué los propietarios no han aportado capital a pesar de ser un lugar bastante frecuentado por los turistas, cuáles son las causas del descuido, etc.

De esta manera y a través de un estudio profundo crear las posibles soluciones para reestructurarlo físicamente y así beneficiar no solo a los propietarios, sino también a los turistas y a los pobladores, a través del efecto dinamizador del turismo. (Arias,1999)

Entrevista

La técnica de investigación será la entrevista, dado que los datos que se necesitan recabar son especializados, la misma que está dirigida a la administradora del balneario Urbano Valeas, de esta manera se puede conseguir información veraz y oportuna sobre las ventajas y falencias que presentan el balneario en la actualidad, a nivel de infraestructura, promoción y administración, temas que se consideran prioritarios en el desarrollo de este estudio, y que facilitarán el desarrollo del Plan de Reestructuración.

12.3.3 Encuesta

Utilizaremos el estudio de la encuesta como una principal herramienta para recopilar datos importantes, por medio de un cuestionario previamente diseñado sobre el tema a investigar sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación.

La información que obtendremos realizando un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, los investigadores deben seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

Conclusión

Es importante conocer las características geográficas, climáticas, culturales, del lugar en el que se va a desarrollar el presente trabajo, ya que esta información es utilizada como base para proceder a realizar las siguientes etapas de este proyecto.

CAPÍTULO II

Análisis Externo e Interno

Introducción

En este capítulo se realizara un análisis de las diferentes normativas para los establecimientos de aguas termales. Además se efectúa un estudio del turismo dentro de la economía nacional y a nivel cantonal (Naranjal).

Así como también se analiza el comportamiento de la demanda turística nacional.

Mediante el FODA y el análisis Porter se establecen las principales diferencias entre nuestro balneario y la competencia.

2.1. Análisis Político- Legal, Económico, Social, Ecológico

2.1.1 Análisis Político - Legal

2.1.1.1 Normativas

Los balnearios de aguas termales son regulados por el Sistema Nacional del Agua, a través de la Ley de Recursos Hídricos, usos y aprovechamiento del agua.

Según lo expresa esta ley en:

TÍTULO II - RECURSOS HÍDRICOS

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN, INFRAESTRUCTURA Y CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS

Artículo 14.- Cambio de uso del suelo. El Estado regulará las actividades que puedan afectar la cantidad y calidad del agua, el equilibrio de los ecosistemas en las áreas de protección hídrica que abastecen los sistemas de agua para consumo humano y riego; con base en estudios de impacto ambiental que aseguren la mínima afectación y la restauración de los mencionados ecosistemas.

CAPÍTULO VII

OBLIGACIONES DEL ESTADO PARA EL DERECHO HUMANO AL AGUA

Sección Primera De las Obligaciones y la Progresividad

Artículo 85.- Progresividad y universalidad. El Estado y sus instituciones no podrán adoptar políticas o medidas de carácter regresivo que supongan una restricción o empeoramiento significativo de las formas y condiciones de acceso al agua o signifiquen una limitación arbitraria en el ejercicio del derecho humano al agua.

En razón de su carácter universal, el Estado promoverá estrategias regionales conjuntas para la conservación del agua, en el marco de los convenios internacionales de los cuales el Estado es parte.

Sección Segunda De los Usos del Agua

Artículo 86.- Agua y su prelación. De conformidad con la disposición constitucional, el orden de prelación entre los diferentes destinos o funciones del agua es:

- a) Consumo humano;
- b) Riego que garantice la soberanía alimentaria;
- c) Caudal ecológico; y,
- d) Actividades productivas.

Artículo 87.- Tipos y plazos de autorizaciones. El otorgamiento, suspensión o cancelación de las autorizaciones es competencia de la Autoridad Única del Agua.

Las autorizaciones según la naturaleza de su destino se clasifican en:

1. Autorizaciones para uso de agua. Es el acto administrativo expedido por la Autoridad Única del Agua por medio del cual atiende favorablemente una solicitud presentada por personas naturales o jurídicas, para el uso de un caudal del agua, destinado al consumo humano o riego que garantice la soberanía alimentaria, incluyendo también el abrevadero de animales y actividades de producción acuícola en la forma y condiciones previstas en esta Ley.

2. Autorizaciones para el aprovechamiento productivo del agua. Es el acto administrativo expedido por la Autoridad única del Agua, por medio del cual atiende favorablemente una solicitud presentada por personas naturales o jurídicas para el aprovechamiento productivo de un caudal de agua destinada a cualquiera de los aprovechamientos económicos en la forma y condiciones previstas en esta Ley.

Sección Tercera Condiciones de Autorización para Aprovechamiento

Artículo 93.- Definición. El aprovechamiento productivo del agua lo constituyen actividades como riego para economía popular y solidaria, agro industria, producción agropecuaria o producción acuícola de exportación u otras actividades productivas como turismo, generación de hidroelectricidad, producción industrial; explotación minera y de refinación de minerales; hidrocarburos, envasado y comercialización de aguas minerales, medicinales, tratadas, enriquecidas o que tengan procesos

certificados de purificación y calidad; y, otras actividades productivas que impliquen el aprovechamiento del agua

Además cita que la autorización para el aprovechamiento del agua en actividades productivas confiere al titular de ésta de manera exclusiva, la capacidad para la captación, tratamiento, conducción y utilización del caudal a que se refiera la autorización. El titular deberá instalar a su cargo los aparatos de medición del flujo de agua en los términos que defina la Autoridad Única del Agua.

Sección Sexta Aprovechamiento Turístico y Termal

Artículo 115.- Aprovechamiento turístico del agua. El agua utilizada en actividades turísticas recreacionales permanentes, deberá contar con la autorización de aprovechamiento productivo otorgado por la Autoridad Única del Agua, de conformidad con los requisitos, condiciones y procedimientos establecidos en esta Ley y su Reglamento. Al efecto, la Autoridad Única del Agua coordinará con la Autoridad Nacional de Turismo.

Artículo 116.- Aguas termales. Las aguas termales podrán ser aprovechadas productivamente por personas naturales, jurídicas, públicas, privadas, mixtas o de la economía popular y solidaria; comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Las solicitudes que presenten las entidades comunitarias o de la economía popular y solidaria, titulares de derechos colectivos, para aprovechamiento del agua en sus territorios o tierras comunitarias, tendrán derecho preferente en el otorgamiento de nuevas autorizaciones.

La Autoridad Ambiental Nacional ejercerá el control de vertidos en coordinación con la Autoridad Única del Agua y los Gobiernos Autónomos Descentralizados acreditados en el sistema único de manejo ambiental.

2.1.1. 2. Autorizaciones para el uso y aprovechamiento del agua

Las personas interesadas en obtener concesiones de agua deben presentar los requisitos detallados a continuación y de acuerdo a los artículos correspondientes que se mencionan en la Ley de Aguas, sin embargo estos trámites no aseguran que la concesión será otorgada, pues existen casos en que surge oposición y la resolución se dará en base a una calificación de la debida audiencia de conciliación.

2.1.1.2.1. Requisitos:

1. Solicitud de acuerdo con los Art. 14, 85, 86 y 87 de la Ley de Aguas (Concesión)
2. Escritura Pública del Inmueble (Primera Copia) o Documento Legal que justifique la tenencia de la Tierra (Escritura de Compra Venta, Promesa de Venta, Declaración,

Certificado de Residencia emitido por la Tenencia Política o Certificado de la Subsecretaría de Tierras)

3. Copia a color de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del solicitante, dirección de domicilio y número telefónico convencional

4. Pago por tarifa de servicios de \$ 8.00 (ocho dólares) en la cuenta del Banco de Fomento N°001025436, a nombre de la SENAGUA (original del comprobante de pago del BNF y 4 copias adicionales), a excepción de la minería artesanal que no paga tarifa alguna.

5. Si en la concesión también solicitan servidumbre: Nombres completos y domicilio de los dueños de los predios sirvientes, para las correspondientes citaciones

6. En caso de concesión de aguas de pozo adjuntar:

- ✓ Autorización de perforación de pozo y su respectivo pago
- ✓ Informe técnico con firma de responsabilidad referente al pozo perforado con la respectiva firma de responsabilidad

7. En caso de ser Persona Jurídica y/0 pertenece a un Directorio de Aguas:

- ✓ Presentar nombramiento (actualizado y certificado) del Representante Legal
- ✓ Escritura de Constitución de la Empresa (Primera Copia) "Solamente para personas Jurídicas"

✓

2.1.1.2.2 Procedimiento:

1. El usuario deberá presentar su solicitud y requisitos
2. Ingreso y verificación de la información presentada (Unidad Administrativa)
3. Calificar, disponer las publicaciones en la prensa y la fijación de carteles y emite citaciones (Asesor Jurídico)
4. Si EXISTE oposición: Audiencia de Conciliación

Si EXISTE ACUERDO entre las partes: Asignación de Perito

No EXISTE ACUERDO entre las partes: Causa - prueba, notifica mediante Auto Providencia; Calificación de la Audiencia de Conciliación

5. No EXISTE oposición:

- ✓ 1. Asignación de Perito
- ✓ 2. Inspección y emisión del informe técnico
- ✓ 3. Enviar informe técnico
- ✓ 4. Recepción y Análisis del informe técnico y presentación del concesionario
- ✓ 5. Despacho de Auto Providencia
- ✓ 6. Emisión de Resolución de Concesión
- ✓ 7. Resolución de Concesión
- ✓ 8. Fin

2.1.1.2.3 Tiempo Estimado de Entrega:

El trámite tendrá un tiempo de espera de aproximadamente de 90 días laborales (estos tiempos están sujetos a la carga de trámites que posea el Centro Zonal donde se realice el trámite).

Una vez que la sentencia esté ejecutoriada por el Ministerio de Ley se dará por finalizado dicho trámite, sin embargo se debe tomar en consideración que dentro del término de 10 (diez) días de notificadas las partes con la resolución de primera instancia se podrá interponer los recursos de apelación o el de nulidad. Por lo tanto si en Naranjal o en cualquier parte del Ecuador se deseara aprovechar aguas termales, la Ley del Agua es específica en declarar que el impacto que esta actividad genere debe ser mínimo, además tienen preferencia para obtener concesiones las comunidades y las personas pertenecientes a la economía popular y solidaria, que deben realizar los procedimientos establecidos en esta ley y sus reglamentos, sin embargo estos trámites no son garantía de que se obtendrá la concesión, como ya se mencionó antes, si existe desacuerdo en el territorio o con la comunidad, se asignará peritos quienes tras las debidas audiencias darán el veredicto que puede resultar a favor o en contra del solicitante.

2.1.2 Análisis económico

2.1.2.1. Análisis Nacional

A través de los años la economía ecuatoriana ha desarrollado en mayor medida el sector primario llegando a ser proveedora de materias primas en el mercado internacional, teniendo como resultado un bajo nivel en el sector industrial lo que conlleva a convertirse en importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado.

Razón por la cual en los últimos años se ha iniciado un proceso de cambio del patrón de la matriz productiva que le permita al Ecuador generar mayor valor agregado a su producción. Para ello se han priorizados 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas:

Tabla 1: Sectores productivos

Sector	Industria
Bienes	1) Alimentos frescos y procesados
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	3) Confecciones y calzado
	4) Energías renovables
	5) Industria farmacéutica
	6) Metalmecánica
	7) Petroquímica
	8) Productos forestales de madera
Servicios Ambientales	9) Servicios ambientales
	10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
	11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	12) Construcción
	13) Transporte y logística
	14) Turismo

Fuente: Plan del Buen Vivir 2013-2017

Tabla 2: Industrias Estratégicas

	Posibles bienes o servicios	Proyectos
1) Refinería	Metano, butano, propano, gasolina, queroseno, gasoil	Proyecto refinería del pacifico
2) Astillero	Construcción y reparación de bancos, servicios asociados	Proyecto de implementación de astillero en Posorja
3) Petroquímica	Urea, pesticidas, herbicidas, fertilizantes foliares, plásticos, fibras sintéticas, resinas	Estudios para la producción de urea y fertilizantes nitrogenados Planta bioquímica Básica
4) Metalurgia (cobre)	Cables eléctricos, tubos, laminación	Sistema para la automatización de actividades de catastro seguimiento y control minero, seguimiento control y fiscalización de labores a gran escala
5) Siderúrgica	Planos, largos	Mapeo geológico a nivel nacional a escala 1:100.000 y 1:50.000 para las zonas de mayor potencial geológico minero.

Fuentes: Plan del Buen Vivir 2013 -2017

Como se observa en el cuadro en el numeral 14 el sector turístico está considerado como una industria prioritaria, lo que implica esfuerzos actuales del gobierno por desarrollar este sector y lograr que se convierta en la primera actividad que genere ingresos no petroleros al país.

De acuerdo a la planificación estratégica en el Plan Nacional Buen Vivir 2013-2017 en el Objetivo 10. 3 se busca “Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional” mediante:

✓ Objetivo 10.3 literal a

Fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo.

✓ Objetivo 10.3 literal g

Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

✓ Objetivo 10.3 literal h

Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

2.1.2.1.2. Agenda zonal cinco

Para alcanzar estos objetivos a través de la SENPLADES se están organizando proyectos a nivel Zonal. Dentro de esta división el cantón Naranjal se encuentra en la zona número cinco y los proyectos que corresponden a esta área son:

- 1) Rehabilitación de 50 km de vía y obra de hormigón rígido en la Vía Panamericana, tramo Río Siete - Ponce Enríquez. Ubicada en los cantones Balao y Naranjal, con una inversión de Inversión 16 millones de dólares.
- 2) Rehabilitación y mantenimiento de la carretera Naranjal - Río Siete.

Estas obras generan un efecto positivo permitiendo que aumente la tasa de empleo, Además estas rehabilitaciones en las carreteras favorecen el desarrollo del turismo, lo cual no solo beneficia a las personas implicadas en esta industria, sino incluso a toda la población debido al impacto dinamizador de las actividades turísticas.

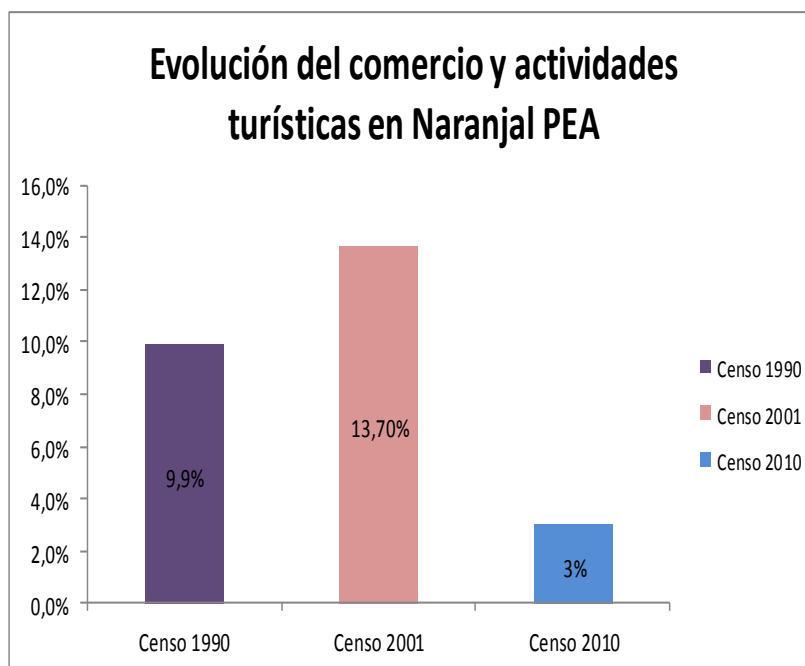
2.1.2.1.2. Análisis cantonal

Para realizar un análisis se abarcará a todo el cantón Naranjal, enfocándose en este caso en el nivel de desarrollo de la rama de actividad alojamiento y servicios de comida, información proporcionada por las estadísticas de los censos de los años 1990 – 2001 - 2010 del INEC. Es así que se obtiene la siguiente información:

- ❖ En el censo del año 1990 la población dedicada a actividades de Comercio, incluyendo a los propietarios de hoteles y restaurantes era de 1. 204 lo que constituía el 9.9% de la PEA de este cantón.
- ❖ Para el año 2001, el número de personas ascendió a 2.411 lo que se refleja en el 13.7% de la PEA.
- ❖ A partir del censo del 2010, se hace la división exclusivamente al área de alojamiento y servicios de comida, pues en los anteriores censos (1990 y 2001) estos servicios turísticos eran considerados dentro de actividades de Comercio. Es así que refiriéndose específicamente a esta categoría

encontramos que esta actividad es realizada por 752 personas que representa el 3% de la PEA.

Gráfico 1: Evolución del comercio



Fuentes: Plan Buen Vivir 2013 -2017

Como se observa en el gráfico, en el año 2010 se presenta una visible disminución, esto no significa que el turismo descendió, sino que se debe a la separación de la categoría alojamiento y servicios de comida de lo que constituyen actividades comerciales. Esta información se justifica con el crecimiento turístico del cantón Naranjal en la última década, el mismo que se evidencia en la creación y reestructuración de balnearios, complejos, así como también de mejoras en atractivos turísticos tales como malecón e iglesias.

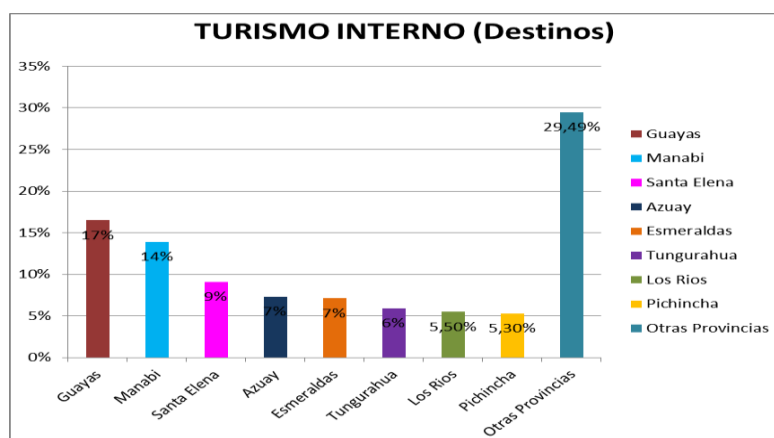
2.1.3 Análisis social

Dado que al Complejo de aguas termales Jesús María llegan visitantes nacionales, se analizará el comportamiento de la demanda habitual, así como también gustos y preferencias del turista doméstico en nuestro país, lo que permitirá conocer las tendencias de los visitantes en el ámbito social.

Según información de la encuesta de turismo interno (Julio 2012-Julio 2013) que fue realizada por el Mintur, las personas nacionales que realizan turismo en Ecuador alcanzan los 9 858 472 millones de personas, de esta cantidad alrededor del 64% son considerados turistas y 36% son excursionistas.

Es importante conocer cuáles son los destinos preferidos por los turistas nacionales es así que, de acuerdo al estudio La Experiencia Turística del Ecuador realizado por el Ministerio De Turismo en el 2011, la distribución del turismo interno se concentra principalmente en las provincias de la costa.

Gráfico 2: Distribución Turismo Interno



Fuentes: La Experiencia Turística del Ecuador, Mintur 2011

En el gráfico 2 se presenta cuáles son las provincias que más turistas recibieron en el año 2011, empezando con Guayas que cuenta con un (16,50%) del total de visitantes, Manabí (13,90%), Santa Elena (9.10%), Azuay (7.30%) Esmeraldas (7,10%), Tungurahua (5,90%), Los Ríos (5.50%) Pichincha (5,30%).

Para establecer las preferencias de actividades turísticas realizadas por los visitantes, la encuesta de turismo interno (Julio 2 012-Julio 2 013) extrajo una muestra de 2 666 315 turistas nacionales. Las principales actividades realizadas en los momentos de ocio se detallan a continuación:

Tabla 3: Preferencias actividades turísticas

Actividad	Visitantes	Porcentaje
Diversión	1.214.990	45.6%
Visitar naturaleza o áreas protegidas	695.169	26.1%
Practicar deportes	326.317	12%
Gastronomía	170.882	6.4%
Observar flora y fauna	79.232	3%
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2.9%
Realizar compras	52.381	2%
Visita a comunidades	4.473	0.2%
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0.1%
Otros	44.137	1.7%
Total	2.666.315	100%

Fuente: Plandetur 2020

Los atractivos turísticos nacionales preferidos por los ecuatorianos al momento de decidir visitar algún sitio, se encuentran especificados en la siguiente tabla.

Tabla 4: Preferencias atractivos turísticos

Atractivo visitado	Total de visitantes	Porcentaje
Sitios naturales	786.718	29,5%
Playas	775.756	29,1%
Balnearios termales	404.860	15,2%
Sitios de diversión	221.414	8,3%
Sitios de comida	144.161	5,4%
Fiestas y mercados	102.281	3,8%
Fiestas religiosas	65.396	2,5%
Otros	56.460	2,1%
Parque nacional	40.147	1,5%
Museos	34.267	1,3%
Zonas históricas	26.988	1%
Sitios arqueológicos	7.867	0,3%
Total	2.666.315	100%

Fuentes: Plandetur 2020

Según los dos últimos gráficos los turistas nacionales se sienten inclinados por realizar actividades divertidas y visitar sitios que involucren estar en contacto con áreas naturales.

Además la Provincia que frecuentemente es visitada por la demanda nacional es Guayas. Lo que supone una ventaja para los atractivos turísticos naturales que posee esta zona, como es el caso del Balneario Jesús María, puesto que claramente forma parte de la oferta para satisfacer los gustos y preferencias de los turistas internos.

2.1.3.1 Demografía

Cabe resaltar que en la parroquia Jesús María se aprecia que la población es mayoritariamente joven adulta pues, este grupo conforma el 81% de personas en este sector. Esta Información es obtenida a través del INEC mediante el censo del 2 010 y se lo puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 5: Edad población de la parroquia Jesús María

Edad	Porcentaje de la población	habitantes
0 -20 años	45%	2.892
20 -35 años	36%	2.314
35 – en adelante	19%	1.221
Total Población		6.427

Fuentes: INEC, Censo 2 010

Mediante el censo del INEC podemos determinar que esta parroquia presenta ciertas ventajas:

-Población joven lo que se constituye en una fortaleza para esta zona, pues evidentemente cuenta con potencial de trabajadores.

-La población joven adulta es una cantidad considerable respecto a la totalidad de los habitantes, cabe resaltar que el 52.2% de los pobladores pertenecen a la PEA.

2.1.3.2. Educación

En parroquias rurales las personas suelen tener poco acceso a la educación, tal como es el caso de Jesús María, en donde los niveles de instrucción son bajos. Es así que encontramos que la mitad de los pobladores han finalizado la educación primaria, sin embargo no todos avanzan hacia la secundaria, pues de este porcentaje solo el 24% llega a culminar el bachillerato. Al referirse a estudios universitarios solo el 3.1% logra acceder a ellos y culminarlos.

Una de las causas de este problema de deserción finalizada la educación básica, es la carencia de establecimientos que impartan el bachillerato. Según el Ministerio de Educación en esta parroquia se registran 13 instituciones de nivel básico, no obstante, no existe colegio, si los jóvenes desean acceder a este grado de educación deben acudir a la parroquia Santa Rosa De Flandes o a la cabecera cantonal. En cuanto a Educación superior solo existe una sede de la Universidad Agraria.

En consecuencia es esta área donde radica el problema de esta parroquia, la falta de los establecimientos anteriormente mencionados es el principal motivo de abandono de la educación lo que deriva en la carencia de profesionales.

Por esta razón los pobladores jóvenes en su mayoría deben dedicarse a actividades agrícolas, si bien es cierto este sector primario promueve la economía de Jesús María, especializarse en otras áreas de producción beneficiaría a los locales, de esta manera podrían emprender sus propios negocios pertenecientes a otros tipos de industrias.

2.1.4 Análisis ecológico

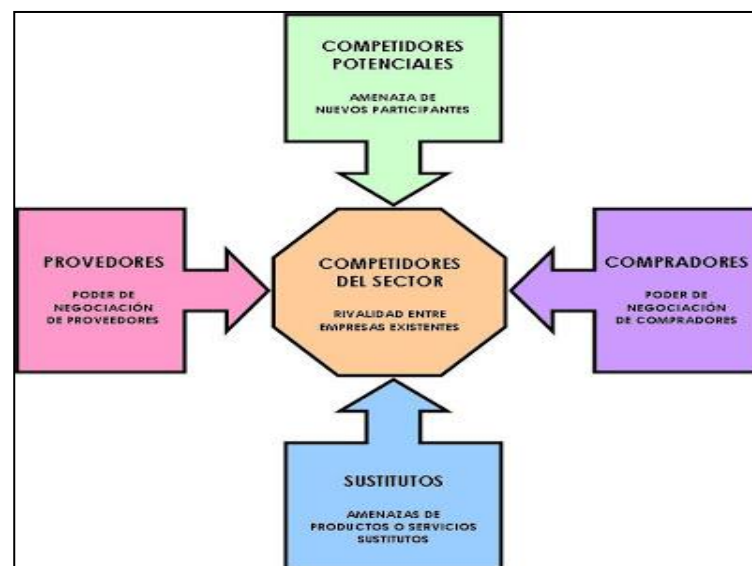
Dado que Aguas Calientes es una parroquia rural, su paisaje no ha sido alterado en su totalidad por la mano del hombre, esto se hace visible en que:

- ❖ Gran parte de las tierras se dedica a la producción agrícola.
- ❖ El 60% de los suelos están cubiertos por vegetación, lo cual contribuye a que no exista un alto nivel de contaminación.
- ❖ En otros sectores económicos como la ganadería y la pesca, sus actividades se realizan de manera artesanal, lo cual no perjudica a los recursos naturales del sector.
- ❖ Al realizar el estudio del balneario Jesús María y el sentido de Responsabilidad Social de sus propietarios encontramos:
 - ✓ El tratamiento de las aguas utilizadas en las piscinas son desechadas al río, dado que estas aguas no contienen ningún tipo de químico no afecta al riachuelo que atraviesa al poblado.
 - ✓ Lo que sí se evidencia es el alto grado de contaminación acústica, pues según la OMS, 55 decibeles es el nivel de ruido que el oído humano puede

tolerar sin alterar su salud. No obstante el sonido que se genera por parte de los animadores de los diferentes complejos supera este nivel, lo cual afecta no solo a los visitantes, sino que tiene un mayor impacto en los habitantes de esta localidad.

2.2. Análisis 5 fuerzas de Porter

Imagen 10: Análisis de las fuerzas de Porter



Fuente: Marketing and Business

La competencia por las utilidades va más allá de los rivales establecidos de un sector e incluye a cuatro otras fuerzas competitivas: los clientes, los proveedores, los posibles entrantes y los productos sustitutos. La rivalidad extendida, que se genera como consecuencia de las cinco fuerzas, define estructura de un sector y da forma a la naturaleza de la interacción competitiva dentro de un sector. (Porter, 2008)

Las cinco fuerzas de Porter es una herramienta que permite comprender cuales son los factores que determinan la rentabilidad y el nivel de competencia de cualquier industria. Así como también elaborar una posición que sea más rentable y menos vulnerable a los ataques.

2.2.1 Competidores potenciales

Según el análisis legal de la presente tesis, dentro del segmento balnearios de aguas termales en el Cantón Naranjal, las barreras de entrada que se encuentran son principalmente de la parte reglamentaria, pues si inversionistas desean abrir y competir en esta industria, resulta un poco complicado, sobre todo por la oposición que puedan mostrar los pobladores, si ese fuera el caso difícilmente se otorgará la concesión necesaria para poder construir y operar un balneario o complejo.

En consecuencia es posible determinar que la entrada de competidores potenciales es baja.

2.2.2. Proveedores

Las empresas dependen de una amplia gama de distintos grupos de proveedores para adquirir insumos. Un grupo de proveedores es poderoso si está más concentrado que el sector al cual le vende. (Porter, 2 008).

En cuanto a proveedores los únicos insumos que se utilizan para el mantenimiento del balneario son básicos, por tal motivo no se necesita de un proveedor especializado. Los mismos se los puede conseguir fácilmente en establecimientos ubicados en la Provincia del Guayas. Por consiguiente la capacidad de negociación de los proveedores es nula.

2.2.3. Sustitutos

Determinado por aquellos lugares que permiten a los diversos visitantes disfrutar de actividades recreativas tales como:

- ❖ Las duchas de aguas calientes y frías, ubicadas cerca a los complejos, que prestan sus servicios a precio más económicos.
- ❖ La Laguna de agua fría que está situada a la entrada del recinto Aguas Calientes, es un recorrido obligatorio tanto para pobladores como visitantes. Como se encuentra al aire libre, los turistas se sienten atraídos a este sitio.

De manera que la amenaza de servicios sustitutos es media, debido a que sí hay presencia de otras ofertas, pero no son numerosas.

2.2.4. Compradores

Los compradores son poderosos si tienen poder de negociación en relación con los participantes del sector, especialmente si son sensibles a los precios, y usan su poder principalmente para presionar para lograr reducciones de precios. (Porter, 2 008)

Referente a los consumidores, el complejo recibe a la semana aproximadamente 1 100 visitantes, información que fue otorgada por la administradora del balneario, además de toda la oferta relacionada a aguas termales, el balneario es el más demandado del sector. Estos datos nos indican que el poder de los compradores es bajo, puesto que en este caso, el que determina el precio es el complejo.

2.2.5. Rivalidad entre competidores

Relacionado a los establecimientos que compiten directamente con el Balneario de aguas termales Jesús maría, ofreciendo similares servicios.

Es posible determinar que la principal rivalidad sería con los Complejos El Rey y El Paraíso, el primero porque es similar en tamaño y recientemente mejoró su infraestructura, el segundo balneario posee atractivos toboganes los cuales llaman la atención al momento de llegar al recinto.

Es así que se concluye que la rivalidad entre competidores es media, si bien existen algunos balnearios, nuestros competidores son solo dos de ellos, puesto que los otros establecimientos no representan una gran amenaza.

2.3 Análisis de la competencia

Los principales balnearios que constituyen la competencia son:

-Balneario El Paraíso,

-Balneario El Rey

-Centro turístico Amistad Latina

El análisis de las características físicas y de servicios se desarrollará ampliamente en el capítulo 4, sección infraestructura y servicios actuales.

2.4 FODA

2.3.1. Fortaleza

La fortaleza radica en los siguientes aspectos:

- ❖ Ubicación;
- ❖ Calidad y temperatura del agua;
- ❖ Espacio físico

El Balneario Jesús María está ubicado estratégicamente, pues al situarse sobre la elevación geográfica en cuyas profundidades se encuentran los pozos de aguas termales, la extracción no tiene que pasar por extensos metros de tuberías (lo que ocasiona que la temperatura del agua descienda), sino simplemente sube a la superficie, esto supone un beneficio pues sus aguas conservan mayor cantidad de minerales y nutrientes.

Dentro de su ubicación también es factible señalar que este establecimiento está rodeado de entorno natural, lo que a su vez crea un ambiente propicio para la relajación y el descanso.

A diferencia de los otros balnearios, este sitio posee mayor capacidad para albergar a una cantidad considerable de turistas, si se deseara implementar una nueva estructura, este balneario lo permite, pues cuenta con el terreno suficiente para poder expandirse.

2.3.2. Oportunidades

- ❖ Políticas públicas;
- ❖ Oportunidad de mercado;
- ❖ Bajo nivel de competidores potencial

Políticas públicas, las mismas que facilitan el desarrollo del turismo en el Ecuador, a través de constantes inversiones y apoyo a esta industria.

Oportunidad de mercado, puesto que las tendencias turísticas apuntan directamente a sitios naturales, los cuales son preferidos por la demanda interna en nuestro país.

Bajo nivel de competidores potenciales, a causa de las restricciones políticas que se podrían presentarse en el recinto.

Cabe resaltar, que al referirse físicamente al balneario, otra oportunidad que se encuentra es el grado de aceptación por parte de los turistas, a pesar de las instalaciones que posee en la actualidad, es el sitio más concurrido por los visitantes.

2.3.3. Debilidades

- ❖ Facilidades turísticas;
- ❖ Infraestructura e imagen

Facilidades Turísticas, los principales balnearios que conforman la competencia poseen servicios de restauración y alojamiento, además de toboganes, mientras que el complejo Jesús María carece de las mismas.

Infraestructura e imagen, visibilidad de instalaciones de tuberías a lo largo de las diferentes piscinas, además es evidente la falta de mantenimiento en los vestidores, en las duchas, en las paredes, del sitio en general.

2.3.4 Amenazas

- ❖ Reestructuración balneario de la competencia;
- ❖ Concesiones de SENAGUA a la comunidad

Reestructuración de los balnearios de la competencia, pues al implementar mejoras en sus instalaciones, los turistas fácilmente se sienten atraídos a acudir a estos sitios, en lugar del balneario Jesús María.

Cabe resaltar la amenaza potencial que se podría presentar dentro de pocos años, debido a las concesiones de agua que ha otorgado SENAGUA a las personas de la comunidad, dichos pobladores ofrecen sus limitados y rústicos servicios de duchas de aguas frías y calientes, a precios económicos (\$1.00), lo que si bien es cierto en la

actualidad no capta un considerable número de turistas, dentro de poco tiempo y con ciertas mejoras a nivel de infraestructura (instalaciones), podría presentar un serio problema a todos los balnearios y complejos de Aguas Calientes.

Conclusión

A nivel macro, el turismo es apoyado por el actual Plan Del Buen Vivir, lo que nos permite tener confianza al momento de invertir en este sector. A nivel interno a través del desarrollo de este capítulo y mediante las herramientas de Porter y FODA es posible ratificar que la principal desventaja frente a nuestros competidores es la infraestructura, pues dos de los principales balnearios son fuertes en este aspecto.

CAPÍTULO III

Evaluación de la demanda

Introducción

En este capítulo se realiza un estudio de la demanda, primero partiendo de la segmentación de mercado, para proceder a realizar las respectivas encuestas, de esta manera es posible obtener las características de los turistas, y así mismo conocer cuáles son los servicios que a los clientes les gustaría recibir.

3.1. Características Generales de la Demanda

Demanda turística comprende el número de personas que viajan (demanda real) o desean viajar (demanda potencial) para disfrutar de productos y servicios turísticos, en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual.

Entonces para establecer cuál es la demanda específica que presenta el Balneario de Aguas termales Jesús María es necesario segmentar el mercado, lo que a su vez permite el conocimiento de cuáles son los grupos de individuos que componen nuestra demanda, así como también analizar las necesidades de los mismos para la futura elaboración de estrategias.

3.1.2. Segmentación del Mercado

Los criterios utilizados para la segmentación son:

Criterios Geográficos

Son los que identifican diversos tipos de turistas en función de las diferentes zonas geográficas donde habitan:

Basado en este criterio se encuentra que los turistas que acuden al balneario son habitantes de la Costa principalmente de la ciudad de Guayaquil, y por su puesto Naranjal. Y de la sierra especialmente de la ciudad de Cuenca.

Criterios Demográficos y Socioeconómicos

Utiliza ampliamente las variables: Edad, sexo, nivel de ingresos, ocupación.

Para el presente estudio se considerarán a las variables nivel socioeconómico y familias. Estos criterios son tomados en cuenta, porque a través de la observación de campo, es evidente que la principal demanda del Balneario de Aguas termales Jesús María, está compuesta por familias, las mismas que generalmente están conformadas por los padres e hijos, sin embargo en algunos casos también incluyen a los abuelos.

Además se analizará la parte socioeconómica enfocándose en el tercer estrato (c+) lo que anteriormente se conocía como clase media, que es el nivel de economía predominante en nuestra demanda. Esta clasificación de economías en los hogares, se deriva de una encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2 011 (INEC).

3.2 Tipo de Investigación

Para obtener las características de los diferentes grupos que conforman la demanda es fundamental la investigación de campo o investigación in situ, la misma que permite estar en el lugar donde se encuentra el objeto de estudio. A su vez la información obtenida por parte de los turistas que acuden a este lugar nos proporciona datos exactos, además de un alto grado de confiabilidad y por consecuencia un bajo margen de error.

Por lo que la técnica de recolección de información será: la encuesta.

3.2.1 Fases de la investigación

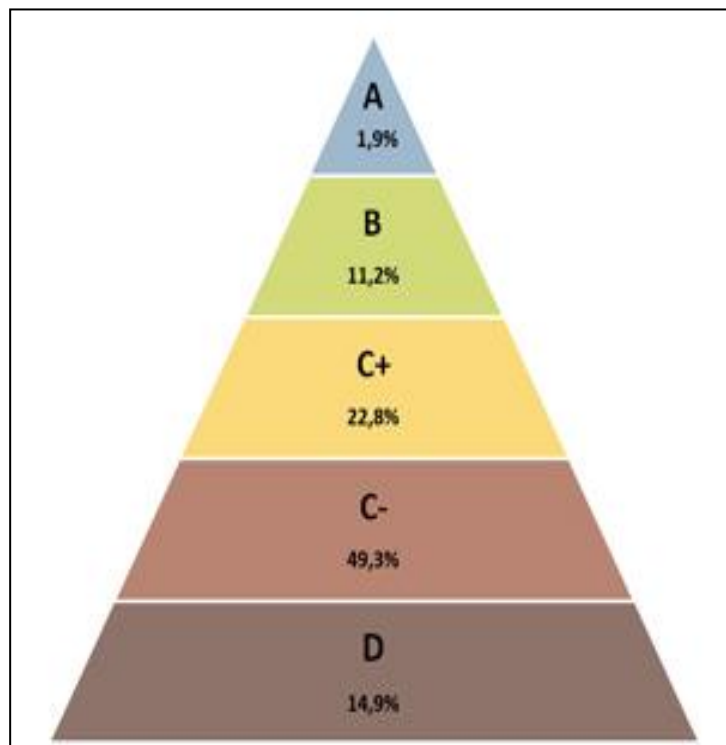
1. Determinar el tamaño muestra en base a la población.
2. Realizar las encuestas en el balneario los fines de semana.
3. Analizar la información proporcionada por las encuestas para establecer conclusiones.
4. Determinación del perfil del turista, percepción de los mismos en cuanto a servicios y grado de satisfacción.

3.2.1. Población y muestra

La población Universo para esta investigación se la realizará basado en los datos de los estratos económicos de las familias, provenientes de las ciudades de Guayaquil, Naranjal y Cuenca. Se seleccionaron estos cantones debido a que según la observación de campo y a la entrevista con el administrador Sr. Urbano Valeas, es de estas ciudades donde se origina la mayor cantidad de demanda.

Según la encuesta de estratificación de nivel Socioeconómico NSE 2011 realizada por el INEC, las familias que pertenecen al estrato C+ es alrededor del 22.8%, como se aprecia en la siguiente figura.

Imagen 11: Estratificación económica



Fuente: INEC, 2 011

Gracias a esta encuesta y mediante el censo de población y vivienda 2010 efectuado por el INEC, es posible determinar la siguiente información sobre población universo.

Tabla 6: Datos población Universo

Ciudad	Habitantes estrato C+
Guayaquil	536.009
Naranjal	15.735
Cuenca	115.273
Población universo	667.017

Fuente: INEC

Previo a la realización de encuestas de mercado y después de haber escogido las ciudades con mayor frecuencia de turistas, se seleccionará el tamaño de muestra adecuado que permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la población existente. El tamaño de muestra, basado en un muestreo aleatorio simple, se determinará por la siguiente ecuación para población finita:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Para lo cual es necesario conocer el significado de las variables de la ecuación, ampliándolas al estudio y parámetros que se desea estimar:

- n= Total de datos de la muestra

- N = Tamaño total de la Población 667.017
- p = Probabilidad de que el evento ocurra (50%)
- q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)
- k = Nivel de confianza (1.96%)
- e = Error de estimación (5%)

Aplicando los datos conocidos a la fórmula indicada, obtenemos como resultado 244 encuestas a realizar.

3.2.2. Recolección de la información

Se realizara un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que es una técnica donde no se conoce la probabilidad de que todos los turistas encuestados sean exactamente de las poblaciones (Guayaquil, Naranjal y Cuenca) tomadas en cuenta, al momento de obtener la muestra.

La información será recopilada utilizando la técnica de la encuesta, la misma que se realizará a los turistas dentro de las instalaciones del balneario y en sus alrededores.

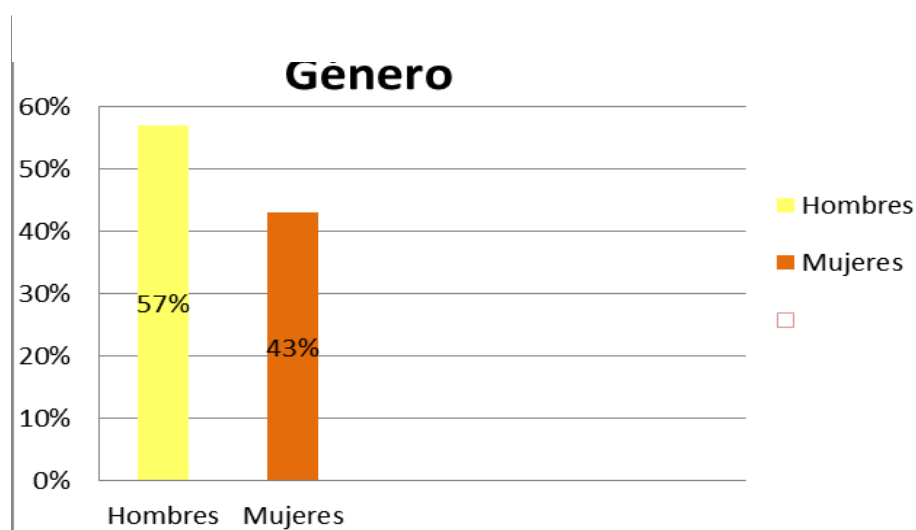
El formato de la encuesta tiene preguntas cerradas en su mayoría. Los datos que se obtengan serán ordenados y separados de tal manera, que puedan estar disponibles para proporcionar la información.

3.2.3. Análisis de los Datos

1. Género

De los 244 turistas encuestados, 138 pertenecen al género masculino, mientras que 106 son mujeres.

Gráfico 3: Género



Fuente: Autores

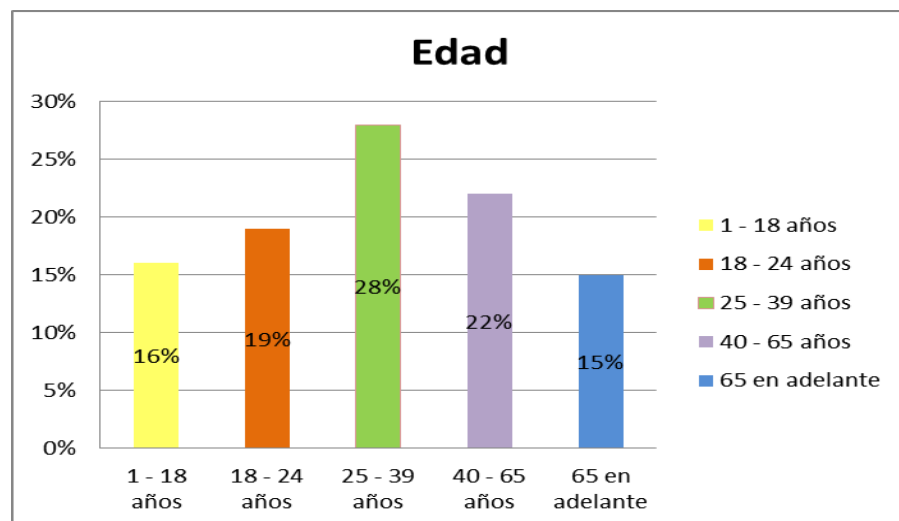
2. Edad

De acuerdo a la edad se encuentra que la mayor cantidad de visitantes son adultos pues los datos reflejan que:

- ❖ 46 personas oscilan entre los 18-24 años;
- ❖ 68 visitantes con edades comprendidas entre 25 a 39;
- ❖ Mientras que el 22% que equivale a 54 personas tienen entre 41 a 64 años.

- ❖ Los turistas de 65 años en adelante están representados con un 15% lo que es igual a 37 personas,
- ❖ Entre tanto los menores de edad comprenden el 16% de la encuesta lo que significa 39 jóvenes.

Gráfico 4: Edad



Fuente:

autores

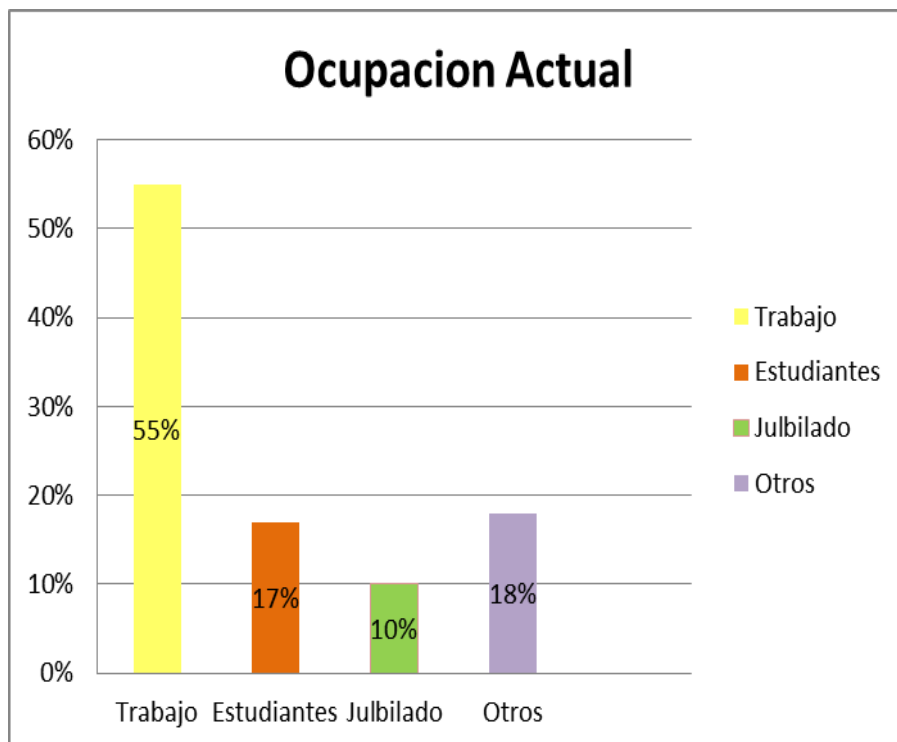
3. Ocupación

La mayoría de los encuestados pertenecen a la población económicamente activa.

- ❖ El 55% (134 turistas) respondieron ser trabajadores;
- ❖ Mientras que el 10% lo que es igual a 24 personas son jubilados.
- ❖ Los estudiantes ocupan el 17% lo que equivale a 42 visitantes y;

- ❖ 44 personas escogieron la opción otros (que involucra principalmente actividades del hogar).

Gráfico 5: Ocupación actual



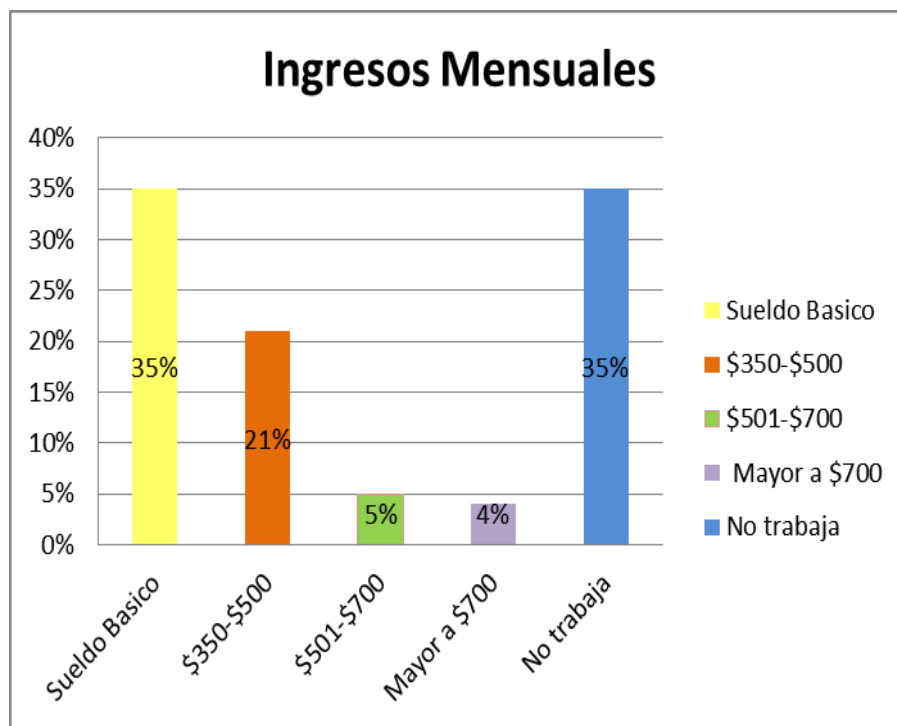
Fuente: autores

4. Nivel de Ingresos

- ❖ Los turistas que mensualmente perciben el sueldo básico son 85;
- ❖ Los que ganan entre \$350 a \$ 500 son 54 visitantes;
- ❖ Apenas 12 personas obtienen un salario mayor a \$500;
- ❖ Honorarios por más de \$700 dólares son recibidos por 8 turistas;

- ❖ La población que actualmente no recibe un sueldo es alrededor de 85 personas.

Gráfico 6: Ingresos Mensuales



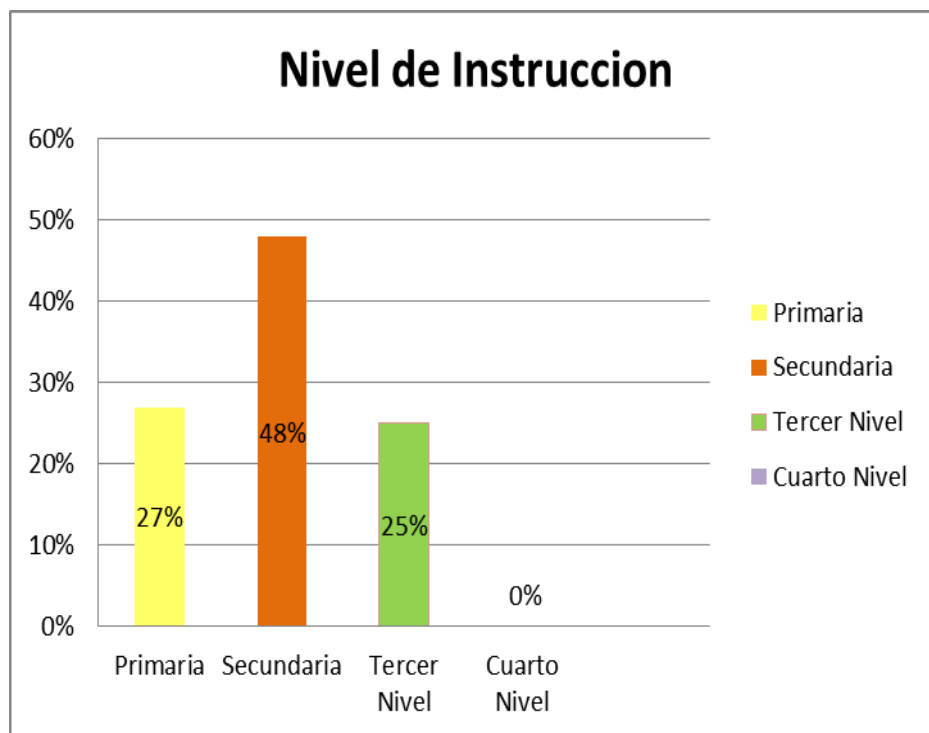
Fuente: autores

5. Nivel de instrucción

- ❖ Los turistas que han alcanzado el grado de instrucción primario son 66 personas.
- ❖ La secundaria fue terminada por 117 de los encuestados
- ❖ Los estudios universitarios han sido realizados por alrededor de 61 visitantes.

- ❖ Personas con título de cuarto nivel no se encontró al momento de hacer la encuesta.

Gráfico 7: Nivel de Instrucción



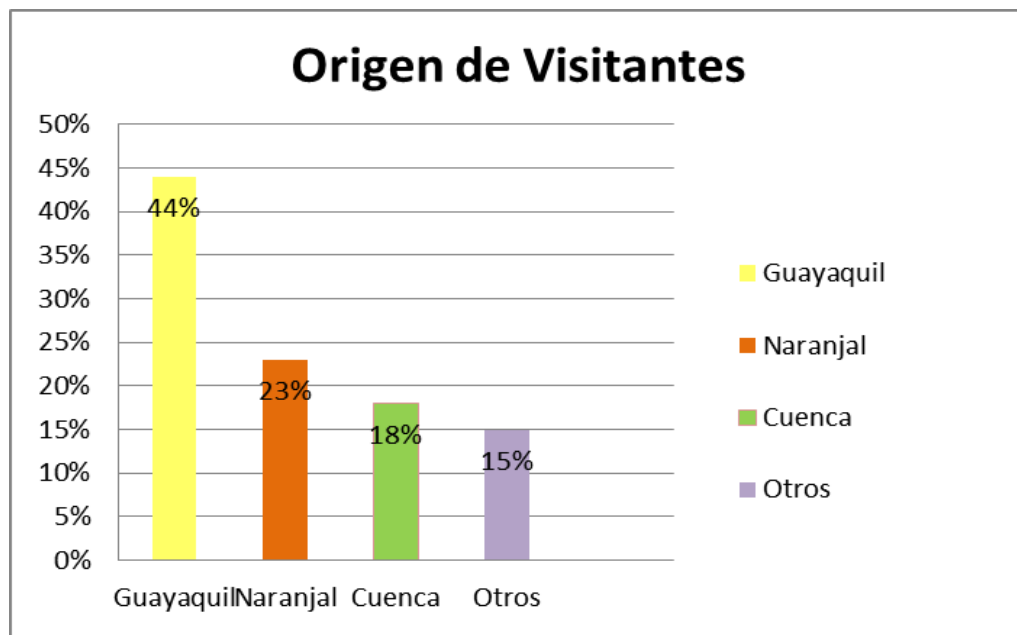
Fuente: Autores

6. Lugar de procedencia

Respecto a esta pregunta destaca Guayaquil, debido a que el 44% de visitantes (107 personas) proceden de esta ciudad, seguidos por los locales quienes componen el 23% de la demanda (56 encuestados), a continuación encontramos a Cuenca representado

con un 18 % lo que es igual a 44 turistas, el porcentaje restante 15% (37) pertenece a otras ciudades.

Gráfico 8: Origen de Visitantes



Fuente: autores

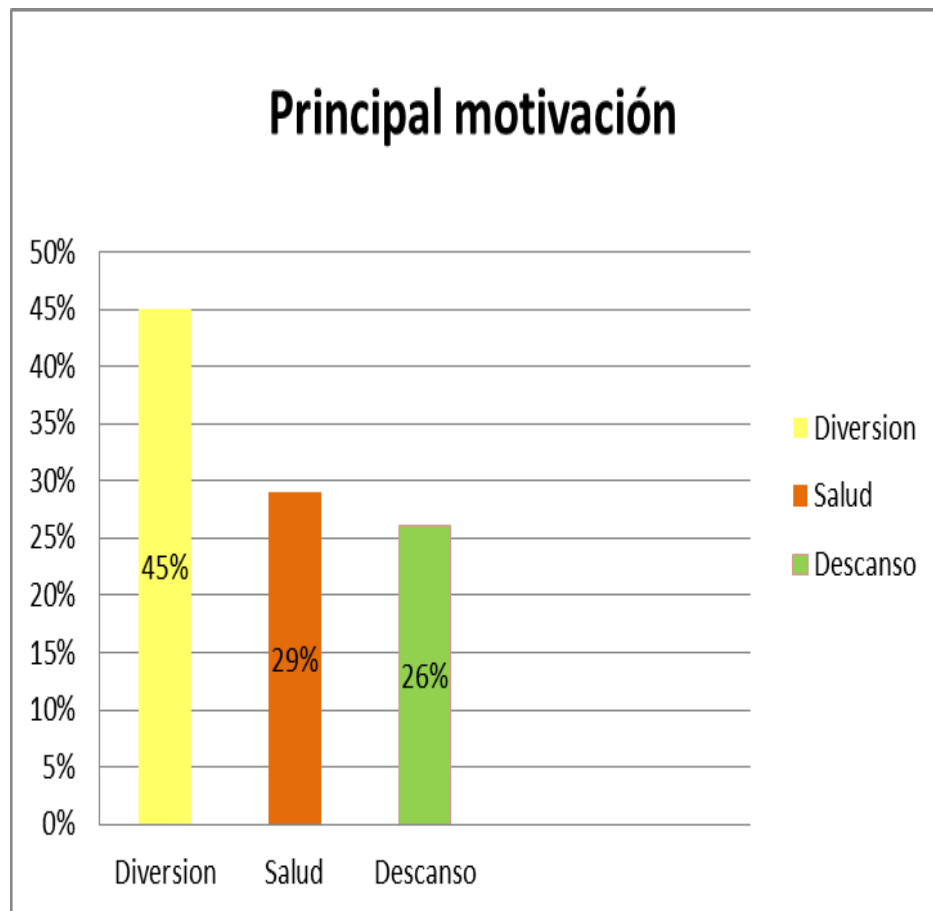
7. Motivo de la visita

Para esta pregunta se presentaron tres opciones:

- ❖ La primera y con el 45% de resultados (110 encuestados) es que la mayor cantidad de turistas acuden al Balneario con el único fin de recrearse y tener un momento de diversión.

- ❖ Sin embargo 71 personas afirmaron visitar el balneario con propósitos netamente curativos, debido a recomendaciones médicas o por iniciativa propia.
- ❖ Alrededor de 63 visitantes acuden con la única finalidad de descansar.

Gráfico 9: Principal Motivación

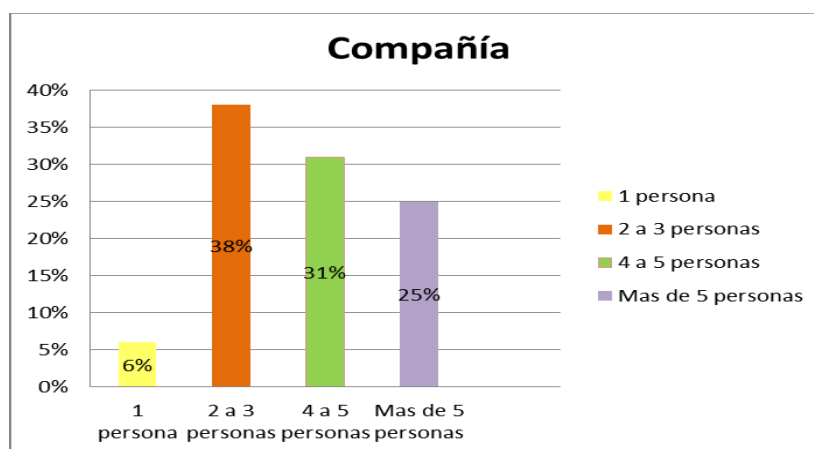


Fuente: autores

8. Número de personas que lo acompañan

- ❖ Lo que respecta a la compañía de los turistas encontramos que 15 turistas acuden con una persona más.
- ❖ El 38% (93 personas) visita el balneario con 2 a 3 personas.
- ❖ Acompañados con 4 a 5 personas alrededor de 75 encuestados.
- ❖ En grupos más grande, o sea, más de 5 compañeros cerca de 61 turistas.

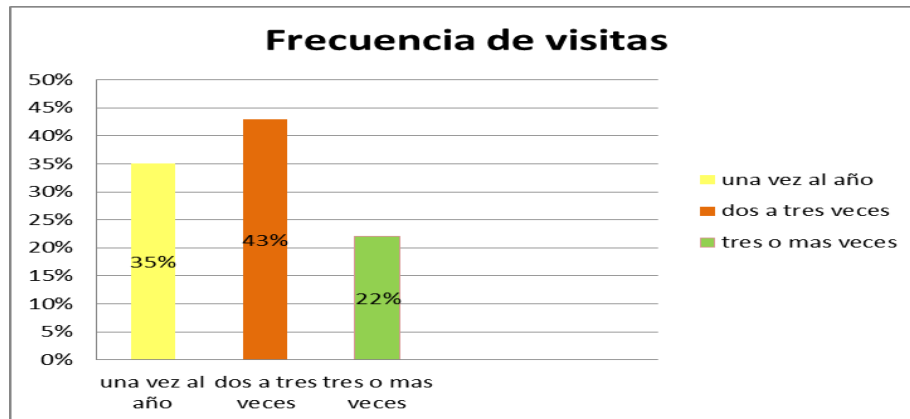
Gráfico 10: Compañía



Fuente: autores

9. Frecuencia de Visitas

Factor determinante para convertir a la demanda existente en asiduos clientes. En esta pregunta tenemos que 85 visitantes declararon haber acudido al balneario una vez al año, mientras quienes afirman visitar este sitio entre dos a tres veces suman 105 turistas, tan solo 54 personas acuden más de tres veces al año.

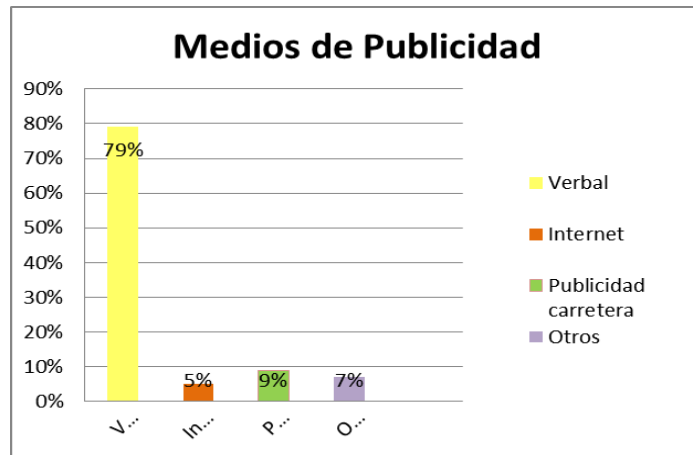
Gráfico 11: Frecuencia de visitas

Fuente: autores

10. Publicidad

Para obtener ideas acerca de cuál es el medio que permite llegar a los consumidores, y así plantear las debidas estrategias se consultó sobre los medios de publicidad.

Obteniendo que 193 personas conozcan del sitio a través de sus amigos o familiares, entre tanto 12 personas por medio de internet, mientras que 22 turistas llegaron al sitio por medio de la publicidad situada en la carretera. Y 17 entrevistados afirmó que conoció del lugar por otras fuentes.

Gráfico 12: Medios de publicidad

Fuente: autores

11. Calificación de los servicios ofrecidos

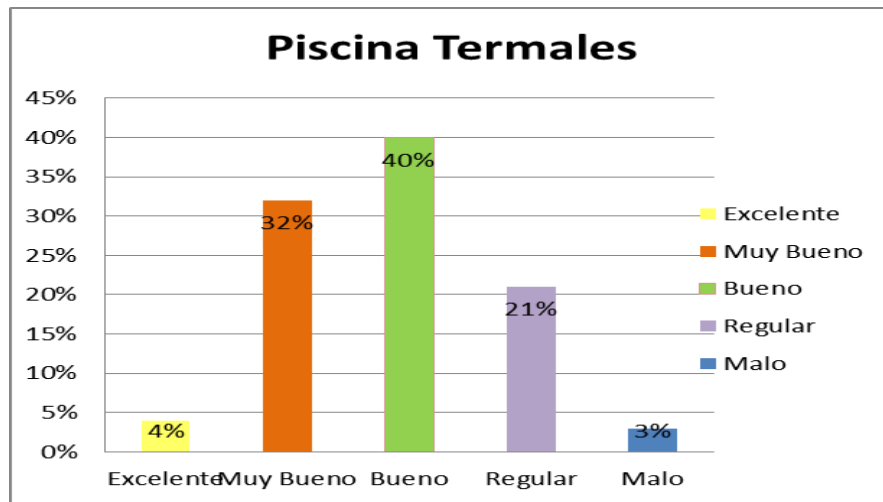
12.

De acuerdo a la calificación de los servicios ofrecidos por el balneario encontramos que los que más insatisfechos tienen a los clientes son las instalaciones de los baños y vestidores; igualmente las duchas (que son las proporcionan el agua fría y el agua caliente de mayor temperatura) pues estos dos servicios recibieron mayormente calificación regular.

Las piscinas termales y los toboganes fueron principalmente consideradas dentro del rango aceptable “bueno”.

1. Piscinas Termales

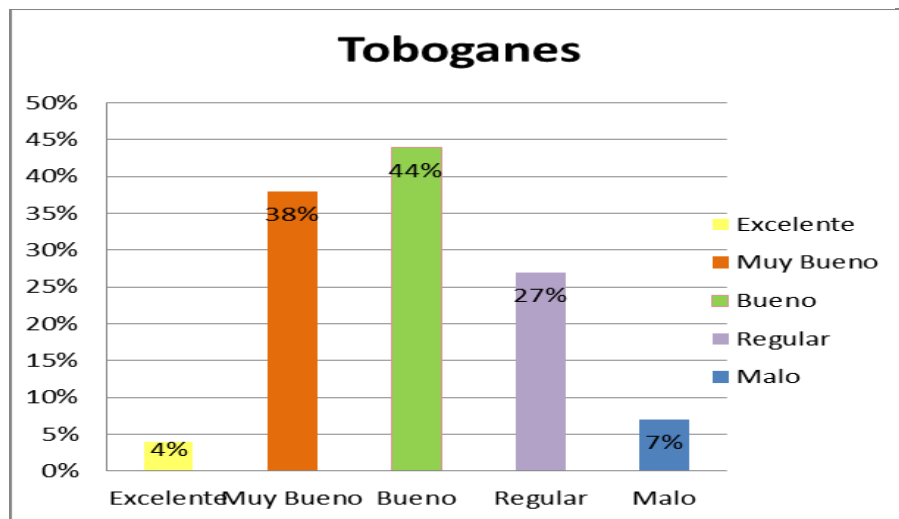
Gráfico 13: Piscinas termales



Fuente: autores

2. Toboganes

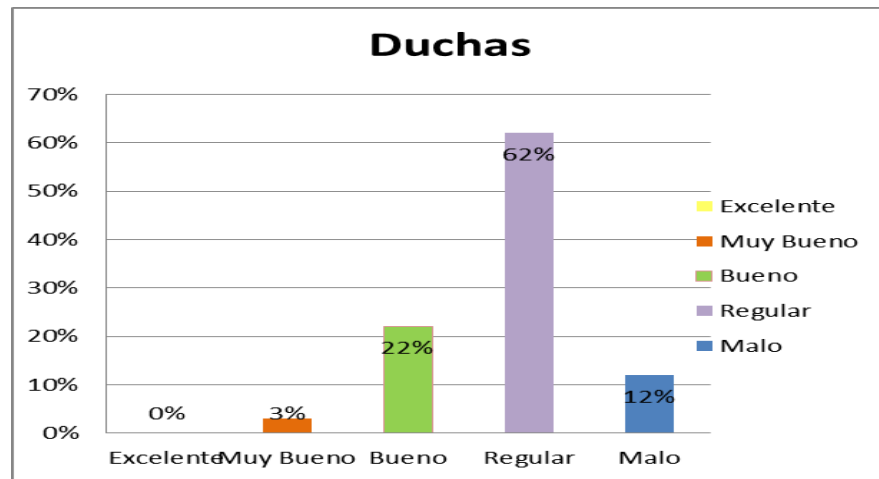
Gráfico 14: Toboganes



Fuente: autores

3. Duchas

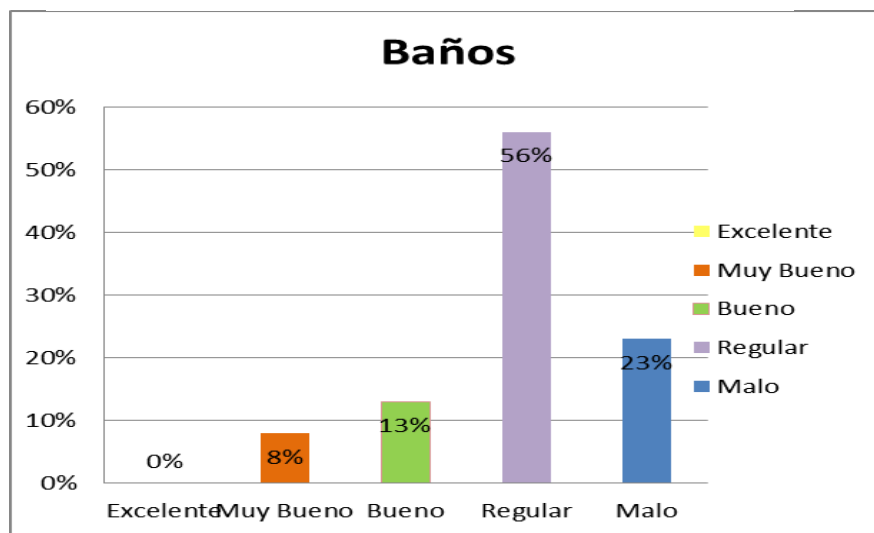
Gráfico 15: Duchas



Fuente: autores

4. Baños

Gráfico 16: Baños



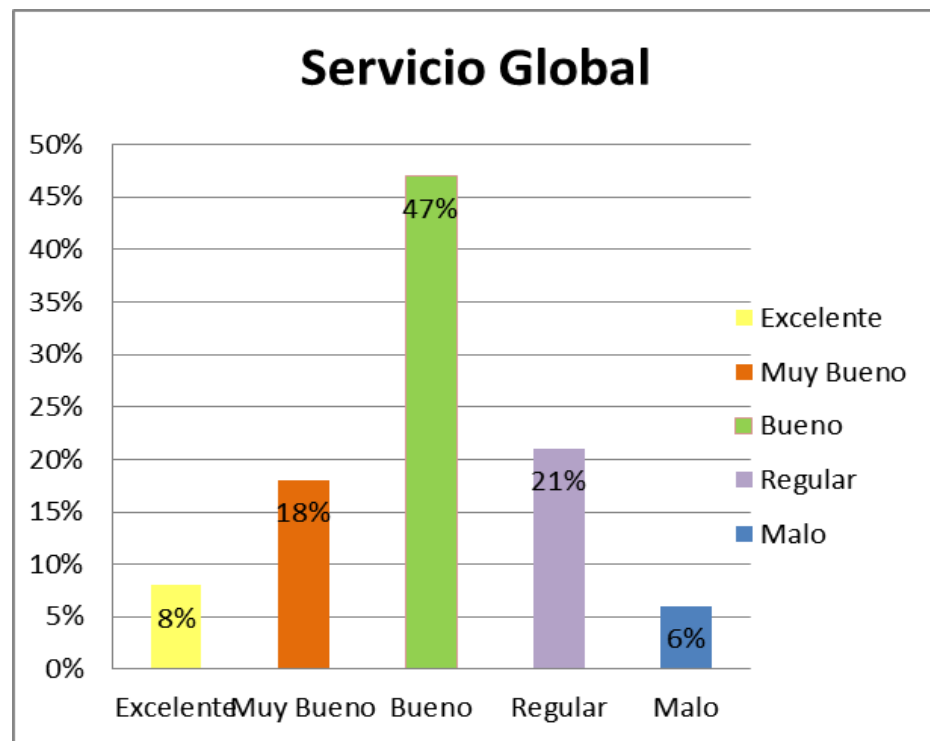
Fuente: autores

13. Calificación de los servicios de manera general

A los turistas se les consultó el grado de satisfacción de manera global de acuerdo a todos los servicios ofrecidos.

- ❖ De lo cual 19 personas respondieron que se encuentra en condición excelente;
- ❖ La calificación de muy buen servicio fue dada por 44 turistas;
- ❖ 115 personas les pareció que el rendimiento es bueno;
- ❖ Sin embargo 51 personas consideran que sus servicios son regulares;
- ❖ Alrededor de 15 personas considera ubicarlo en el rango malo.

Gráfico 17: Servicios de manera global



Fuente: autores

14. Factores que afectan la estadía

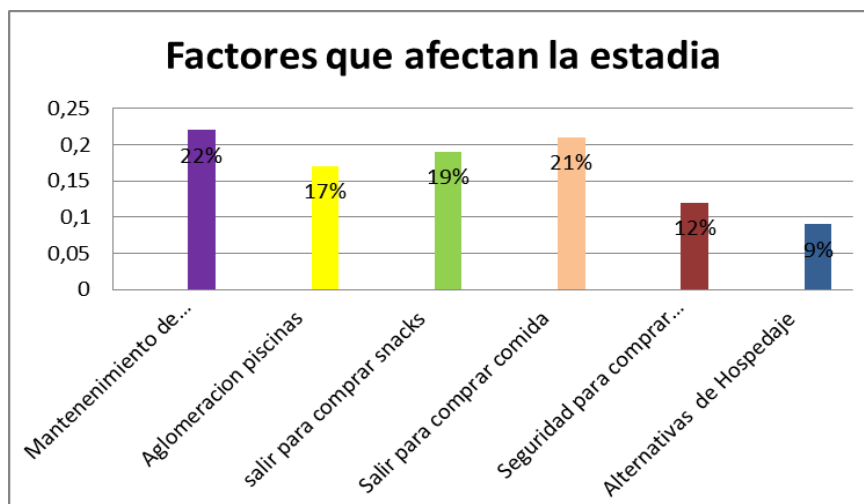
El principal problema que manifestaron los turistas es con respecto al mantenimiento del balneario enfocándonos en la pintura corroída, el estado deteriorado de las puertas, la visibilidad de las tuberías, etc.

Alrededor de 54 personas (22%) respondieron que es un factor desagradable.

En segundo y tercer lugar están las opciones relacionadas con la alimentación, cerca del 21% (51 personas) respondieron que es incómodo tener que salir del balneario para comprar las comidas principales; y el 19% (46 turistas) afirman lo mismo con respecto a los snacks.

Al 17% (42 personas) les parece molesta la aglomeración en las piscinas y toboganes; mientras que al 12% de los encuestados (29 turistas) les preocupa la seguridad de las instalaciones. Y a tan solo 22 personas el hecho de no contar con alternativas de hospedaje para pernoctar en el balneario.

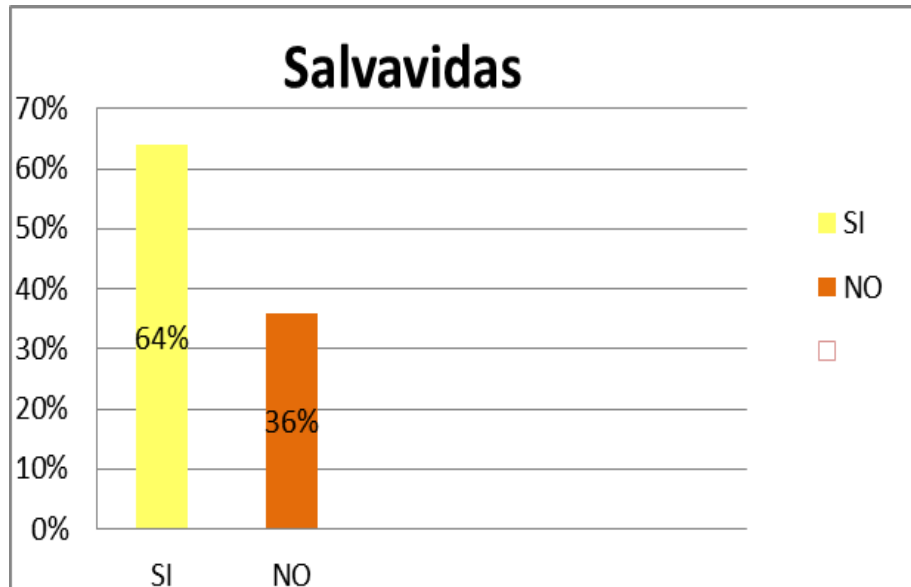
Gráfico 18: Factores que afectan estadia



Fuente: autores

15. Alternativa de contar con salvavidas

En relación a esta pregunta los turistas consideran que es fundamental la presencia de un salvavidas sobre todo en las piscinas que son frecuentemente usadas por los niños. Aproximadamente el 64% (156 personas) piensan que es muy importante contar con una persona cerca de las piscinas y 36% (88 turistas) consideraron que no es necesario.

Gráfico 19: Salvavidas

Fuente: autores

3.3 Perfil del visitante

Para el establecimiento del respectivo perfil del turista, se toma en cuenta los principales resultados basados en las encuestas.

Lo que permite obtener la siguiente descripción:

- ❖ Los visitantes son personas adultas, cuyas edades oscilan entre los 24 a 39 años ;
- ❖ Quienes en su mayoría trabajan;
- ❖ Cuyos ingresos mensuales son principalmente el sueldo básico;
- ❖ Con nivel de instrucción secundaria

- ❖ Proviene principalmente de Guayaquil;
- ❖ Viajan con la motivación de tener un momento de diversión;
- ❖ Por lo general van al balneario con dos a tres acompañantes ;
- ❖ El mismo que visitan dos a tres veces al año;
- ❖ Conocen del lugar por medio de amigos y familiares.

3.3.1. Determinación del nivel de Satisfacción

En cuanto a los servicios ofrecidos por el balneario son de grado aceptable por parte de los turistas, sin embargo los visitantes demandan mejoras en lo respecta a estructuras (duchas, vestidores, baños). Además se evidencia que los servicios podrían expandirse sobre todo lo relacionado con el área de restauración, puesto que la implementación del mismo, obtendría la aceptación por parte de la demanda.

Conclusión

Mediante las encuestas se pudo determinar el perfil del visitante, así como también sus necesidades, siendo la remodelación de piscinas y toboganes, los servicios que los turistas consideran que deben cambiarse. Otro factor fuerte es el de la demanda de restauración, que de implementásele contaría con aceptación por parte de los visitantes.

CAPÍTULO IV

Evaluación de la demanda

Introducción

Este capítulo contiene la evaluación de la oferta donde se observa detalladamente la infraestructura con la que cuenta cada uno de los balnearios del recinto de Aguas Calientes.

Una vez analizada la competencia, el presente capítulo se centra en la reestructuración física, mostrando cuales áreas necesitan implementarse y cuales necesitan remodelarse.

4.1 Infraestructura y servicios actuales

Balneario de aguas termales El Paraíso

Es el primer establecimiento que se observa al momento de llegar al recinto Aguas Calientes, ofrece servicios de recreación familiar y de restauración a precios accesibles. La entrada es de 2,50 para los adultos y 2,00 dólares para niños.

Su infraestructura posee una piscina de uso terapéutico y una piscina de uso recreativo. Una de las piscinas de agua fría dispone de un tobogán de 30 metros.

Cuenta con servicio de restauración y alojamiento, pues dispone de un restaurante y un pequeño hostel con capacidad para 16 personas, distribuidas en 4 cuartos. Asimismo tiene zona de parqueo. Lo que respecta a publicidad cuenta con vallas a lo largo de toda la parroquia Jesús María.

Imagen 12: Instalaciones Balneario El Paraíso



Fuente: autores

Imagen 13: Publicidad ubicada en el recinto Aguas Calientes



Fuente: autores

Centro Turístico Amistad Latina

Este balneario está ubicado específicamente en la parte central del recinto, Sus instalaciones son básicas pues cuenta con una sola piscina de dimensiones amplias, además dispone de cinco vestidores y los respectivos baños.

Imagen 14: Balneario Amistad Latina



Fuente: autores

El precio de la entrada es de \$1.50 para adultos y \$1.00 para los niños y adultos mayores.

No cuenta con ninguna clase de publicidad, simplemente el nombre del local está pintado en la entrada principal del local.

Balneario el Rey

Imagen 15: Instalaciones Balneario El Rey



Fuente: autores

Este balneario recientemente fue re-inaugurado, pues estuvo cerca de un año inactivo. Posee 2 piscinas de aguas termales y 1 de agua fría que incluye una cascada, además tiene 1 baño a vapor, jacuzzi, duchas (agua caliente y fría), vestidores y baños individuales. En cuanto a restauración cuenta con bar y restaurante. Además tiene parqueadero dentro del establecimiento, distribuido en 4 cabañas.

El precio de acceso es de \$2.50 para adultos y \$2.00 para niños. El jacuzzi es pagado por adicional, ya que este servicio no está incluido en la tarifa de entrada.

Con lo que respecta a promoción, es similar a la del Balneario El Paraíso, pues posee carteles publicitarios en la carretera.

Imagen 16: Publicidad Balneario El Rey



Fuente: autores

Balneario Jesús María

La infraestructura de este balneario es la más grande en comparación con sus competidores. Cuenta con cinco piscinas de uso terapéutico, algunas características individuales de las piscinas son: dos de ellas disponen de tobogán, otra cuenta con facilidad para las personas de tercera de edad, y la piscina localizada en el extremo izquierdo cuenta con un pequeño cuarto de vapor.

Imagen 17: Piscina con cuarto de vapor



Fuente: autores

Además tiene 3 vestidores y 2 baños a los mismos que se puede ingresar cancelando la tarifa de 0,15 centavos. Dispone de una instalación para un bar, sin embargo está fuera de funcionamiento.

La entrada tiene un valor para los adultos \$2.00, tercera edad \$1.50 y niños \$1.00. En cuanto a promoción no realiza ningún tipo de publicidad.

Imagen 18: Entrada al Balneario Jesús María



Fuente: autores

A continuación a través de la siguiente tabla se podrá analizar fácilmente la oferta por medio de las facilidades que ofrece cada uno de los balnearios.

Tabla 7: Servicios de los balnearios

ESTABLECIMIENTOS	PISCINA USO TERAPEUTICO	PISCINA DE USO RECREATIVO	TOBOGANES	PARQUEADERO	RESTAURACION	ALOJAMIENTO
EL PARAISO	1	1	2	SI	SI	SI
AMISTAD LATINA	1	NO	NO	NO	NO	NO
EL REY	2	1	NO	SI	SI	NO
JESUS MARIA	5	NO	SI	NO	NO	

Fuente: autores


4.1.1 Fichas de Inventario

FICHA 1: BALNEARIO TURISTICO EL PARAISO

ESPOL – LICTUR FICHA PARA EL INVENTARIO DE BALNEARIO TURISTICO FICHA # 1 BALNEARIO EL PARAISO			
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	Ninguna
			
UBICACIÓN		TELÉFONO/ E-MAIL	# ATRACTIVO
Cantón: Naranjal Parroquia: Jesús María Recinto: Aguas Calientes Ubicado a la entrada del recinto		072454025	1 piscinas de agua termal 1 piscinas de uso recreativo
PROPIETARIO		TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO	
Walter Yuquilema		10 años	
SERVICIOS E INSTALACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - 1 tobogán altura 30 metros - Zona de parqueo. - Restaurante. - Hotel con cuatro Habitaciones con capacidad para 16 personas. - 3 baños y 3 vestidores. - 3 duchas de agua fría - 3 duchas de agua caliente 			
OBSERVACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones adecuadas elaboradas de cemento y madera. - Precio de entradas 2,50 adultos y 2.00 niños. 			
CONTACTO		REALIZADO POR:	
Walter Yuquilema		Autores de la tesis	

Fuente: autores

FICHA 2: BALNEARIO TURISTICO AMISTAD LATINA

ESPOL – LICTUR FICHA PARA EL INVENTARIO DE BALNEARIO TURÍSTICO FICHA # 2 BALNEARIO AMISTAD LATINA			
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas Termales	Ninguna
			
UBICACIÓN		TELÉFONO/ E-MAIL	# DE ATRACTIVOS
Cantón: Naranjal Parroquia: Jesús María Recinto: Aguas Calientes Ubicado al lado sureste del recinto		0985647899	Una piscina de agua termal Una piscina de recreación
PROPIETARIO		TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO	
Luis Saavedra Pastuisaca		12 años	
SERVICIOS E INSTALACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - 2 Baños - 3 Vestidores - 			
OBSERVACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones básicas elaboradas en cemento - Precio de entrada al balneario 1,50 adultos y 1,00 niños - 			
CONTACTO		REALIZADO POR:	
Luis Saavedra Pastuisaca		Autores de la tesis	


Fuente: autores

FICHA 3: BALNEARIO TURISTICO EL REY

<p align="center">ESPOL – LICTUR FICHA PARA EL INVENTARIO DE BALNEARIO TURISTICO FICHA # 3 BALNEARIO EL REY</p>			
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas termales	Ninguna
			
UBICACIÓN	TELÉFONO/ E-MAIL	# DE ATRACTIVOS	
Cantón: Naranjal Parroquia: Jesús María Recinto: Aguas Calientes Ubicado al lado sur del recinto	2420654 0981919436 0992380229	2 piscinas de aguas termales. 1 piscina de uso de recreativo	
PROPIETARIO		TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO	
Luis Salazar		2 Años	
SERVICIOS E INSTALACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Baño a vapor - Jacuzzi - 1 ducha de agua caliente - 1 ducha de agua fría - 2 Vestidores - 2 Baños - Cuatro entradas para parqueo privado. - Servicio de alimentos y bebidas 			
OBSERVACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Hace menos de un año fue reinaugurado - Instalaciones elaboradas en cemento - Precio de entrada 2,50 para adultos y 2,00 para niños 			
CONTACTO		REALIZADO POR:	
Luis Salazar		Autores de la tesis	

Fuente: autores

FICHA 4: BALNEARIO JESUS MARIA

ESPOL – LICTUR FICHA PARA EL INVENTARIO DE BALNEARIO TURISTICO FICHA # 4 BALNEARIO JESUS MARIA			
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas termales	Ninguna
			
UBICACIÓN	TELÉFONO/ E-MAIL	# DE ATRACTIVOS	
Cantón: Naranjal Parroquia: Jesús María Recinto: Aguas Calientes Ubicado al lado norte del recinto	0986756560	5 piscinas de agua termal	
PROPIETARIO		TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO	
Sr. Urbano Valeas		32 Años	
SERVICIOS E INSTALACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - 3 duchas de agua Caliente - 3 duchas de agua fría - 3 vestidores - 2 baños - Brinda servicio de animación para los turistas 			
OBSERVACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Elaborado con construcción de cemento. - Precio del balneario es de 2,00 adultos, 1,50 niños y tercera edad, - Restauración afuera de las instalaciones del balneario. 			
CONTACTO		REALIZADO POR:	
Urbano Valeas		Autores de la tesis	

Fuente: autores

4.2 Descripción del equipamiento a requerir

El presente estudio busca desarrollar una reestructuración física, previo a la realización del mismo es necesario obtener una opinión de los turistas, enfocada en conocer cuáles son los cambios que ellos esperan observar en el establecimiento, lo que se consiguió a través de encuestas a los visitantes. Así mismo es vital conocer el mercado y las diferentes estrategias que actualmente las empresas desarrollan para que una actividad resulte beneficiosa.

Los autores Philip Kotler, Paul Bloom, Thomas Hayes, (2004) señalan que la clave de la rentabilidad a largo plazo en cualquier actividad profesional es la creación de un servicio que satisfaga las necesidades y los deseos de los clientes, que facilite un intercambio y les proporcione un valor. Estos servicios se crean a través de la interacción de un conjunto de herramientas que se conoce como combinación de marketing mix).

En el marketing de los productos o servicios de una empresa, intentamos hacer todo lo posible para influir en la demanda de dichos bienes o servicios y organizarlos de tal manera que satisfaga mejor las necesidades y deseos de los clientes. Se pueden hacer muchas combinaciones con las variables controlables del marketing, conocidas como las 7 P, estas 7P son el producto, el precio, la posición, la promoción, la prueba física, los procesos y las personas. (Philip Kotler, 2004)

De ahí la importancia de no solo aplicar las 4 p del mercado, sino hacer un estudio del marketing de servicios que a su vez, como está previamente sustentado, añada 3 nuevas P. Enfocándonos en estas variables tenemos:

Evidencia Física

No es tan evidente, como en los productos porque los servicios son inherentemente intangibles y, por lo tanto, no se pueden ver ni palpar. En estos casos, los clientes suelen buscar otros indicios de la calidad del servicio que desean obtener. Muchas veces la evidencia más inmediata es la prueba física del edificio y el mobiliario de la empresa. (Philip Kotler, 2004)

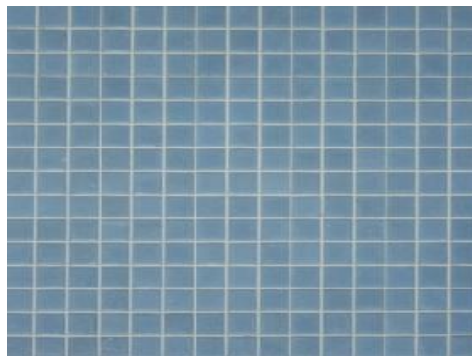
Entonces para incrementar la participación de mercado, los servicios a brindar son tan importantes como la infraestructura. Como esta última es una de las principales desventajas del balneario, a continuación se señalan las áreas que procederán a ser remodeladas y las que van a ser implementadas.

Área: Piscinas

Procedimiento: Remodelación (Cambio de baldosas)

Materiales: Revestimiento Vítreo de 20 x 20, material antideslizante

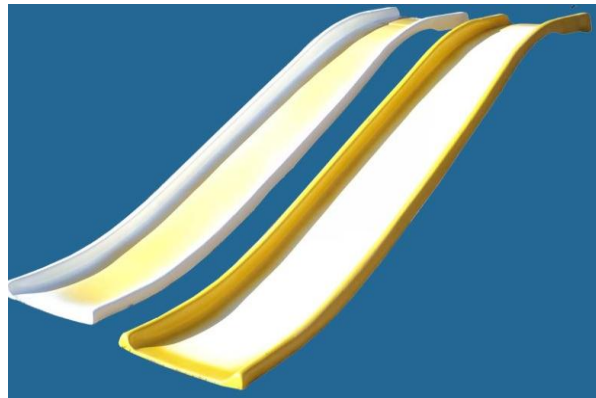
Imagen 19: Modelo de cerámica para las piscinas



Fuente: Cerámicas Graitman

Área: Toboganes**Procedimiento: Remodelación**

Materiales: 2 Toboganes Tobosplash de 91.5 cms. de ancho por 30m de longitud, plástico reforzado con fibra de vidrio y sistema gel coat.

Imagen 20: Toboganes Tobosplash

Fuente: Hidrorelax

Adicionalmente un tobogán para la piscina de niños.

Para lo cual se necesita tobogán tobosplash de 91.5 cms de ancho por 3m de longitud.

Plástico reforzado con fibra de vidrio.

Área: Baños**Descripción: Remodelación e implementación**

Materiales: 2 Baterías sanitarias

2 Lavabo

4 Secador de manos

Productos de mantenimiento

Área: Restaurante**Procedimiento: Implementación**

Materiales: 1 cocina industrial con horno y plancha, con 4 quemadores.

1 refrigerador

1 congelador

1 lavaplatos

Menaje (mesas, sillas, manteles)

Utensilios de cocina (Ollas, licuadora, platos, cubiertos, vasos)

Área: zona de recreación**Procedimiento: Implementación**

Materiales: Cabaña de bambú con asientos para el área de recreación

Imagen 21: Cabaña para implementación de área de descanso

Fuente: Maderas Santos

Personas

Son importantes, particularmente en el marketing de los servicios, porque éstos son intangibles y los clientes están buscando evidencias tangibles para determinar su valor o calidad. Y una señal obvia es la persona asociada con ese servicio. (Philip Kotler, 2004)

Para cumplir este propósito se ha considerado necesario, debido a la implementación de un área de restauración, la contratación de personal capacitado para llevar a cabo eficientemente esta labor.

Además durante el proceso de reestructuración es indispensable la presencia de encargados de las aéreas de construcción.

Los puestos fijos están descritos a continuación con sus respectivas responsabilidades. La jornada de trabajo empieza a las 8am y culmina a las 5 pm de domingo a miércoles.

Descripción del cargo: Administrador

Funciones:

- ❖ Actualmente en el balneario, esta persona es la que realiza el cobro de la entrada.
- ❖ Compra de los insumos para preparar los alimentos.
- ❖ Responsable de la supervisión del establecimiento.

Descripción del cargo: Asistente de administrador**Funciones:**

- ❖ Cobro de los diferentes pedidos en el restaurante.
- ❖ Venta de los productos del snack bar.
- ❖ Cierre de caja

Descripción del cargo: Cocinero**Funciones:**

- ❖ Encargado de realizar los desayunos y almuerzos dentro del establecimiento.
- ❖ Responsable de la elaboración de las listas de alimentos que se necesitan para su área.

Descripción del cargo: Ayudante de cocina**Funciones:**

- ❖ Sirve de soporte para la persona principal dentro del área de cocina.
- ❖ Limpieza y lavado de los diferentes utensilios utilizados.
- ❖ Desarrolla funciones de mesero.

Descripción del cargo: Seguridad**Funciones:**

- ❖ Esta persona será la responsable de precautelar la seguridad dentro de las piscinas, ejerciendo la función de salvavidas.
- ❖ Ayuda en labores de supervisión junto con el administrador.

- ❖ Limpieza de las piscinas.

Procesos

Los procesos aluden a los procedimientos operativos de una organización. Estos pueden ser sumamente complejos o simples, muy divergentes o coherentes. (Philip Kotler, 2 004)

Procesos: Dentro del área de restaurante- snack bar

Insumos del restaurante

La persona encargada de cocina proveerá la lista de los materiales que se necesiten.

Los diversos alimentos para la preparación de los platos, serán comprados por el administrador los días martes de cada semana.

Los trabajadores de cocina revisarán los insumos, los guardaran debidamente para su posterior uso.

Productos del Snack bar

Las bebidas y los diferentes productos que se expenderán en el bar se comprarán bajo pedido a nuestros proveedores: Coca Cola Company,

Inalecsa y Frito Lay.

La entrega de las respectivas facturas será dada a la persona responsable de caja, para su posterior pago.

Preparación de los alimentos

El cocinero es el encargado de la elección del menú diario y de la logística de la preparación de los alimentos, posteriormente el ayudante de cocina será la persona que lleve los platos a sus respectivos clientes.

Procesos: Área piscina

Limpieza

Cada semana se realiza la limpieza de las cinco piscinas, labor que será llevada a cabo por la persona contratada para ofrecer seguridad en las piscinas, asimismo diariamente se desinfectarán los vestidores, duchas, baños.

4.4 Presupuesto

4.4.1 Financiamiento

Para la presente reestructuración, se necesitará un monto total de \$55.871, los cuales serán financiados un 45 % con capital propio y la diferencia mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, institución que apoya con financiamiento directo y de mediano plazo a empresas de la actividad hotelera, alimentación, transporte marítimo, transporte terrestre y servicios turísticos.

El total de la inversión, el capital propio y el monto a requerir mediante préstamo se muestran en la siguiente gráfica.

Tabla 8: Cuadro de Inversión

ESTRUCTURA DE INVERSION		
Capital Propio	45%	\$ 25.142
Financiamiento CFN	55%	\$ 30.729
Total Inversión		\$ 55.871

Fuente: autores

Las condiciones de crédito son:

✓ Monto:

Para proyectos nuevos hasta un 70%

Para proyectos en marcha hasta un 100%

Tratándose de un establecimiento que va a realizar una reestructuración para continuar con sus actividades el monto solicitado está dentro de los márgenes que establece la institución.

✓ Tasa de Interés

Para las PYME con montos que no excedan los \$200.000. La tasa de interés de préstamo es de 10.15%. Las cuales se pagarán en un plazo de 5 años, con cuotas mensuales.

Conclusión

Basado en los cambios que se desean implementar, se realiza la lista de materiales, la proyección de gastos, etc. Para así obtener el monto total que se requiere para la reestructuración. Asimismo se financiará con capital propio y mediante un préstamo con la Corporación Financiera Nacional.

CAPÍTULO V

PRESUPUESTO DE EQUIPAMIENTO

Introducción

Este capítulo financiero muestra los costos de producción, flujo de caja, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias, TIR y VAN, así como también muestra en que tiempo se recuperará el capital inicial de la inversión, mediante la herramienta Payback.

5.1. Infraestructura y servicios que se deberán implementar

Los principales cambios que se proponen realizar se detallan a continuación por área. Siendo las piscinas el principal producto turístico del balneario, son las que necesitan

de una remodelación. Además los baños y vestidores deben incrementarse puesto que, no satisfacen a la demanda existente.

Con respecto al servicio de restauración, se planea implementar un restaurante con su debido snack bar. Y para descansar se propone la implementación de una área de recreación.

➤ **Piscinas**

❖ Primera piscina

Dimensiones:

10m de largo x 5m de ancho x 1m de alto.

Modificaciones:

- ✓ Cambio de baldosas
- ✓ Cambio de pasamanos
- ✓ Reubicación de tuberías

PISCINA ACTUAL

Imagen 22: Primera piscina



Fuente: autores

PROYECCIÓN DE LA REMODELACIÓN

Imagen 23: Piscina



Fuente: Piscinas Hidalgo

❖ **Segunda piscina**

Dimensiones:

2,5m de largo x 1,5m de ancho x 1,5m de alto

Modificaciones:

- ✓ Implementación de 2 vertientes de agua caliente y 2 vertientes agua fría
- ✓ Aseguramiento de tuberías en los ocho vertientes ya existentes (4 de agua caliente y 4 de agua fría)

Imagen 24: Segunda Piscina



Fuente: autores

❖ **Tercera piscina**

Dimensiones:

6m de largo x 4m ancho x 1m de alto.

Modificaciones:

- ✓ Pintar el interior de la misma, puesto que no cuenta con baldosas ya que es de uso infantil
- ✓ Cambiar el pasamanos

Imagen 25: Tercera piscina actualmente



Fuente: autores

Imagen 26: Proyección de la tercera piscina



Fuente: autores

❖ Cuarta piscina

Dimensiones:

15m de largo x 7m de ancho x 1m de alto

Modificaciones:

- ✓ Cambio de baldosa,
- ✓ Implementación de dos toboganes plásticos de 30 metros
- ✓ Implementación de tobogán de 2 metros

Imagen 27: Cuarta Piscina con sus toboganes



Fuente: autores

Imagen 28: Tobogán para niños, cuarta piscina



Fuente: autores

Imagen 29: Proyección de tobogán para niños



Fuente: autores

❖ Quinta piscina

Dimensiones:

15m de largo x 6m de ancho x 1m de alto

Modificaciones:

- ✓ Implementación de baldosas
- ✓ Reubicación de tuberías

Imagen 30: Quinta Piscina



Fuente: autores

Vestidores

Actualmente existen 4 vestidores. Los mismos que no brindan proteccion al turista, al momento de cambiarse de ropa, puesto que no tienen los seguros en las puertas

Modificacion:

- ✓ Se reemplazara las puertas de madera por unas de aluminio en los vestidores ya existentes.
- ✓ Se pintara el interior de los mismos.
- ✓ Implementacion de 4 vestidores en la parte superior del balneario.

Imagen 31: Puerta de los vestidores



Fuente: autores

Imagen 32: Proyección de las puertas



Fuente: alumin

➤ Baños

Encontramos 2 servicios higiénicos para mujeres y 2 para hombres. Además cuenta con un urinario.

Modificaciones:

- ✓ En los 4 baños se sustituirán las puertas existentes por unas de aluminio.
- ✓ Cambio de baterías sanitarias instauración de secador de mano.
- ✓ Implementación de 4 baños adicionales.
- ✓ Colocación de secadores de mano en todos los baños.

Imagen 33: Baños del Balneario Jesús María



Fuente: autores

➤ **Restauración**

Ubicación:

Se establecerá en la parte superior del balneario donde anteriormente se ubicaba el DJ.

Se colocaran sillas y mesas para los clientes.

➤ **Recreación**

Ubicación:

Cabaña de bambú con sus respectivos asientos, se colocara cerca del área de restauración.

5.2 Plan de financiamiento

5.2.1 Inversión del proyecto

La inversión que se necesita para implementar cambios y mejoras dentro del balneario se estima en \$ 55 871,25 (Anexo D Y E)

5.2.2 Estructuración Financiera

El financiamiento se realizará a través de la Corporación Financiera Nacional. El préstamo a requerir es del 55% del monto total de inversión (\$ 30 729).

El 45% (\$25 142) restante se obtendrá a través del capital propio del dueño del establecimiento. (Anexo F)

5.2.3 Flujos de ingresos

Los ingresos para el balneario provienen de las ventas de las entradas: de adultos, tercera edad y niños. Así como también de los ingresos del restaurante y el snack bar.

Esto nos dará para el 2015 un total de \$149 425.

Para el año 2016 los ingresos se prevén en \$185 578,64 y a finales del 2017 \$231 160,31 (Anexo G).

Tabla 9: Pronóstico de ingresos primer año

PRONOSTICOS DE INGRESOS														
	ENTRADAS AL BALNEARIO 2015									INGRESOS RESTAURANTE				
	ADULTOS			NIÑOS			TERCERA EDAD			TOTAL VISITANTES	INGRESOS POR ENTRADAS	BAR	RESTAURANT	INGRESOS RESTAURANT
MESES	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T	TOTAL VISITANTES	INGRESOS POR ENTRADAS	BAR	RESTAURANT	INGRESOS RESTAURANT
ENERO (201	2200	2,00	4400,00	700	1,00	700	900	1,50	1350,00	3800	6450,00	300,00	6840,00	7140,00
FEBRERO	2500	2,00	5000,00	700	1,00	700	800	1,50	1200,00	4000	6900,00	310,00	7200,00	7510,00
MARZO	1950	2,00	3900,00	450	1,00	450	600	1,50	900,00	3000	5250,00	300,00	5400,00	5700,00
ABRIL	2300	2,00	4600,00	700	1,00	700	800	1,50	1200,00	3800	6500,00	280,00	6840,00	7120,00
MAYO	2000	2,00	4000,00	500	1,00	500	600	1,50	900,00	3100	5400,00	280,00	5580,00	5860,00
JUNIO	1900	2,00	3800,00	550	1,00	550	650	1,50	975,00	3100	5325,00	280,00	5580,00	5860,00
JULIO	2500	2,00	5000,00	700	1,00	700	800	1,50	1200,00	4000	6900,00	300,00	7200,00	7500,00
AGOSTO	2300	2,00	4600,00	600	1,00	600	900	1,50	1350,00	3800	6550,00	300,00	6840,00	7140,00
SEPTIEMBRE	1900	2,00	3800,00	600	1,00	600	700	1,50	1050,00	3200	5450,00	350,00	5760,00	6110,00
OCTUBRE	1900	2,00	3800,00	500	1,00	500	750	1,50	1125,00	3150	5425,00	400,00	5670,00	6070,00
NOVIEMBRE	1900	2,00	3800,00	550	1,00	550	950	1,50	1425,00	3400	5775,00	350,00	6120,00	6470,00
DIEMBRE	2000	2,00	4000,00	400	1,00	400	600	1,50	900,00	3000	5300,00	320,00	5400,00	5720,00
	25350		50700,00	6950		6950,00	9050	1,50	13575,00	41350,00	71225,00	3770,00	74430,00	78200,00
													total 1er año	149.425

Fuente: Autores

5.2.4 Presupuestos de Costos, Gastos

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Es el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades, etc.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados. Así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios, etc.). (anexo H)

Tabla 10: Costos de producción

	1er año	2do año	3er año
Total materia prima	31 280,00	59 544,00	61 052,00
Total mano de obra directa	42 681,60	45 669,31	48 866,16
Maquinaria (depreciación)	60,00	120,00	180,00
Total costos directos	74 021,60	105 333,31	110 098,16
Total costos indirectos (Ver anexos I)	27 227,64	32 447,92	34 942,48
Total costos de producción	101 249,24	137 781,23	145 040,64

Fuente: autores

Gastos.- Se definen como la salida de dinero que realiza una empresa o persona natural, con el objetivo de administrar adecuadamente un proceso productivo o un negocio.

Gastos Administrativos.- Se estima para el 1er. Año gastos por 12 698,63 por concepto de sueldo personal administrativo, y gastos de oficina (internet, papelería) (Anexo J)

Los gastos de ventas: Estos gastos para el balneario están representados en la publicidad lo que a su vez está estipulado en las tarjetas de presentación lo cual involucra un gasto de \$144 al año, y para los posteriores se estimó un incremento del 10% (Anexo K).

Gastos financieros.- se estimó 2 892.02 por concepto de amortización de deuda.
(Anexo L).

5.3 ESTADO DE RESULTADOS

5.3.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

Es un informe financiero que nos muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado.

En el 1er año nuestro estado de resultado muestra una utilidad neta de 27 314,51, lo que representa una rentabilidad de 38,35% y al cabo del 3er. año la rentabilidad proyectada es de 48,81% (Anexo M).

Tabla 11: Estado de resultados

	1er. Año	2do. Año	3er. Año
Ingresos Operacionales			
Ingresos Entradas	71225,00	92639,56	120549,73
Ingresos Restaurante	78200,00	92939,08	110610,58
total ingresos	149425,00	185578,64	231160,31
- Costos de Producción	101249,24	137781,23	145040,64
Utilidad Bruta	48175,76	47797,41	86119,67
Gastos Administrativos	12698,63	13603,69	14573,72
Gastos de Ventas	144	158,4	174,24
Gastos Financieros	2892,02	2363,41	1778,59
- Total Gastos	15734,65	16125,51	16526,55
Utilidad antes de impuestos	32441,11	31671,90	69593,11
- Impuestos	306,4	337,04	370,744
Utilidad Antes de Participación	32134,71	31334,86	69222,37
- 15% Participación a los Trabajadores	4820,21	4700,23	10383,36
UTILIDAD NETA	27314,51	26634,63	58839,01
RENTABILIDAD	38,35%	28,75%	48,81%

Fuente: autores

5.3.3 Flujo de caja

Nos permite conocer en forma rápida la liquidez de la empresa, entregándonos una información clave que nos ayuda a tomar decisiones. Se ha considerado un horizonte de 3 años. En el anexo N puede observarse los resultados finales de los mismos, al final del primer año el saldo final de caja sería 6 4020,99 y para los siguientes periodos los resultados continúan siendo positivos (Anexo N)

5.3.4 Punto de Equilibrio

Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida. Según los estudios realizados para alcanzar el punto de equilibrio mensualmente deben ingresar al balneario 475 adultos, 130 niños, 169 personas de la tercera edad. (Anexo O)

5.3.5 Evaluación Financiera

5.3.5.1 Valor actual Neto

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable

Los parámetros financieros se analizaron a una tasa de descuento del 17 para el inversionista. Se debe porque al financiar parte de la inversión con deuda, se accede a fuentes de financiamiento generalmente más baratas que el costo de uso de los recursos propios, además, la deuda contraída genera pagos de intereses que funcionan

como escudo fiscal al ingresar como gastos en el Estado de Pérdidas y Ganancias. Con esto se espera un valor actual neto positivo de \$ 58 529,71 (Anexo P).

5.3.5.2. TIR

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. En este caso considerando una tasa de descuento del 17 la tasa interna de retorno es de 76%, lo cual significa que el proyecto arroja beneficios para el inversionista. (Anexo Q)

5.3.5.3 Análisis del PAYBACK

Se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. El número de años que se tarda en recuperar la inversión es crucial a la hora de decidir si embarcarse en un proyecto o no. Según el análisis Payback en el 1er año se recuperan 40 459,74, faltando 15 411,51 para cubrir el valor de la inversión total, los mismos que se recuperan en 4 meses, teniendo así un periodo de recuperación total de 1 año, 4 meses (Anexo R)

Conclusión

Para finalizar a través de los estudios financieros realizados en este capítulo obtuvimos buenos resultados de rentabilidad, en el 1er. Año nuestro estado de resultado muestra una utilidad neta de 27 314,51, lo que representa una rentabilidad

de 38,35% y al cabo del 3er. Año la rentabilidad proyectada es de 48,81%. Lo que quiere decir que nuestra reestructuración no tendrá pérdidas y será rentable.

CONCLUSIONES

1. Según la demanda actual que tiene el Balneario y según el margen de rentabilidad (38.35%), el proyecto de reestructuración es factible, puesto que el aumento de visitantes incrementaría notablemente.
2. Según las características del turista, el servicio de restauración es un factor demandando por lo que, de acuerdo al flujo de ingresos para el primer año, estimando que del total de visitantes, el 75% consume en el restaurante, los ingresos por esta partida constituyen el 52% del total de ingresos.
3. El balneario no solamente acoge a turistas de las poblaciones aledañas, sino también a visitantes de otras regiones de nuestro país (según encuestas realizadas).
4. Los aportes de la presente investigación, sugiriendo la reestructuración física para el balneario Jesús María, beneficiarían no solo al propietario, sino

también a las personas que tienen sus puestos de trabajo cerca al establecimiento.

RECOMENDACIONES

1. Los cambios a implementarse, deben mantenerse con revisiones trimestrales o quimestrales, de esta manera se asegura una constante mejora en el balneario.
2. Se sugiere promocionar al establecimiento a través de las redes sociales, puesto que no involucra un gasto monetario, y la información está disponible para personas de todos los lugares, con la posibilidad de que paulatinamente turistas internacionales se sientan atraídos con esta propuesta.
3. Se considera importante que los empleados del establecimiento aprendan y manejen una cultura de servicio, puesto que el desempeño del cliente interno es fundamental, para cumplir las expectativas de los turistas.
4. Podría desarrollarse el enfoque de Balneario de aguas termales, no solo ser conocido como un lugar de esparcimiento, sino amplificar la idea de turismo de salud.

ANEXOS

Anexo A: Entrevista

Entrevista para conocer el grado de rentabilidad que tiene el balneario en su actual estado y su funcionamiento

Nombre: Sr. Urbano Valeas

Propietario Balneario de Aguas Termales Jesús María

1. ¿Cuántos años lleva de funcionamiento este balneario?

Este balneario ha funcionado desde 1983

2. ¿Cuáles son los permisos que debe obtener para su funcionamiento?

Cada año se debe obtener los siguientes documentos:

Permiso de sanidad

Permiso de la Intendencia

Permiso del Municipio

Certificado emitido por el Cuerpo de Bomberos

3. ¿Cuenta con accionistas o solo un dueño?

El balneario es de propietario único

4. ¿Cuál es el horario de atención?

Atendemos de lunes a domingo de 7 am a 6 pm

5. ¿De qué ciudades principalmente provienen los turistas?

Mayoritariamente son turistas de Guayaquil, y personas de Naranjal mismo. También de la sierra vienen bastantes cuencanos.

6. ¿Cuántos visitantes vienen diariamente?

Alrededor de 200 a 250 los días viernes y fines de semana. De Lunes a Jueves más o menos unas 40 personas.

7. ¿Cuántos visitantes se estima vienen al mes?

Una estimación de 1000 a 1100 turistas.

8. ¿Cuáles son los meses en que tiene mayor número de visitantes y cuáles son los de temporada baja?

Los mejores meses son los de las vacaciones en la costa (marzo, abril y mayo) y en la sierra (agosto, septiembre, octubre)

La temporada baja es por lo general después de carnaval.

9. ¿Realiza alguna publicidad?

Por supuesto, para dar a conocer el Balneario se elaboran tarjetas de presentación y folletos.

10. ¿Cuál es la temperatura de las aguas?

El agua de las duchas es de 45 grados y las de las piscinas varia.

La primera piscina al localizarse cercana al sistema de extracción es la de agua más caliente esta tiene 30 grados, de ahí en adelante varia por ubicación de las mismas, siendo la última piscina la que tiene el agua a menos temperatura como es 25 grados.

11. ¿Cómo se realiza la extracción de las aguas?

En un pequeño cuarto, está localizado el motor, que a través de las tuberías profundas, extrae el agua para todas las piscinas.


12. ¿Cómo se realiza el mantenimiento de las piscinas?

El agua en las piscinas no es estática, constantemente fluye debido a que se deja abierto una especie de tapón que todas las piscinas y cuarto de duchas tienen. Los días domingos se realiza un mantenimiento con cloro.

13. ¿Cuáles de los balnearios considera son su competencia?

Si se habla de infraestructura sería el Balneario El Paraíso, pero si es por calidad y temperatura de las aguas, este balneario es el que presenta mayor acogida.

Anexo B: Encuesta

	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL FACULTAD DE INGENIERIA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES CARRERA: LICENCIATURA EN TURISMO
Plan de Reestructuración Física del Balneario Jesús María para incrementar la demanda turística en el sector	
El presente cuestionario tiene como objetivo conocer la perspectiva de los turistas de acuerdo a los servicios que ofrece el balneario Jesús María.	
Esta información es confidencial y de uso académico.	
ENCUESTA PARA CONOCER EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS TURISTAS DEL BALNEARIO DE AGUAS TERMALES JESUS MARÍA	

Señale su respuesta

1) Género F () M ()

2) Edad

3) Ocupación

Estudiante () Trabajador () Jubilado () Otros ()

4) Nivel de ingresos económicos mensuales

Menor o igual a \$350 () Menor o igual a \$500 ()

Menor o igual a \$700 () Mayor a \$ 700 ()

No percibe salario ()

5) Nivel de instrucción

Primaria () Secundaria () Tercer nivel () Cuarto nivel ()

6) ¿De cuál de las siguientes ciudades proviene?

Guayaquil () Naranjal () Cuenca () Otras ciudades ()

7) ¿Cuál es el motivo de su visita?

Salud () Descanso () Diversión ()

8) Indique el número de personas que lo acompañan

1 persona () 2 a 3 personas () 4 a 5 personas ()

Mayor a 5 personas ()

9) Cuántas veces ha visitado este balneario en el año

Una vez () Dos a tres veces () Más de tres veces ()

10) A través de que medio se enteró de este destino turístico

Internet () Verbal (amigos, familiares) ()

Publicidad en la carretera () Otros ()

11) Como califica los siguientes servicios ofrecidos por este balneario

Siendo equivalente 5 (excelente); 4 (Muy bueno); 3 (Bueno); 2 (Regular); 1 (Malo)

Piscinas termales () Toboganes () Duchas ()

Vestidores y baños ()

12) Califique de manera general los servicios que ofrece este balneario.

Excelente () Muy bueno () Bueno () Regular () Malo ()

13) ¿Cuál de los siguientes factores afectan su estadía en este balneario?

Mantenimiento del balneario (tuberías, puertas dañadas) ()

Aglomeración en las piscinas y toboganes ()

Salir del balneario para comprar refrigerios (snack, colas) ()

Salir del balneario para comprar comida ()

Seguridad en las instalaciones ()

Alternativas de hospedaje ()

14) Cree usted que el balneario necesita la presencia de un salvavidas

Si () No ()

Anexo C: Matriz de Consistencia

Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLES X: INDEPENDIENTE Y: DEPENDIENTE	INDICADORES	TECNICA	INSTRUMENTO
¿Cuáles son los factores que carece el Balneario Jesús María y que deben considerarse para la creación del Plan de Reestructuración Física?	O.G: Crear un Plan de Reestructuración Física del Balneario Jesús María para incrementar la demanda turística del sector.	El mejoramiento de las condiciones físicas del balneario influirá en el incremento de la demanda turística.	X: Mejoramiento de la infraestructura física	Inventario del atractivo.	Observación de datos	Ficha de observación
			Y: Incremento de la demanda turística	Promedio de turistas que visitan el balneario los fines de semana.	Observación de datos	Ficha de observación
	O.E: Perspectiva de los turistas según las facilidades y servicio del balneario.	Las facilidades y servicios del balneario son satisfactorias de acuerdo a las perspectivas de los turistas	X: Perspectiva de los turistas	Número de turistas que se encuentran satisfechos o insatisfechos.	Encuestas	Cuestionario
			Y: Facilidades y servicios del balneario	Listado de facilidades y servicios a requerir.	Encuestas	Cuestionario

Anexo D: Tabla de Inversión del Proyecto

PRESUPUESTO DE REESTRUCTURACIÓN			
DESCRIPCION	DETALLE	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Área: Toboganes			
Implementación de tobogán piscina alterna	1 Tobogán	400,00	400,00
Sustitución por tobogán plástico	2 Toboganes	6000,00	12000,00
Área: Piscinas			
Cambio de baldosas	1 piscina	1020,00	1020,00
Colocación de baldosas	3 piscinas		1830,00
Área: Restaurante			
Cocina semi industrial	1	1500,00	1500,00
congelador	1	800,00	800,00
Refrigerador	1	400,00	400,00
Menaje (mesas, sillas, manteles)		1000,00	1000,00
Utensilios (platos, vasos, ollas)		600,00	600,00
Área: Baños			
Remodelación de baños	2 baños	300,00	600,00
Creación de baños	2 baños	900,00	1800,00
Vestidores		900,00	1800,00
Remodelación de vestidores	4 Vestidores	200,00	800,00
Implementación de vestidores	4 Vestidores	600,00	2400,00
Área: Duchas			
Reestructuración de las duchas	6 duchas	60,00	360,00
Área: General			
Reubicación de red de tuberías		500,00	500,00
Mantenimiento de las paredes		1500,00	1500,00
Implementación de cabañas de bambú	1 cabaña	900,00	900,00
Área: Personal			
Arquitecto			1200,00
Ingeniero Civil			900,00
TOTAL PRESUPUESTO REESTRUCTURACION		\$ 17.580,00	\$ 32 310,00

Anexo E: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
MANO DE OBRA DIRECTA	n.		
Ayudante de Administrador	1	444,6	1333,8
Cocinera	4	444,6	5335,2
Ayudante de cocina	4	444,6	5335,2
Cajera	2	393,47	2360,82
Salvavidas	3	393,47	3541,23
MATERIALES DIRECTOS			
carnes, vegetales y hortalizas		1200,00	4800
Productos para abastecimiento de bar		250,00	300
SUMINISTROS Y SERVICIOS			
Servicios Básicos		150,00	450
accesorios de limpieza		35,00	105
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 23.561,25
TOTAL INVERSION RESTRUCTURACION Y CAPITAL DE TRABAJO			\$ 55.871,25

Anexo F: Estructura de la Inversión

ESTRUCTURA DE INVERSION		
Capital Propio	45%	\$ 25.142
Financiamiento CFN	55%	\$ 30.729
Total Inversión		\$ 55.871

Anexo G: Tabla de Flujo de Ingresos

INGRESOS OPERACIONALES									
SERVICIOS	VISITANTES			PRECIOS			TOTALES		
ENTRADAS AL BALNEARIO	1er año	2do año	3er año	1er año	2do año	3er año	1er año	2do año	3er año
		4%*	4%*		25% *	25%*			
Entradas adultos	25350	26364	27419	2,00	2,50	3,13	50700	65910	85820,09
Entradas Niños	6950	7228	7517	1,00	1,25	1,56	6950	9035	11726,71
Entradas tercera edad	9050	9412	9788	1,50	1,88	2,35	13575	17694,56	23002,93
INGRESOS RESTAURANTE									
					15% *	15%*			
Restaurante	41350,00	43004	44724	3,00	3,45	3,97	74430	89018,28	106532,95
Bar							3770	3920,80	4077,63
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	82700						149425	185578,64	231160,31

Anexo I: Tabla de Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS							
MANO DE OBRA INDIRECTA		SUELDO MENSUAL			VALORES ANUALES		
	Nº Trab.	1er. Año	2do. Año	3er. Año	1er. Año	2do. Año	3er. Año
-							
Ayudante de Administrador	1	444,6	475,72	509,02	5335,2	5708,66	6108,27
Cajera	1	393,47	421,01	450,48	4721,64	5052,15	5405,81
Salvavidas	3	393,47	421,01	450,48	14164,92	15156,46	16217,42
Total MOD					24221,76	25917,28	27731,49
MATERIALES INDIRECTOS		1er. Año	2do. Año	3er. Año			
-			10%	10%			
Accesorios de limpieza		25	27,5	30,25	300	330	363
Artículos de baño		25	27,5	30,25	300	330	363
Total MOI					600	660	726
SUMINISTROS		1er. Año	2do. Año	3er. Año			
-			10%	10%			
Energía		45	49,5	54,45	540	594	653,4
Agua Potable		35	38,5	42,35	420	462	508,2
Gas		36	300	330	432	3600	3960
Teléfono		12	13,2	14,52	144	158,4	174,24
Total Suministro					1536	4814,4	5295,84
ALIMENTACION DEL PERSONAL		1er. Año	2do. Año	3er. Año			
-							
Número de trabajadores		14	14	14	336	420	504
Valor 2,00					336	420	504
Subtotal					26693,76	31811,68	34257,33
Imprevistos 2%					533,88	636,23	685,15
TOTAL					27227,64	32447,92	34942,48

Anexo J: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Gastos Administrativos							
gastos de personal							
cargo	N.- de Trab.	Sueldo Mensual			VALORES ANUALES		
		1er. Año	2do. Año	3er. Año	1er. Año	2do. Año	3er. Año
Administrador	1	600	642,00	686,94	7200	7704	8243,28
Cajera	1	393,47	421,01	450,48	4721,64	5052,15	5405,81
Total Gasto de Personal					11921,64	12756,15	13649,09
GASTOS DE OFICINA							
Internet		24	26,4	29,04	288,00	316,80	348,48
Papelería		20	22	24,2	240,00	264,00	290,40
Total Gastos de Oficina					528,00	580,80	638,88
OTROS GASTOS							
Depreciación Vehículo							
subtotal					12449,64	13336,95	14287,97
Imprevisto 2%					248,99	266,74	285,76
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					12698,63	13603,69	14573,72

Anexo K: Gastos de Venta

	GASTO DE VENTAS	GASTO DE VENTAS	GASTO DE VENTAS
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2*	AÑO 3*
G. PUBLICIDAD	144	158,4	174,24

*Cada año se estipula un incremento de 10% en la publicidad

Anexo L: Tabla de Gasto Financiero

Monto del crédito	30729,19	N.- PAGOS	Pago Interés	Pago Capital	Saldo	Total Pago Mensual
Tasa de interés (anual)	10,15%	1	259,92	395,26	30333,93	655,17
Numero de pagos (mensuales)	60	2	256,57	398,60	29935,33	655,17
Pago mensual	655,17	3	253,20	401,97	29533,36	655,17
		4	249,80	405,37	29127,99	655,17
		5	246,37	408,80	28719,19	655,17
		6	242,92	412,26	28306,93	655,17
		7	239,43	415,75	27891,18	655,17
		8	235,91	419,26	27471,92	655,17
		9	232,37	422,81	27049,11	655,17
		10	228,79	426,38	26622,73	655,17
		11	225,18	429,99	26192,74	655,17
		12	221,55	433,63	25759,11	655,17
						2892,02
		13	217,88	437,30	25321,81	655,17
		14	214,18	440,99	24880,82	655,17
		15	210,45	444,72	24436,10	655,17
		16	206,69	448,49	23987,61	655,17
		17	202,90	452,28	23535,33	655,17
		18	199,07	456,11	23079,22	655,17
		19	195,21	459,96	22619,26	655,17
		20	191,32	463,85	22155,41	655,17
		21	187,40	467,78	21687,63	655,17
		22	183,44	471,73	21215,90	655,17
		23	179,45	475,72	20740,17	655,17
		24	175,43	479,75	20260,43	655,17
		25	171,37	483,81	19776,62	655,17
		26	167,28	487,90	19288,72	655,17
		27	163,15	492,02	18796,70	655,17
		28	158,99	496,19	18300,51	655,17
						2363,41

29	154,79	500,38	17800,13	655,17
30	150,56	504,62	17295,52	655,17
31	146,29	508,88	16786,63	655,17
32	141,99	513,19	16273,44	655,17
33	137,65	517,53	15755,92	655,17
34	133,27	521,91	15234,01	655,17
35	128,85	526,32	14707,69	655,17
36	124,40	530,77	14176,92	655,17
37	119,91	535,26	13641,66	655,17
38	115,39	539,79	13101,87	655,17
39	110,82	544,35	12557,51	655,17
40	106,22	548,96	12008,55	655,17
41	101,57	553,60	11454,95	655,17
42	96,89	558,28	10896,67	655,17
43	92,17	563,01	10333,66	655,17
44	87,41	567,77	9765,89	655,17
45	82,60	572,57	9193,32	655,17
46	77,76	577,41	8615,90	655,17
47	72,88	582,30	8033,60	655,17
48	67,95	587,22	7446,38	655,17
49	62,98	592,19	6854,19	655,17
50	57,98	597,20	6256,99	655,17
51	52,92	602,25	5654,74	655,17
52	47,83	607,35	5047,39	655,17
53	42,69	612,48	4434,91	655,17
54	37,51	617,66	3817,25	655,17
55	32,29	622,89	3194,36	655,17
56	27,02	628,16	2566,21	655,17
57	21,71	633,47	1932,74	655,17
58	16,35	638,83	1293,91	655,17
59	10,94	644,23	649,68	655,17
60	5,50	649,68	0,00	655,17

1778,59

Anexo M: Tabla de Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS			
	1er. Año	2do. Año	3er. Año
Ingresos Operacionales			
Ingresos Entradas	71225,00	92639,56	120549,73
Ingresos Restaurante	78200,00	92939,08	110610,58
Total de Ingresos	149425,00	185578,64	231160,31
- Costos de Producción	101249,24	137781,23	145040,64
Utilidad Bruta	48175,76	47797,41	86119,67
Gastos Administrativos	12698,63	13603,69	14573,72
Gastos de Ventas	144	158,4	174,24
Gastos Financieros	2892,02	2363,41	1778,59
- Total Gastos	15734,65	16125,51	16526,55
Utilidad antes de impuestos	32441,11	31671,90	69593,11
- Impuestos	306,4	337,04	370,744
Utilidad Antes de Participación	32134,71	31334,86	69222,37
- 15% Participación a los Trabajadores	4820,21	4700,23	10383,36
UTILIDAD NETA	27314,51	26634,63	58839,01
RENTABILIDAD	38,35%	28,75%	48,81%

Anexo N: Tabla de Ingresos Operacionales

INGRESO OPERACIONALES				
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERACIONALES				
Entradas		71225,00	92639,56	120549,73
Ingresos de restaurante		78200,00	92939,08	110610,58
		149425,00	185578,64	231160,31
EGRESOS OPERACIONALES				
Costos de Producción		101249,24	137781,23	145040,64
Gastos Administrativos		12698,63	13603,69	14573,72
Gastos Ventas		144	158,4	174,24
		114091,87	151543,32	159788,61
FLUJO OPERACIONAL (Ing. - Egre)		35333,13	34035,32	71371,70
INGRESOS NO OPERACIONAL				
Aportes de capital	55871,25	0	0	0
	55871,25	0	0	0
EGRESOS NO OPERACIONALES				
Adquisición de activos fijos	32310,00			
Impuestos		306,40	337,04	370,74
Reparto de utilidades para trabajadores		4820,21	4700,23	10383,36
		32310,00	5126,61	5037,27
FLUJO NO OPERACIONAL	23561,25	-5126,61	-5037,27	-10754,10
FLUJO NETO GENERAL	23561,25	40459,74	39072,59	82125,80
SALDO INICIAL DE CAJA	0	23561,25	64020,99	103093,58
SALDO FINAL DE CAJA	23561,25	64020,99	103093,58	185219,38

Anexo O: Tabla de Punto de Equilibrio

COSTO FIJO 2268,97							
PRODUCTOS	CANTIDADES PROYECTADAS	PRECIO UNITARIO	COST. VAR.UNITARIO	MARGEN DE CONTIBUCION UNITARIO	COSTO /PRODUCTO	MARGEN CONTIBUCION PONDERADO	CANTIDAD EQUIIBRIO
Entradas Adultos	2113	2,00	0,0024	2,00	0,31	0,61	475
Entradas Niños	579	1,00	0,0024	1,00	0,08	0,08	130
Entradas tercera edad	754	1,50	0,0024	1,50	0,11	0,16	169
Almuerzos	3446	3,00	1,79	1,21	0,50	0,61	774
UNIDADES	6892					1,47	1549

Anexo P: Tabla de Estado de Pérdidas y Ganancias**VALOR ACTUAL NETO**

TASA DE DESCUENTO 17%			
PERIODOS	FLUJOS DE CAJA	FACTOR DESCUENTO	VALOR PRESENTE
0			55871,25
1	40459,74	1,17	34580,97
2	39072,59	1,3689	28543,05
3	82125,80	1,601613	51276,93
VAN =			58529,71

Anexo Q: Tabla de TIR

TASA INTERES RETORNO

TASA DE DESCUENTO 17%			
PERIODOS	FLUJOS DE CAJA	FACTOR DESCUENTO	VALOR PRESENTE
0			-55871,25
1	40459,74	1,17	34580,97
2	39072,59	1,37	28543,06
3	82125,80	1,601613	51276,93
			170272,21
TIR =			76%

Anexo R: Tabla de Análisis Payback

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION					
PERIODOS	INVERSION INICIAL	FLUJO NETO EFECTIVO	TMAR	FLUJO NETO VALOR PRESENTE	FLUJO NETO ACUMULADO A VALOR PRESENTE
0	55871,25				0,00
1		40459,74	17%	40459,74	40459,74
2		39072,59	17%	79532,33	119992,07
3		82125,80	17%	121198,39	200730,72
N=	1		1 AÑO		
C=	15411,51			40459,74	15411,51
F=	39072,59			4,7331936	
PRI=	1,394	años			
La inversión se recupera en 1 año, 3 meses					
PERIODO DE RECUPERACION					
PERIODO DE RECUPERACION		VALOR RECUPERADO	VALOR A RECUPERAR		
AÑOS	1	40459,74	15411,51		
MESES	4,7				
PERIODO TOTAL		1 AÑO 4 MESES			

BIBLIOGRAFÍA

1. Palella, S., & Martins, F, Metodología de la Investigación Cuantitativa, Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Caracas, 2003.
2. Arias, F, El Proyecto de Investigación, tercera edición, Episteme, Caracas, 1999.
3. Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y aprovechamiento del Agua, 2014
4. Autorizaciones para el uso y el aprovechamiento del agua, Senagua, 2014
5. Plan Nacional Buen Vivir, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013
6. Proyectos Emblemáticos en Guayas, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Senplades, 2013
7. Encuesta de turismo interno, Ministerio de Turismo (Julio 2012-Julio 2013)
8. Estudio La Experiencia Turística del Ecuador, Ministerio De Turismo, 2011
9. Censo de Población Y Vivienda, INEC, 2010
10. Porter, M. Ensayo Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia, Harvard Business Review America Latina, Usa, 2008.

11. Kotler, P., Bloom, P., Hayes, T, Marketing de Servicios Profesionales.
Ediciones Paidós Ibérica, España, 2004