



**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE  
GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales  
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y  
Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**PROPUESTA DE  
REACTIVACIÓN Y PROMOCIÓN DEL BALNEARIO DE  
AGUAS TERMALES YANAYACU DEL  
CANTÓN LA TRONCAL COMO MEDIO DE INCENTIVO  
PARA EL TURISMO DE SALUD.**

**Presentado Por:**

Emilio José Álava Vargas

**Director de Tesis:**

Ing. José Medina Crespo

Guayaquil, Diciembre del 2012

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer a mi madre por el apoyo que me ha brindado y por las esperanzas que ha depositado en mí para lograr ser un profesional, a mi familia, a mis amigos, compañeros, profesores que supieron lidiar conmigo todo este tiempo y enseñarme el camino hacia el éxito, también quiero mencionar como agradecimiento especial a aquellas personas que de alguna manera me sirvieron de inspiración, ayuda, apoyo y motivación. Por creer en mí y por generar sentimientos que jamás pensé sentir.

¡Gracias a todos ellos!

*Emilio Álava*

## **Dedicatoria**

A mi madre la persona por la cual tengo un respeto y una admiración inmensa por darme la oportunidad de estudiar y prepararme, haciendo esfuerzos de los cuales soy testigo, por su infinita paciencia que tuvo que tener a diario al convivir conmigo todo este tiempo, por el amor que me brindaba desde el día que nací, por apoyarme en todo, por haber curado mis heridas cuando me caía, y por haber secado mis lagrimas cuando lloraba.

A mi familia por creer en mí siempre, por apoyarme en lo que fuese necesario, por darme consejos, por escucharme, por aguantarme los 23 años que tengo de vida, por preocuparse, por celebrar todo lo bueno que me pasaba, por estar pendientes cuando algo malo me sucedía, por aportar a mi crianza y en mi educación en la vida, por darme ese empujón que necesitaba para seguir adelante y por muchas cosas que en palabras no se pueden describir.

A mis amigos, primos y hermano por estar conmigo cuando era necesario, por compartir conmigo experiencias únicas que solo se viven una vez en la vida, por ayudarme cuando estaba caído, por reír y disfrutar conmigo, por elegirme como su apoyo o la persona en la que mas confían, por hacerme ver en que me equivocaba, por escuchar las ocurrencias que digo y por tener la dicha de jugar fútbol con ellos algo por lo cual compartimos una pasión.

A los compañeros y amigos que logre hacer en la carrera con los que tuve momentos irremplazables y supieron ayudarme de una u otra forma, a los profesores que fueron una ayuda importantísima hacia el camino en convertirme en un profesional, por guiarme o aconsejarme a lo largo de estos años fue un honor haber estudiado bajo su tutela en una prestigiosa universidad como lo es la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

De mi parte ¡Esto va dedicado para todos ustedes!



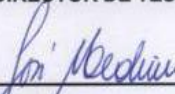
UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante ÁLAVA VARGAS EMILIO JOSÉ como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS.

Guayaquil, diciembre del año 2012

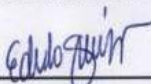
#### DIRECTOR DE TESIS

  
\_\_\_\_\_  
Ing. José Medina Crespo, Mgs

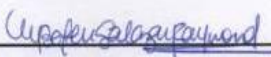
#### REVISOR DE CONTENIDO:

  
\_\_\_\_\_  
Eco. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

#### REVISOR METODOLÓGICO:

  
\_\_\_\_\_  
Ing. Eduardo Guzmán Barquet, MBA

#### DIRECTORA DE LA CARRERA

  
\_\_\_\_\_  
Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

**Nombre del autor**

Emilio José Álava Vargas

**DECLARO QUE:**

El proyecto de grado denominado "Reactivación y Promoción del balneario de aguas termales Yanayacu del cantón La Troncal como medio de incentivo para el turismo de salud.", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

**EL AUTOR**

(Nombres completos de el/la autor/a)



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## AUTORIZACIÓN

**Nombre del o la autor**

Emilio José Alava Vargas

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "Reactivación y Promoción del balneario de aguas termales Yanayacu del cantón La Troncal como medio de incentivo para el turismo de salud", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL AUTOR

(Nombres completos de el/la autor/a)

## Índice

<b>Introducción</b> .....	1
<b>CAPITULO UNO: EL PROBLEMA</b> .....	3
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema .....	4
Justificación .....	5
Objetivos de la Propuesta .....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
<b>CAPITULO DOS: MARCO TEORICO</b> .....	7
Turismo Salud .....	7
Naturaleza del Turismo Salud .....	8
Las modalidades del Turismo Salud .....	9
Turismo Sostenible .....	12
Marco Referencial .....	13
Turismo Salud en América Latina .....	13
Turismo Salud en Europa.....	14
Marco Conceptual .....	16
Método de Investigación .....	19
Metodología Cuantitativa.....	19
Tipo de Investigación.....	19
Técnicas de Investigación .....	20
Preguntas .....	20
<b>CAPITULO TRES: INVESTIGACION DE MERCADO</b> .....	21
Introducción .....	21
Tamaño de Muestra.....	21
Tipos de Muestreo.....	22
Técnicas para la recogida de datos.....	22
Entrevista.....	23
Encuesta .....	23
Técnicas de análisis de datos .....	24
Tabulación e interpretación de datos de las encuestas .....	25
<b>CAPITULO CUATRO: GENERALIDADES DE YANAYACU</b> .....	39

Ubicación Geográfica .....	39
Reseña Histórica.....	39
Acceso .....	39
Transporte .....	40
Clima .....	40
Características Socioeconómicas .....	40
Flora y Fauna .....	41
Aguas Termales.....	41
Demanda turística.....	41
Yanayacu como destino turístico .....	42
<b>CAPITULO CINCO: ANALISIS SITUACIONAL Y DE IMPACTOS .....</b>	<b>43</b>
Análisis de Impactos .....	43
Análisis de Impacto Económico .....	43
Análisis de Impacto Ambiental.....	47
Impactos Positivos .....	47
Impactos Negativos.....	49
Tipos de contaminación que afectarían al balneario.....	50
Análisis de Impacto Social .....	51
Impactos positivos .....	52
Impactos negativos .....	54
Impacto Cultural.....	55
<b>CAPITULO SEIS: PLAN DE PROMOCION TURISTICA.....</b>	<b>57</b>
Introduccion .....	57
Análisis situacional: la troncal .....	57
Análisis FODA.....	62
Fortalezas .....	62
Oportunidades.....	62
Debilidades.....	62
Amenazas .....	63
Análisis de las 4 P .....	63
Producto .....	63
Precio .....	64
Promoción .....	65



Plaza.....	66
Publicidad .....	67
Estrategia turística para el producto turístico .....	68
Estrategias de Imagen y Promoción .....	69
Presupuesto de Promoción.....	70
Datos del plan de Promoción.....	70
Conclusiones .....	73
Recomendaciones.....	75
Bibliografía	
Anexos	

## **Resumen Ejecutivo**

El objetivo de este trabajo de investigación es que los turistas tanto nacionales como extranjeros cuenten con otras alternativas de destinos para visitar y disfrutar, no solo para realizar actividades de recreación, diversión y entretenimiento sino también para buscar beneficios necesarios para la buena salud de sus cuerpos. Todo esto es posible mediante visitas a lugares donde el turismo y la salud estén relacionados pudiendo así aprovechar su tiempo libre, los recursos naturales que brinda el territorio ecuatoriano y al mismo tiempo curando sus dolores o malestares físicos.

Los balnearios de aguas termales son un aporte importante para el desarrollo del turismo salud en el país, tal es caso de Yanayacu un lugar ubicado en suelo ecuatoriano que posee una gran potencial para ser reconocido como destino turístico relevante. La importancia de este estudio es que este lugar vuelva a cobrar vida y que sea promocionado de tal forma que se convierta en un destino importante dándole así la oportunidad de aparecer mas en las opciones de los turistas como destino a visitar, sin embargo es necesario resolver las falencias con las que ahora cuenta.

### **Palabras claves**

Turismo Salud, Aguas Termales, Destino Turístico, Balneario Yanayacu.

### **Abstract**

The objective of this research is that both domestic and foreign tourists have other alternative destinations to visit and enjoy, not only for recreation, fun and entertainment but also to seek benefits necessary for good health of their bodies. All this is possible through visits to places where tourism and health are related and can thus take advantage of their free time, the natural resources provided by the Ecuadorian territory while healing their pain or physical discomfort.

The hot springs are an important contribution to the development of health tourism in the country, this is a case of Yanayacu located on Ecuadorian soil that has a great potential to be recognized as an important tourist destination. The importance of this study is that this place back to life and be promoted so that it becomes an important destination giving you the chance to appear in the options

more tourists as a destination to visit, but it is necessary to solve the flaws with the account now.

**Keywords**

Health Tourism, Thermal Waters, Tourist Destination, Thermal Yanayacu

## **Introducción**

El Ecuador siendo un país pequeño es una zona con una muy alta biodiversidad lo cual ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna, algunas endémicas. Además de esta exuberante biodiversidad Ecuador cuenta con una variedad de grupos étnicos y comunidades, algunas intactas que todavía conservan sus valores tradicionales y manifestaciones de su cultura.

Ecuador posee riquezas culturales, naturales y arqueológicas, por lo tanto tiene varias alternativas de turismo. Las actividades turísticas del Ecuador representan la tercera fuente de ingresos de divisas a la balanza de bienes y servicios, superada únicamente por el petróleo y el banano (Pineda, 2010).

Según Diario El Universo (2012) “El Gobierno de Ecuador prevé un crecimiento del 7% en el turismo de extranjeros durante 2012 y calcula que este año llegarán al país 1.214.000 millones de visitantes”.

Ecuador gracias a sus distintos climas, hermosos atractivos y recursos naturales se ha convertido en un destino turístico de salud ya que ofrece amplias posibilidades para encontrar un balance físico-mental, por medio de diversas actividades que involucran el uso de elementos que brinda la naturaleza y la medicina alternativa, Teniendo como finalidad curar dolencias y buscar la relajación de los turistas.

En nuestro país los viajes por salud y bienestar podrían convertirse en una nueva e importante fuente de demanda en un momento en el cual los sectores tradicionales del turismo se saturen. Según Frigola (2008) “El turismo de salud y bienestar tiene potencial para convertirse en un lucrativo nicho de mercado para operadores hoteleros e inversores”.

Según Hernández (2011) acota que este fenómeno al que ahora llamamos turismo medico data de tiempos inmemoriales ya que por miles de años las personas han buscado tratamiento médico en los mejores lugares que ofrezcan el beneficio de salud a un costo accesible “*En la Antigüedad había mucha gente que peregrinaba hacia los templos en la Mesopotamia para obtener diagnósticos de sus enfermedades. Luego proseguían sus viajes a las regiones Sumerias para*

*recibir tratamiento en los centros de salud alrededor de las aguas termales del área”.*

En la actualidad las personas siguen buscando tratamiento médico combinado con los viajes a lugares exóticos. Por esta razón muchos turistas médicos están viajando a países asiáticos, o en Centroamérica o América del Sur. A pesar que los Spa's y los baños termales ya no se consideran lugares de carácter medicinal, son un complemento importante para las personas que buscan tratamiento médico por su beneficio relajante y alejado del estrés cotidiano (Hernández, 2011).

## **CAPITULO UNO: EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del problema**

Actualmente en nuestro país los turistas que buscan una manera de recreación y relajación buscan las ciudades y playas consolidadas como destinos turísticos, por encontrarse a distancias convenientes además de que cuentan con vías en excelente estado y fácil accesibilidad, sin embargo estos puntos de visita cada vez se saturan mas y mas de turistas al punto que su capacidad de carga colapsa así como los servicios que estos lugares pueden ofrecer.

El éxodo de pasajeros aumentó a diferentes sitios turísticos del país. Los lugares más visitados son las playas de la Ruta del Sol y ciudades de la Sierra y Amazonía (Diario Hoy, 2009).

La descentralización turística puede dar lugar al surgimiento de nuevos destinos que se habían mantenido al margen del desarrollo nacional del turismo.

Uno de los lugares beneficiados por la descentralización y buena promoción turística seria el balneario de aguas termales Yanayacu. Es importante contar con una estrategia de promoción internacional permanente, con una identidad y un rostro propio, a fin de atraer al mayor número posible de turistas (Rojas, 2008).

La promoción turística algo muy importante y la que ahora posee el lugar no es suficiente para ponerlo entre los sitios de interés para los turistas, es muy pobre lo que ocasiona que solo sea visitado por habitantes de la zona en su mayoría, se necesita de una promoción que informe y de a conocer lo que realmente se están perdiendo los turistas al no visitarlo, incluso turistas nacionales desconocen el nombre YANAYACU, preguntas conocidas saltan a la vista cuando se les nombra el lugar como ¿donde es?, ¿Que tal es?, ¿Esta cerca?, ¿Como llego?. Aunque el municipio este haciendo un esfuerzo para promocionar sus atractivos no es suficiente, se necesita de más recursos humanos y financieros para darle la promoción que se merece el balneario.

Es importante acotar que este balneario no cuenta con la señalización informativa y vías de acceso necesarias para la llegada de turistas, ya que se encuentra en un desvío por la carretera (Orellana, 2012). Lo que afecta a su

desarrollo como un destino turístico, ya que un lugar de visita sin señalización sería como una persona sin documentos.

Un lugar así también necesita de un correcto mantenimiento, que por ahora no lo posee y que es indispensable para darle el potencial que se merece hace varios años, la falta de instalaciones adecuadas e infraestructura afecta porque no han sido alteradas en varios años y que son necesarias para que los visitantes se sientan seguros y cómodos. Es necesario tener en cuenta que cuando llega el invierno el Río Bulu-bulu crece y podría estar en peligro de inundarse el Balneario para ello sería bueno que se construya muros para evitar un desastre (Orellana, 2012).

También es primordial resaltar como aspecto negativo la contaminación por basura por parte de los visitantes que afecta en la conservación del lugar, al ser un sitio rodeado de naturaleza podría tener un impacto ambiental sino se controla o se soluciona este problema.

Según Malcom (2001) “La capacitación es vital para las personas. La mayor parte de los trabajos para quienes carecen de ella están mal pagados, son de bajo nivel y aburridos. Ofrecen pocas oportunidades de promoción y no llevan a ninguna parte”. Es necesario agregar que los involucrados en brindar un servicio turístico necesitan capacitarse, ya que no poseen los conocimientos o técnicas necesarias para atender a turistas que pueden ser exigentes, mayores de edad, extranjeros o con culturas diferentes.

## **Formulación del problema**

¿De qué manera influye la reactivación y promoción turística del balneario de aguas termales Yanayacu para elevar el turismo salud en los ecuatorianos?

## **Justificación**

La presente propuesta tiene como finalidad ayudar al crecimiento turístico y económico del cantón La Troncal resolviendo los problemas y deficiencias de uno de sus atractivos naturales, además de ayudar al desarrollo del turismo salud no solo en la provincia sino en el país.

La industria turística representa ingresos importantes dentro de la economía de una sociedad, el crecimiento de turismo en este sector brindara nuevas oportunidades de trabajo para los habitantes, así como ayudar a la conservación de los recursos que la naturaleza brinda.

El turismo salud busca ofrecer alternativas para la medicina moderna, sea como método de relajación o sanación de ciertos dolores y enfermedades que afectan a los humanos.

Con esta propuesta se buscara potenciar como destino a un balneario que tiene muchas bondades curativas en sus aguas de procedencia natural, tanto turistas nacionales, como extranjeros, de edades variadas podrán disfrutar de estos beneficios que ofrecen un equilibrio mental necesario para una correcta realización de actividades cotidianas.

Las razones personales para escoger este tema responden a la necesidad de ofrecerles la accesibilidad a un destino turístico diferente que beneficia al entretenimiento, recreación y sobre todo a su salud. Además de darle el impulso que necesita el balneario para ser reconocido tanto por turistas nacionales como extranjeros.

Siendo nuestro país variado en flora y fauna, poder darles la oportunidad a los viajeros que disfruten de nuestra naturaleza, rodeados de aire puro, a que conozcan nuestra gastronomía y cultura.

Este destino turístico ha estado en el anonimato o falta de integración como si la han tenido otros sectores del país, se espera beneficiar también a las personas que viven en los alrededores y que se dedican a la venta de productos autóctonos como frutas, miel y agua ardiente. Así como mejorar su calidad de vida ya que se verían beneficiados en lo económico y en lo social porque las vías de acceso



ayudarían al traslado de sus víveres que podrían vender en la ciudad o transportar a sus niños a la escuela con más facilidad.

Los turistas extranjeros en su mayoría son mayores de edad que buscan relajarse y convivir con la naturaleza que mejor manera que ofrecerles un pedazo de nuestra naturaleza para que la disfruten y que cuando regresen a sus países de origen, recomienden un lugar que este a la altura de ser visitado las veces que sean necesarias, para comprender que en Ecuador siendo pequeño de territorio es grande en biodiversidad y recursos.

## **Objetivos de la Propuesta**

### **Objetivo General**

Desarrollar una estrategia integral de reactivación en el balneario de aguas termales Yanayacu, con la finalidad de que se eleve el número de visitantes del turismo salud.

### **Objetivos Específicos**

1. Determinar que la infraestructura este acorde a los requerimientos necesarios de los turistas.
2. Elaborar un plan de promoción turística del balneario para incrementar la afluencia de visitantes hacia este destino turístico.
3. Consolidar una identidad en el balneario para que sea reconocido como un destino en el turismo salud.

## **CAPITULO DOS: MARCO TEORICO**

### **Turismo Salud**

En el mundo existen varios países que integran el grupo de grandes potencias en el turismo, porque han ideado o descubierto la forma de explotar sus recursos de una manera beneficiosa. Dándoles así importantes destinos que llaman la atención de los turistas. Estos destinos no solo ofrecen diversión, entretenimiento y descanso, sino también la manera de curar y aliviar completamente o en algo sus dolencias físicas.

Por tal motivo es que países apuestan a un sector turístico que si bien no es nuevo es muy rentable y beneficioso, porque hace que el turista invierta el dinero en su descanso, relajación y salud, aprovechando los recursos y materiales que la naturaleza brinda, este tipo de turismo es llamado Turismo Salud.

El “Turismo de salud” se genera cuando las personas viajan fuera de su sitio de residencia para someterse a tratamientos médicos, servicios de salud o bienestar (MCIT, 2011).

De acuerdo a Hernández (2005), señala que “Esta modalidad de turismo tiene un crecimiento apreciable debido al estrés de la vida laboral, los períodos de descanso suficientemente prolongados y buen nivel de ingresos de las personas, especialmente en los países desarrollados, quienes buscan un ambiente de relajación y medicina preventiva. Esto ha generado que los termales recobren importancia, además de otras modalidades que ofrecen tratamientos de belleza, relajación, meditación, nutrición, estética, cirugías y post- operatorios”.

El turismo de salud en el mundo ha demostrado un notable crecimiento en los últimos años lo cual manifiesta el gran interés que ha cobrado para las personas a nivel mundial lograr un bienestar y salud óptimos recurriendo a servicios de calidad plenamente reconocidos (Rodríguez, 2011).

Según MCIT<sup>1</sup> (2011) “En 2008 el mercado de este renglón económico alcanzó los 25 mil millones de dólares en el mundo”.

---

<sup>1</sup> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia

Uno de los ejemplos más interesantes del desarrollo de comercial en la prestación de servicios médicos es Cuba, un país que desde el año de 1.980 busca convertirse en una potencia médica mundial y tiene como estrategia para conseguirlo tres frentes: tratamiento de pacientes extranjeros (turismo de salud), capacitación de estudiantes extranjeros en el país y el envío de su personal médico al exterior para mejorar su formación y apoyar labores en países con carencias de salud (Rodríguez, 2011).

Según Nombera (2010) “Los viajes motivados por razones médicas movilizan alrededor de 60,000 millones de dólares y continúa en ascenso”.

Atraer el turismo significa invertir en infraestructura hotelera, mejorar las vías de comunicación, el transporte, servicios de información, protección al turista, etc. Los recursos invertidos se traducen posteriormente en riqueza a través del turismo convirtiéndose en un círculo virtuoso. Cualquier autoridad regional tiene clara esta visión de desarrollo y apostará con decisión las estrategias que apunten a alcanzarla (Nombera, 2010).

### **Naturaleza del Turismo Salud**

La figura del turismo de salud o, con fines de salud en particular, ha cambiado los parámetros tradicionales asociados a la prestación transnacional de servicios. En otras épocas los habitantes de países con bajos y medianos ingresos se trasladaban a los países industrializados en busca de atención especializada. En la actualidad, muchos de los países del primer grupo se han hecho famosos por su buena atención médica, tratamiento de enfermedades y rehabilitación, cirugía y otros procesos, ofrecidos a costos mucho más reducidos que aquellos que ofrecen los países de origen de los turistas (Alleyne, 1990, Vargas, 1993).

Al analizar la naturaleza del turismo de salud es importante considerar que encuadra en un fenómeno más amplio que es el de la globalización, la integración y la regionalización, y que caracterizan la actual escena internacional. Este fenómeno presenta para la salud dos desafíos importantes: 1) la inserción del sector salud en la agenda económica internacional, 2) la necesidad de contar con

estándares para la protección de la salud de las personas en su carácter de consumidoras y 3) para garantizar la seguridad en relación con el intercambio internacional de bienes y servicios de salud (OPS<sup>2</sup>/OMS<sup>3</sup>, 1997).

Según Hurtado (1998) “La motivación principal del turista de salud debe ser recibir atención de salud, ya que el uso de servicios o atención dada por profesionales para atender problemas relacionados con el viaje no se considera turismo de salud. Es por ello que los operadores de turismo incluyen servicios relativos a la salud con el resto de los beneficios que se ofrecen a los turistas, en un paquete con un precio mucho más reducido que si se adquiriera cada servicio por separado. Como el ecoturismo y el turismo de aventura, el turismo de salud es otro tipo de servicio especializado de turismo que se enfoca a una población en particular: las personas que buscan en el exterior servicios relacionados con la salud.

### **Las modalidades del Turismo Salud**

De acuerdo a Hurtado (1998) “Las modalidades del turismo salud se pueden clasificar en 5 grupos”:

- Primer grupo: Servicios terciarios de salud altamente especializados prestados en hospitales. Implican el tratamiento de una enfermedad o condición por medio de servicios que se ofrecen en instalaciones y por profesionales de salud especializados. Estos servicios que incluyen trasplantes, se consideran esenciales para recuperar la salud.
- Segundo grupo: Servicios médicos ambulatorios y dentales que se prestan en consultorios. Este grupo incluye los procedimientos más comunes como controles de salud e implantes dentales. La mayoría de ellos son electivos.

Cirugía estética: Esta es la modalidad más común de intercambio de servicios debido a una serie de factores que incluyen, por ejemplo, no necesitar de referencia de un médico por lo cual los pacientes pueden

---

<sup>2</sup> Organización Panamericana de la Salud

<sup>3</sup> Organización Mundial de la Salud

obtenerlos directamente y no estar cubiertos por seguros médicos por lo cual los pacientes investigan sobre los lugares donde son más económicos y se les garantiza confidencialidad.

- Tercer grupo: Incluyen servicios de salud, que se proveen en lugares distintos a los hospitales, asociados a problemas del comportamiento como es la rehabilitación en casos de abuso de drogas.
- Cuarto grupo: Comprende servicios de promoción y mantenimiento de la salud que se proveen en clubes de salud, complejos o lugares con atributos naturales que son conocidos por efectos positivos sobre la salud. Cubre una serie de actividades y programas que son en su mayor parte preventivos, si bien pueden incluir tratamientos para algunas condiciones de salud.
- Quinto grupo: Incluye aquellas terapias propias de la medicina alternativa.

Según López (2011) “El turismo salud a nivel de mercado se clasifica en cuatro categorías: Medicina curativa, Medicina preventiva, Estética y de Bienestar”.

**Medicina curativa**, que promueve tratamientos para mejorar la calidad de vida de pacientes que padecen una enfermedad. (Cardiología, cirugía general y ortopedia).

**Medicina preventiva**, que identifica factores de riesgo de enfermedades optimizando la salud (manejo de peso, salud masculina, manejo de estrés, cuidados en el embarazo y transiciones de la vejez).

**Estética**, que ofrece procedimientos para mejorar el aspecto físico de las personas.

**Bienestar**, promueve el bienestar en aspectos como: a) social.- mejores relaciones en el desempeño de roles sociales; b) espiritual/mental.- promueve la salud mental y la motivación personal y c) físico/ambiental.- actividad física, talleres de nutrición, tratamientos de spa e interacción con el medio ambiente.

Según Branco, P, Henn, M, Alen, M, & Gonçalves, J. (2011). Desde hace tiempo el agua es utilizada como materia prima para la cura de males y enfermedades y la cura a través del agua fue una de las primeras motivaciones turísticas. “El turismo de salud surge actualmente como alternativa al turismo convencional, en un momento de cambio en los valores de la sociedad, que pasa a entender salud como un concepto más amplio que la ausencia de enfermedad y si como sinónimo de calidad de vida”.

Desde el principio de los tiempos la inmersión del cuerpo en agua y su permanencia en ella fueron utilizadas por los seres humanos como forma de higiene y como forma de mejorar la salud ante determinados males (Pérez Fernández, 2005). Rodríguez Míguez (2001) resalta que en especial los romanos valiéndose del agua, además de obras hidráulicas y de saneamiento construyeron numerosos centros de salud.

Según Rodríguez Míguez (2005) “Los balnearios modernos utilizan el agua para la recuperación, rehabilitación, alivio, mejora y cuidado de la salud integral. Tienen en el agua mineromedicinal su principal materia-prima y a partir del tipo de agua son indicados para el tratamiento de distintas enfermedades.”

Hoy en día el turismo termal es practicado más que nada por gente que también busca sacarle beneficios deportivos a sus vacaciones además de los que buscan diferentes técnicas para mantener a su cuerpo en perfecto estado. Muchas de las ciudades que mantienen fuentes termales han aprovechado el furor de esta clase de turismo para otorgarle a sus establecimientos mayor interés para viajeros, otra razón por la que bien vale la pena poder comenzar la práctica de viajes en búsqueda de destinos termales.

Como bien se puede intuir, existen muchas formas de turismo termal, se tiene tanto fuentes de agua termal en las cuales dejar reposar el cuerpo como también establecimientos dedicados a actividades terapéuticas con sus propias piscinas termales que además de dejar el cuerpo relajado brindan otra clase de servicios. Muchos de estos lugares suelen utilizar la hidroterapia como su principal carta de presentación, así mismo la talasoterapia también es parte fundamental dentro de los tratamientos en base a aguas termales.

De acuerdo a Revista Vistazo (2011) El Plandetur 2020 asocia el turismo de salud con termalismo, medicina ancestral y Spa. El Ministerio de Turismo contrató una consultoría para consolidarlo “como uno de los principales productos turísticos del Ecuador”.

El turismo de salud implica más que infraestructura de primera, médicos capacitados y tarifas bajas. Son necesarias certificaciones, contratos legales, posicionamiento en Internet, congresos y ferias, capacitación en idiomas, acompañamiento permanente para el paciente, acercamiento con facilitadores y aseguradoras. A nivel local Un examen médico puede ser estresante. Sin embargo,

imagine que antes lo llevan en un city tour por una ciudad patrimonial y que después tiene la oportunidad de recuperarse en un spa con aguas termales. (Revista Vistazo, 2011).

Según la CI<sup>4</sup> (2010) En Ecuador tanto los ecosistemas terrestres como los ambientes marinos y costeros tienen una larga trayectoria de uso turístico y recreacional, que se ha fortalecido, en los últimos años, con el desarrollo de múltiples iniciativas de ecoturismo y turismo comunitario, principalmente vinculadas a las áreas protegidas. En este contexto, los servicios ambientales relacionados con el ecoturismo y el turismo comunitario, tales como la belleza paisajística y la provisión de otros atractivos naturales y culturales, cobran singular importancia.

## **Turismo Sostenible**

El turismo sostenible es una actividad económica que tiene la capacidad de contribuir a la conservación de los ecosistemas y aportar al bienestar humano. Sin embargo, la gestión del turismo demanda de políticas e instrumentos de manejo que aseguren el uso sostenible de los recursos naturales y culturales, la satisfacción de los visitantes y la generación de oportunidades económicas para las poblaciones locales. En este sentido, al depender de ecosistemas saludables, el turismo sostenible orientado a la naturaleza puede convertirse en un aliado de la conservación. (CI, 2010).

El desarrollo sostenible del turismo local, con un rostro más humano, exige desde el inicio la participación directa de las comunidades anfitrionas. Ellas quieren mostrar al viajero una forma de vida auténtica que se nutre de una visión del cosmos diferente a otras existentes. Este encuentro le permite al huésped experimentar un contacto directo con la naturaleza y, sobre todo, enriquecerse de una vivencia intercultural, compartiendo múltiples actividades con las familias.

Según Diario El Mercurio de Cuenca (2011) La red “Sumak Pacha” pretende que Cañar y sus comunidades sean uno de los principales referentes y líderes del

---

<sup>4</sup> Conservación Internacional-Ecuador

turismo comunitario en el Ecuador. Para ello, la oferta turística que se ofrece es variada y se basa sobre todo en la riqueza natural y cultural de la zona. No en vano, Cañar es la capital cultural y arqueológica. Cada uno de los centros de turismo comunitario, que conforman la red tienen unas características diferentes y ofrecen unos productos turísticos originales y aptos para el turismo, tanto local como nacional e internacional. Los centros están localizados en las comunidades: La Ventura, Sisid, Caguanapamba, la Carboneria, Chuchucan y Charon Ventanas.

## **Marco Referencial**

### **Turismo Salud en América Latina**

El turismo salud ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años a nivel mundial. Hay proyecciones que indican el crecimiento será vigoroso en las próximas décadas. Muchos países en América Latina ya han venido preparándose para participar activa y exitosamente tales como Costa Rica, Colombia, México, Argentina y Panamá son ejemplos notables.

El impacto que traerá el turismo salud en América latina debido a la pronunciada promoción que ciertos países están haciendo, podría tener un efecto positivo y multiplicador en las economías nacionales, debido a que esto genera:

- Creación de empleos.
- Mejoramiento de las infraestructuras relacionadas al turismo salud.
- Inversión por parte de gobiernos y empresas privadas.
- Importantes ingresos de divisas, dependiendo del producto o servicio que se ofrece.
- Incremento del número de visitantes o turistas.
- Diversificación interna de la oferta turística de los países
- Encadenamientos productivos entre sectores económicos (hoteles, spa's, clínicas, hospitales, balnearios termales, compañías de transporte, empresas de alquiler de vehículos, etc.)

Según Luis Guillermo Plata, Ministro de Industria, Comercio y Turismo (2012), *“El sector salud en Colombia es muy fuerte, razón por la cual es*



*importante la llegada al país de pacientes o turistas para practicarse tratamientos estéticos, principalmente. Además el Ministro Plata ha señalado que la expectativa de crecimiento de visitantes en el tema de turismo de salud para los próximos años será fundamental, además de la excelencia en la medicina colombiana, por los altos costos de los tratamientos en regiones como Estados Unidos y Europa, donde muchas veces la relación de precios con respecto a Colombia es de siete a uno”.*

Es por eso que dentro de las posibilidades de generar recursos en este campo es necesario apuntar a la consolidación de servicios de bienestar y descanso como una de las categorías con mayores ingresos para el país en la medida en que se invierta en la construcción y adecuación de establecimientos como spas, balnearios termales y centros de estética.

### **Turismo Salud en Europa**

En el continente europeo específicamente en España este tipo de turismo ha crecido un 38% en los últimos cinco años, alcanzando la cifra de diez millones de turistas, quienes se han desplazado a un balneario o centro termal con el fin de relajarse y desconectar. Esto se debe a que en tales centros o spas encontramos un mundo de bienestar que ya no está reservado a unos pocos o a gente de mediana edad. Ahora estos programas son tan atractivos que atrapan a un público diverso que busca sentirse mejor con uno mismo.

España, seguida de Italia y Austria, se sitúa en los primeros destinos escogidos por los europeos para desconectarse y relajarse. Las instalaciones que ofrecen son modernas y están dotadas de última tecnología. Y, en la mayoría de casos, están ubicadas en zonas rurales de belleza espectacular, cerca del mar o de las ciudades principales que después se pueden visitar. La idea de estos turistas es escoger hoteles que ofrezcan servicios completos, como spa o zonas de agua, tratamientos de belleza o programas de bienestar, como chocolaterapia y masajes orientales. El turismo de salud en estos países apuesta por la mejora de la calidad de vida de los usuarios y sigue en ascenso.

Según Canalis (2011), en un artículo menciona que “Los turistas europeos realizan cerca de 9,4 millones de viajes al extranjero cada año para disfrutar de unas vacaciones de reposo en un balneario o en algún spa o bien para someterse a un tratamiento médico”. Esto da a entender que los ciudadanos europeos son cada vez más conscientes de la importancia de mantenerse en un estado saludable y con energía. De ahí que ganen popularidad los tratamientos para reducir el estrés o para mantenerse en forma en el trabajo. La edad media de este viajero es de 48 años.

Por lo general las aguas termales se caracterizan por estar ubicados generalmente en espacios naturales o de interés paisajístico, tienen una gran tradición cultural, y el valor añadido de poseer aguas exclusivas declaradas de utilidad pública. Así mismo se encuentran cerca de ciudades o poblaciones lo que significa que la demanda de estos destinos turísticos beneficia no solo a estos balnearios sino también a sus habitantes alrededor de las inmediaciones termales.

Según Gibert (2011), La Organización Mundial de la Salud (OMS.) estableció en 1989, como recurso a tener en cuenta, el tratamiento de diversas afecciones por medio de las aguas termales, por considerar que se trata de una de las actividades de “salud” más importantes para mejorar lo que se denomina “calidad de vida”. En Once países de Europa, entre ellos Alemania, Bélgica y Francia, a modo de ejemplo, la terapéutica termal está incorporada a los respectivos Sistemas de Seguridad Social. Es decir que está incluida en los nomencladores, para ser recetados como cualquier tratamiento. Los médicos especializados en estos temas, coinciden en que no se trata de una medicina alternativa, sino más adecuadamente, complementaria. Porque no reemplaza a otras “medicinas”. Sino que ayuda en el tratamiento de muchas dolencias, complementando los tratamientos ortodoxos.

En nuestro país contamos con varias piscinas termales ubicadas en diferentes regiones, que gozan de gran afluencia de turistas como es el caso de las aguas termales de San Vicente, que ha logrado una gran reputación durante varios años y ha podido mantenerse entre las termas más visitadas, debido a sus instalaciones mejoradas, su buena atención, servicios que ofrecen y por las bondades que sus aguas provocan en sus visitantes.

El turismo salud debido a las termas, piscinas de lodo y tratamientos con agua en países del viejo continente es un éxito, es por tal motivo que en países latinoamericanos y sobre todo en nuestro país el turismo salud está comenzando a ser tomado en cuenta como una manera alternativa de hacer turismo, generar empleo, obtener fuentes de ingreso económico, promocionar nuestras riquezas naturales y brindar beneficios que el cuerpo humano requiere.

## **Marco Conceptual**

El **Turismo Salud** se refiere a todas las actividades que realiza una persona al desplazarse de su localidad a otra por más de un día y menos de un año implicando el tener que hospedarse por lo menos una noche, teniendo como motivo principal o alterno el recibir algún servicio de salud o bienestar, o bien acompañar a otra persona que lo recibirá. (AMTS<sup>5</sup>, 2010). Puede ser domestico cuando se realiza dentro de su mismo país o internacional cuando es fuera de su país.

El **turismo medico** es el realizado por un paciente y/o su acompañante que se desplazan de una localidad a otra dentro o fuera del pais, por más de un día y menos de un año, solicitando servicios médicos: preventivos, diagnósticos o terapéuticos, estos pueden ser pagados o subsidiados con recursos del mismo paciente, de una aseguradora privada o de una institución de salud oficiales. (AMTS, 2010)

**Turismo de Bienestar** es el realizado por un consumidor y/o su acompañante, que se desplazan de una localidad a otra dentro o fuera de su pais, por más de una día y menos de un año solicitando servicios de bienestar, con el fin de verse y sentirse mejor, además de mejorar su estilo de vida. (AMTS, 2010)

**Spa** es un establecimiento donde se proporcionan terapias relajantes, revitalizantes, estéticas, de salud, nutrición, acondicionamiento físico y que cuenta con al menos una forma de hidroterapia. Los tipos de Spa que existen son a) Spa de día, b) Spa de Destino y c) Spa Medico. (AMTS, 2010)

---

<sup>5</sup>Asociación Mexicana de Turismo de Salud, A.C.

**Termalismo y balneoterapia** (thermos=caliente) son tratamientos con aguas mineromedicinales o instalaciones próximas a un manantial. (AMTS, 2010)

**Talasoterapia** (griego thalaso=mar) es el aprovechamiento del agua de mar como agente terapéutico. En 1913 se constituyó en Francia la asociación internacional de talasoterapia. Los efectos dependen de la localización geográfica. Puede ser en mar cerrado o abierto. (AMTS, 2010)

La **hidroterapia** es el uso del agua (común, mineromedicinal, marina, aprovechando la termalidad y la acción hidromecánica) con fines terapéuticos. "La palabra hidroterapia significa tratamiento a través del agua" (Viñas; 1994). La **crenoterapia** es el tratamiento preventivo y curativo con las aguas mineromedicinales y sus gases espontáneos en centros dotados de equipamientos especializados. (San José Arango; 2000).

Según la Sociedad Española de Hidrología Médica (2006) **Balneario** es un conjunto de instalaciones sanitarias próximas al manantial en donde se lleva a cabo la aplicación de las aguas mineromedicinales.

Las **aguas mineromedicinales** "son aguas bacteriológicamente no contaminadas que, procedentes de una fuente subterránea natural o captada, con determinada mineralización y pueden inducir efectos favorables para la salud, y estar reconocidas por las autoridades pertinentes del país de origen" (Rodríguez Míguez, 2001).

**Medicina Alternativa** es cualquier práctica de curación que no sea la medicina general u ortodoxa y que no se estudia comúnmente en las escuelas de medicina convencional. Por ejemplo, la quiropráctica, la medicina naturopática, etc. Es el término que más de moda se ha puesto. A veces, se utiliza junto a la medicina complementaria. (Glosario Energía Molecular, 2011)

**Medicina Complementaria** en Europa, y especialmente Inglaterra, se la llama comúnmente a la medicina natural, medicina complementaria, insinuando que ésta complementa a la medicina convencional. Las terapias incluidas son básicamente las mismas que de la medicina naturopática. (Glosario Energía Molecular, 2011)

**Medicina Folklórica** es el uso de terapias generalmente naturopáticas, pero con particularidades regionales y populares de diferentes países. Casi siempre los conocimientos se traspasan por generaciones de boca a boca, y muchas veces las

recomendaciones no han pasado por el examen científico. Eso uso de plantas, masajes y otros rituales son comunes. (Glosario Energía Molecular, 2011)

**Medicina Natural** denota la medicina que utiliza los métodos más naturales para curar: las plantas, el agua, la alimentación, etc. Es el “nombre universal” para designar la nueva práctica médica. (Glosario Energía Molecular, 2011)

**Medicina Naturopática** significa lo mismo que medicina natural, pero es el término utilizado por las escuelas acreditadas de medicina naturopática en los Estados Unidos, para distinguir a sus profesionales. Las licencias de los Estados donde se reglamenta la profesión también usa este término. Los médicos naturopáticos brindan cuidado primario de la salud, pero prescriben mayormente terapias naturales. (Glosario Energía Molecular, 2011).

**Ecoturismo** es aquella parte del turismo que consiste en ir a áreas naturales, relativamente sin perturbarlas, con el objeto expreso de ir a ver, a admirar, a disfrutar y a estudiar los elementos naturales que hay allí (paisaje, flora, fauna) junto con aquellos elementos culturales asociados que se pueden encontrar, pero todo garantizado por un proceso de bajo impacto negativo y con la participación de las poblaciones locales, para que ellas obtengan algún beneficio socioeconómico sostenible de este proceso. (Gobernación de Amazonas, 2012)

**Turismo sostenible** son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. (Asociación de Monitores Medioambientales Almirajara, 2008).

Según la FEPTCE<sup>6</sup> (2009) “El **Turismo comunitario** es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados”. Además Turismo

---

<sup>6</sup>Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

Comunitario significa Turismo Responsable, en el respecto del medio ambiente y de la sensibilidad de la Comunidad huésped.

## **Método de Investigación**

### **Metodología Cuantitativa**

Este tipo de metodología permite examinar los datos o información de manera numérica, presenta como estrategia de investigación el empirismo o positivismo metodológico, es decir, se centra en los aspectos observables susceptibles de cuantificación, y utiliza la estadística para el análisis de los datos. Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación de naturaleza sea lineal, o que exista claridad entre estos elementos que conforman el problema, y además que sea posible definirlos y limitarlos. El nivel de observación será directo (sobre sujetos investigados) y extensiva (realizada en grandes grupos de población).

Se considera que el enfoque a utilizar para esta investigación es el Cuantitativo, porque busca utilizar la recolección y el análisis de datos para resolver preguntas de investigación sobre el tema determinado, además de comprobar hipótesis establecidas. Por medio de análisis donde se utiliza procedimientos estadísticos y matemáticos

### **Tipo de Investigación**

Investigación descriptiva, la cual trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta; comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, el enfoque se realiza sobre conclusiones dominantes, o sobre como un elemento se conduce o funciona en el presente.

El tipo de investigación la descriptiva, el cual busca conocer las situaciones a través de la descripción exacta de los diferentes problemas del tema a investigar.

Entre los problemas de esta investigación se encuentran: Adecuación de infraestructura necesaria para recibir turistas, falta de señalización y vías de acceso en épocas de lluvia, contaminación por parte de los visitantes al balneario, falta de una mejor promoción turística del lugar.

### **Técnicas de Investigación**

La Encuesta, tiene como propósito describir que condiciones existen, además de identificar normas o patrones, y brindar información valiosa para determinar las relaciones que existen entre acontecimientos específicos de un tema.

La Entrevista, cuya intención es la de obtener información de una manera más profunda y directa en torno a la labor de un individuo o grupo de personas, para poder entender y analizar las opiniones que los entrevistados tengan sobre un determinado tema.

Las técnicas a emplear en esta investigación son la encuesta, en el cual utiliza un grupo de preguntas abiertas o cerradas las cuales están diseñadas para generar los datos para alcanzar los objetivos de recolección de información propuestos en la investigación. Por otro lado la entrevista con la cual se podrá ahondar profundamente dentro del universo del entrevistado, para recaudar información de manera más personal sobre las problemáticas del estudio.

### **Preguntas:**

- 1) ¿El balneario de aguas termales Yanayacu posee instalaciones adecuadas para la recepción de turistas?
- 2) ¿Las personas que administran y trabajan en el lugar están correctamente capacitadas para hacerlo?
- 3) ¿El actual estado del balneario permite brindar un aporte necesario para el desarrollo del turismo salud?
- 4) ¿La comunidad Yanayacu está preparada para atender correctamente a los turistas.

## **CAPITULO TRES: INVESTIGACION DE MERCADO**

### **Introducción**

El estudio de mercado es un método que ayuda a conocer clientes actuales y a los potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, se podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado (PROMODE<sup>7</sup>, 2000).

Según Muñiz (2012) “Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

### **Tamaño de Muestra**

El universo para el cálculo de la muestra a elegir es el número de turista que ingresan anualmente a la población de La Troncal cuyo número estimado de visitantes es 16320. (MINTUR, 2011).

La formula a usarse será

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Ya que se conoce cuantos elementos tiene la población escogida, donde “N” representa el universo, “e” es el error de estimación, y “n” es el tamaño de la muestra. Se ha establecido un nivel de confianza de 95% y un error del 5%.

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(1-0,5)(16320)}{(16320)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(1-0,5)}$$

---

<sup>7</sup> Programa de Capacitación y Modernización Empresarial, año 2000



$$n = \frac{(3,8416)(0,5)(0,5)(16320)}{(16320)(0,0025) + (3,8416)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{15673,728}{41,7604}$$

$$n = 375,32$$

Esto significa que es necesario estudiar a 375 personas mediante encuestas.

### **Tipos de Muestreo**

Según Pinto (2004) “El muestreo es el procedimiento mediante el cual seleccionamos una muestra representativa de la población objeto de estudio”.

El tipo de muestreo a utilizar será el muestreo por conveniencia que se aplica cuando los elementos seleccionados se encuentran en el lugar y momento adecuado, como terminales de autobuses, paradas, restaurantes, instalaciones turísticas.

Vale recalcar que el enfoque será cuantitativo.

### **Técnicas para la recogida de datos**

Se utilizarán encuestas y entrevistas la encuesta se utiliza para conocer la opinión sobre un tema y que consiste en realizar muchas preguntas a través de un cuestionario escrito, y la entrevista es una conversación que se realiza con el entrevistado con el fin de obtener información por medio de preguntas previamente definidas y es el entrevistador el que dirige la entrevista.

## **Entrevista**

El propósito de la entrevista es saber en profundidad otros problemas que afecten diariamente al balneario, recopilar datos que solo el entrevistado podría saber tales como ingreso y pérdidas de ganancias, el por qué de estas, número de visitas, recomendaciones de visitantes, si reciben algún apoyo privado o del estado. También se podrá confirmar los problemas conocidos y ver si ya tienen posibles soluciones o aun no se piensa hacer nada, toda esta será información válida que ayudara al desarrollo del proyecto para en un futuro beneficiar al balneario.

El tipo de entrevista a ser aplicada será no estructurada de carácter mixta donde no habrá un cuestionario fijo, ni se plantearan preguntas prefijadas, sino que sigue una especie de guía de entrevista en las que se detallaran, no las preguntas sino las áreas que han de ser exploradas tales como calidad del servicio, como se manejar el lugar, problemas en su macro y micro entorno, deficiencias, beneficios, anécdotas, ingresos o egresos económicos, etc.

## **Encuesta**

Con las encuestas los datos que se pretende obtener es identificar que tipos de turistas estarían dispuestos a visitar el balneario e informar si las personas conocen lo que significa turismo salud.

El tipo de encuesta a utilizar según el objetivo será descriptiva porque se buscara reflejar o documentar las actitudes de los encuestados, y para la recolección de datos se harán de 2 maneras físicas por escrito y digitalizadas por internet. Cada encuesta tendrá 11 preguntas de las cuales habrá preguntas dicotómicas o cerradas que son para determinar una postura la del SI o NO, también tendrá preguntas abiertas que le permite al encuestado responder con sus propias palabras a la pregunta formulada, y preguntas con opción múltiple donde se podrán elegir más de una respuesta.

## **Técnicas de análisis de datos**

Son las distintas operaciones a las que serán sometidos, los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y coordinación si fuere el caso.

La técnica de análisis de datos en forma cuantitativa se realizara a través de la aplicación de la estadística descriptiva, la cual permitirán que los datos sean agrupados y ordenados en tablas o cuadros, así como en forma grafica, utilizando el programa Excel para Windows de Microsoft. Para esto es necesario seguir los siguientes pasos:

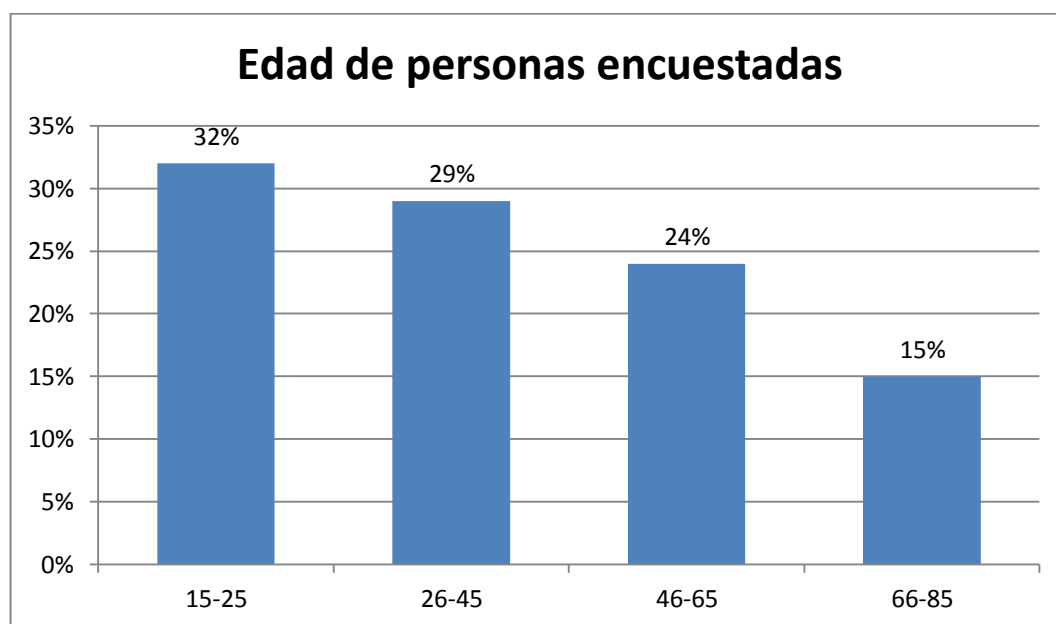
- a) Decidir el programa de análisis de datos que se utilizará.
- b) Explorar los datos obtenidos en la recolección.
- c) Analizar descriptivamente los datos por variable.
- d) Visualizar los datos por variable
- e) Evaluar la confiabilidad, validez y objetividad de los instrumentos de medición utilizados
- f) Analizar e interpretar mediante pruebas estadísticas las hipótesis planteadas (análisis estadístico inferencial)
- g) Realizar análisis adicionales
- h) Preparar los resultados para presentarlos.

## TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE LAS ENCUESTAS

### Edad de personas Encuestadas

Tabla# 1: Edad de personas encuestadas  
Elaboración: Autor del Proyecto

Edad de las personas encuestadas	Numero de Encuestados	Promedio
15-25	119	32%
26-45	110	29%
46-65	91	24%
66-85	55	15%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



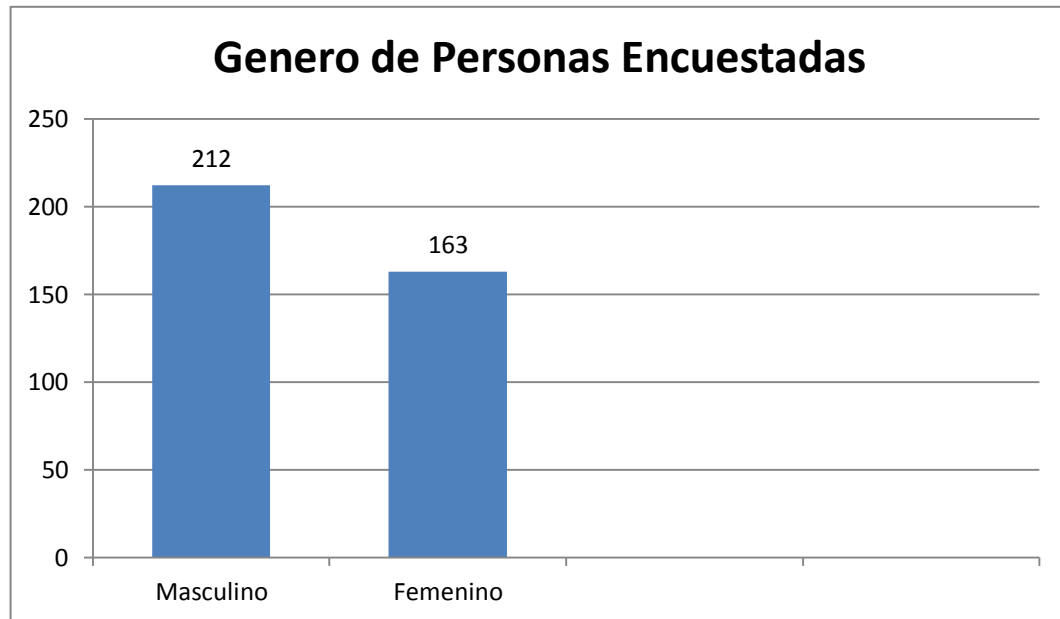
Grafico#1: Edad de personas encuestadas  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** El mayor porcentaje de encuestados son las personas que tienen edades de entre 15 a 25 años, mientras que el menor porcentaje de encuestados corresponde a las edades comprendidas entre 66 a 85 años las personas llamadas de la tercera edad.

## Genero de las personas Encuestados

Tabla# 2: Genero de personas encuestadas  
Elaboración: Autor del Proyecto

Encuestados		Promedio
Hombres	212	57%
Mujeres	163	43%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



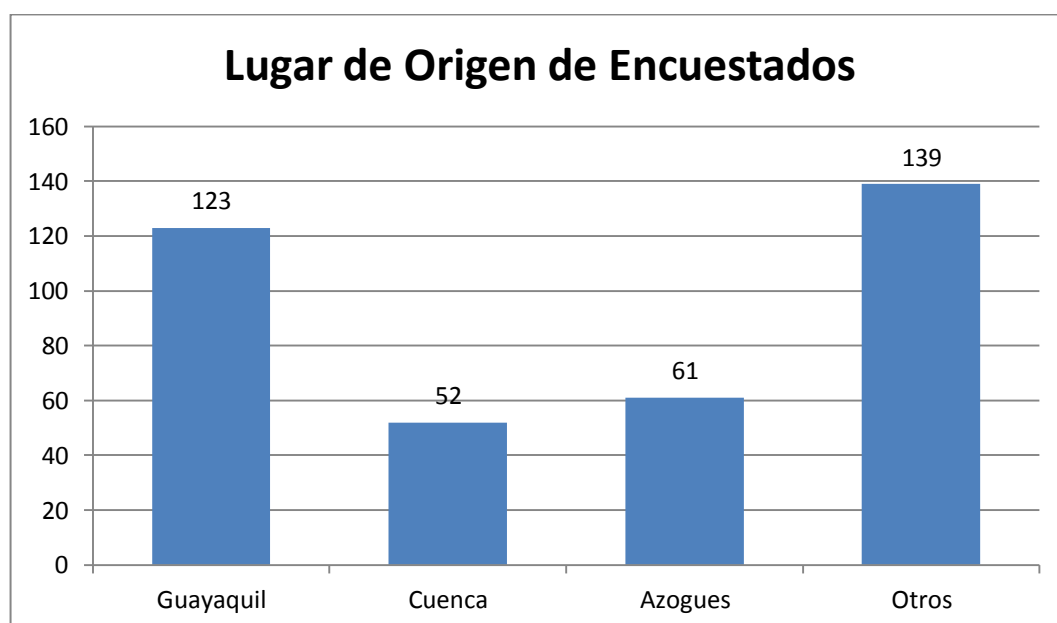
Grafico#2: Genero de personas encuestadas  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** El 57% de los encuestados corresponde a 212 personas con el género masculino, mientras que el 43% de los encuestados corresponde a 163 personas con el género femenino.

## Lugar de Origen de los Encuestados

Tabla# 3: Lugar de origen de los encuestados  
Elaboración: Autor del Proyecto

Lugar de origen	Número de personas	Promedio
Guayaquil	123	33%
Cuenca	52	14%
Azogues	61	16%
Otros	139	37%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



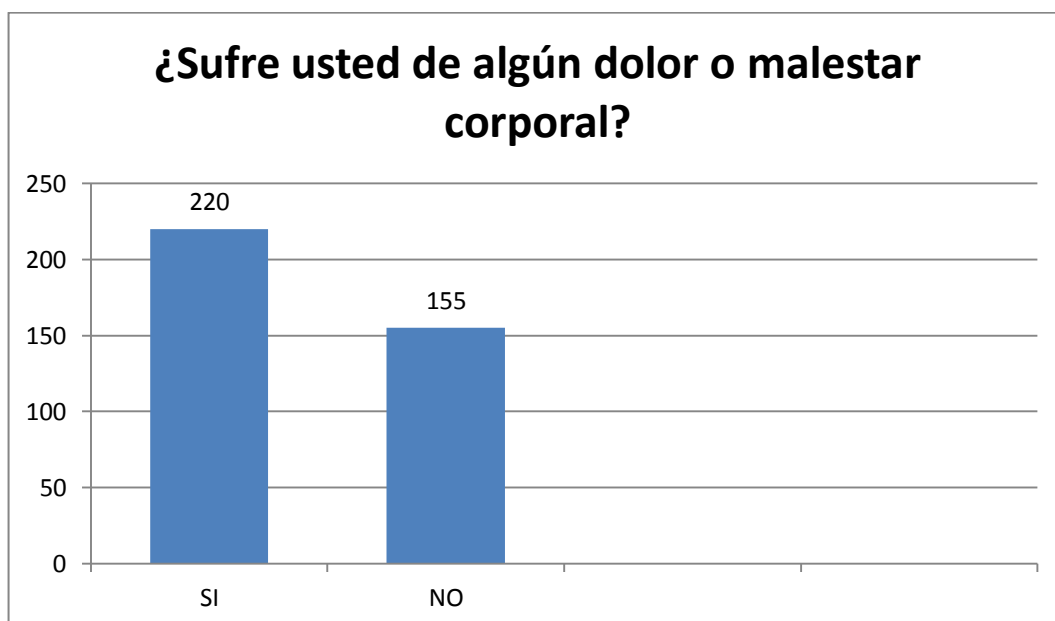
Gráfico#3: Lugar de origen de los encuestados  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** El mayor porcentaje con un 37% de encuestados corresponden a personas de distintas ciudades tanto nacionales como extranjeras, le siguen guayaquileños con 33%, azogueños con 16% y cuencanos con 14% de encuestados.

1) ¿Sufre usted de algún dolor o malestar corporal?

Tabla# 4: Pregunta#1 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Si	220	59%
No	155	41%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



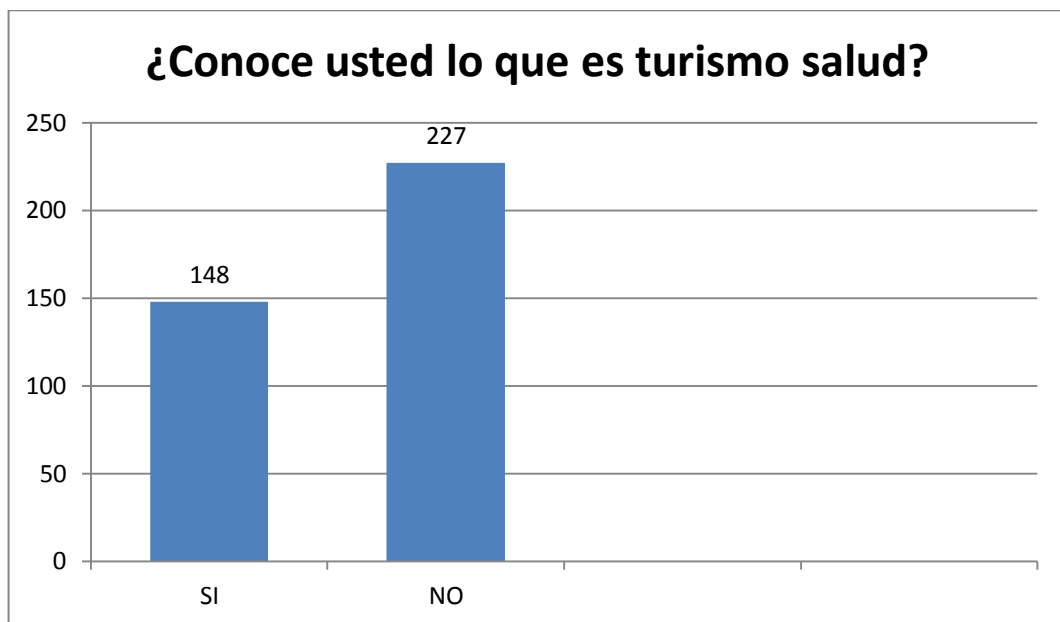
Grafico#4: Pregunta#1 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** Los encuestados al responder la pregunta han contestado con un SI 220 personas lo que significa el 59%, mientras que con un NO han contestado 155 personas lo que significa el 41% del total.

2) ¿Conoce usted lo que es turismo salud?

Tabla# 5: Pregunta#2 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Si	148	39%
No	227	61%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



Grafico#5: Pregunta#2 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

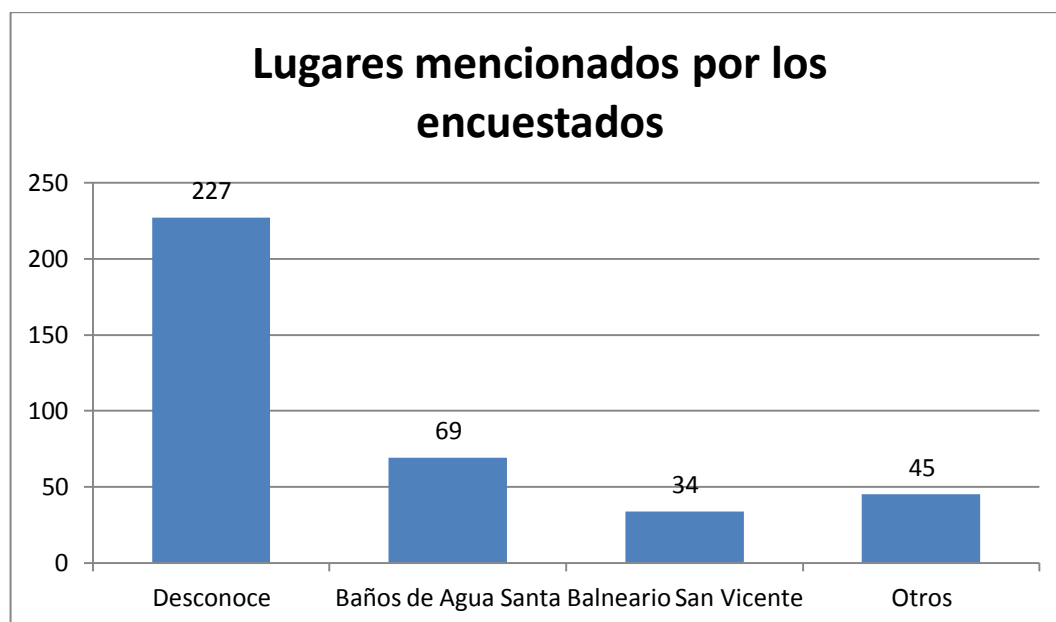
**Interpretación:** Al responder la pregunta de los 375 encuestados, con un NO respondieron 227 personas lo que significa el 61%, mientras las personas que contestaron con un SI fueron 148 lo que corresponde al 39%.



3) **¿Podría usted mencionar el nombre de algún lugar en el país donde se realice turismo de salud?**

Tabla# 6: Pregunta#3 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuestas sobre lugares	Numero de Encuestados	Promedio
Desconoce	227	61%
Baños de Agua Santa	69	18%
Balneario San Vicente	34	9%
Otros	45	12%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



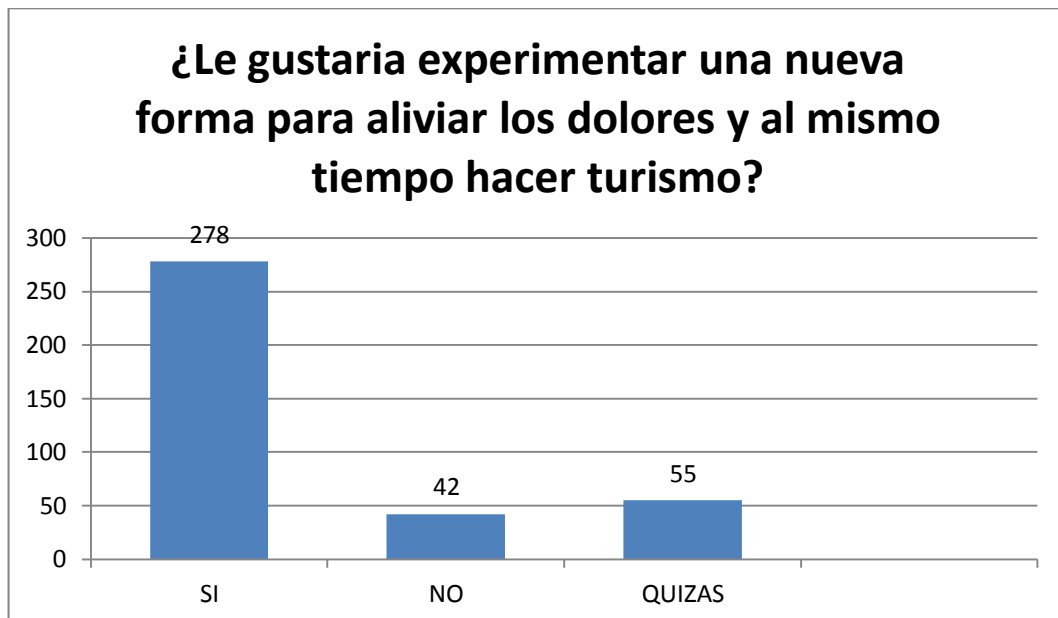
Grafico#6: Pregunta#3 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** El 61% de los encuestados desconoce algún lugar donde se practique turismo salud, mientras que un 18% nombro a la ciudad de Baños, un 9% al balneario de San Vicente y un 12% menciono otros lugares.

4) ¿Le gustaría experimentar una nueva forma para aliviar los dolores y al mismo tiempo hacer turismo?

Tabla# 7: Pregunta#4 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Si	278	74%
No	42	11%
Quizás	55	15%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



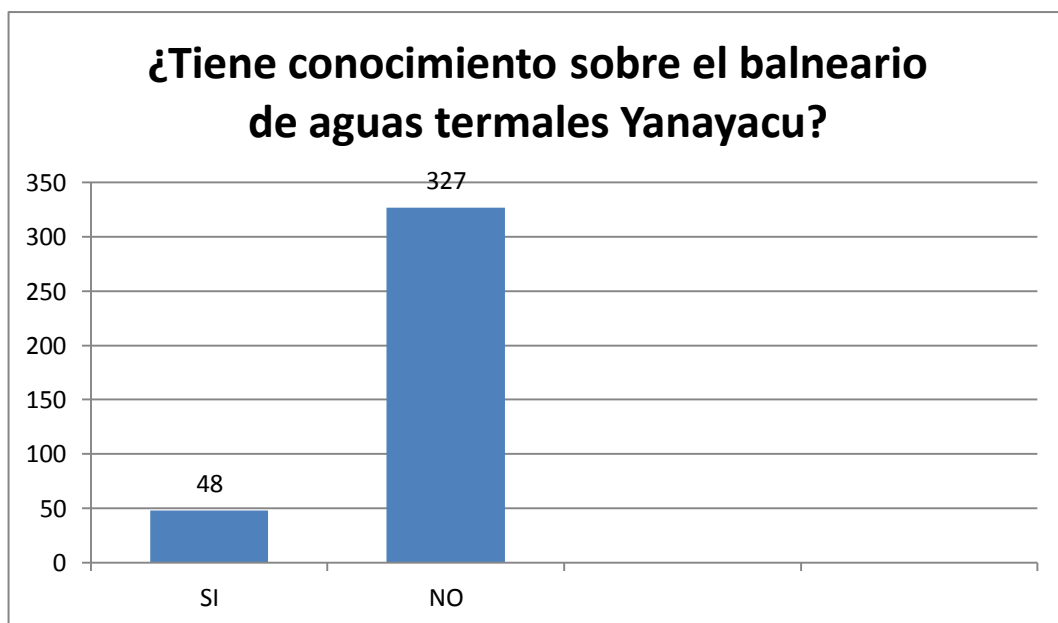
Grafico#7: Pregunta#4 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** EL 74% de los encuestados SI estarían dispuestos a experimentar una nueva forma para aliviar sus dolores, mientras que un 11% NO lo estaría y un 15% dejo abierta la posibilidad respondiendo con un Quizás.

5) ¿Tiene conocimiento o ha escuchado sobre el balneario de aguas termales Yanayacu?

Tabla# 8: Pregunta#5 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Si	48	13%
No	327	87%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



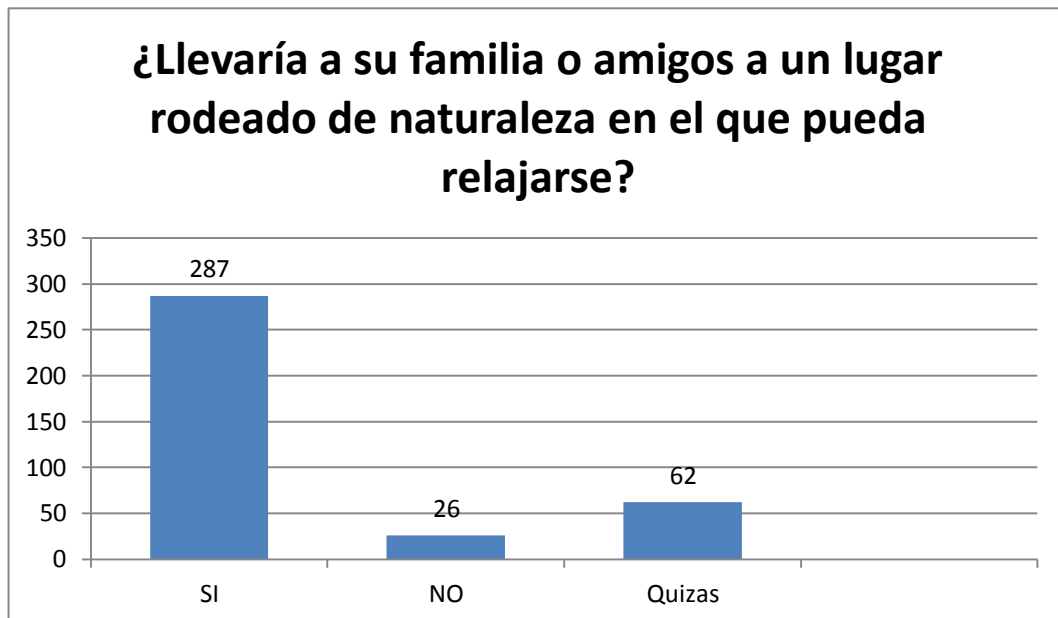
Grafico#8: Pregunta#5 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** De los encuestados totales 327 contestaron que NO conocen el balneario lo que corresponde al 87%, mientras que el 13% correspondiente a 48 personas respondieron que SI tienen conocimiento del balneario de aguas termales.

6) ¿Llevaría a su familia o amigos a un lugar rodeado de naturaleza en el que pueda relajarse?

Tabla# 9: Pregunta#6 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Si	287	76%
No	26	7%
Quizás	62	17%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



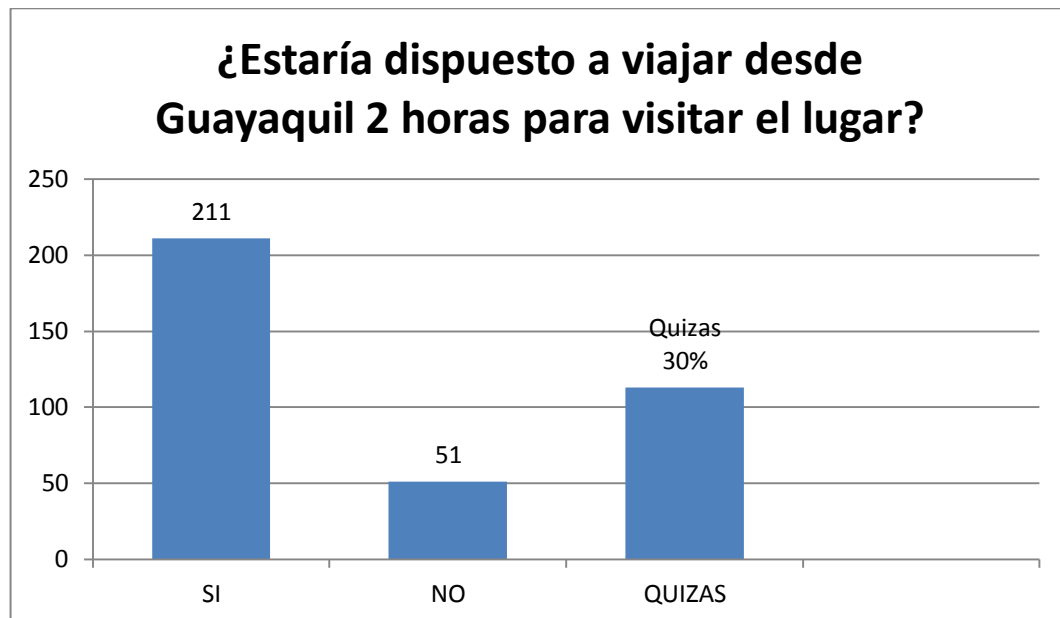
Grafico#9: Pregunta# 6 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** El 76% de los encuestados SI llevaría a su familia o amigos a un lugar rodeado de naturaleza para buscar relajación, mientras que un 17% respondió con un Quizás y un 7% contestó con un NO.

7) ¿Estaría dispuesto a viajar desde Guayaquil 2 horas para visitar el lugar?

Tabla# 10: Pregunta #7 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Si	211	56%
No	51	14%
Quizás	113	30%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



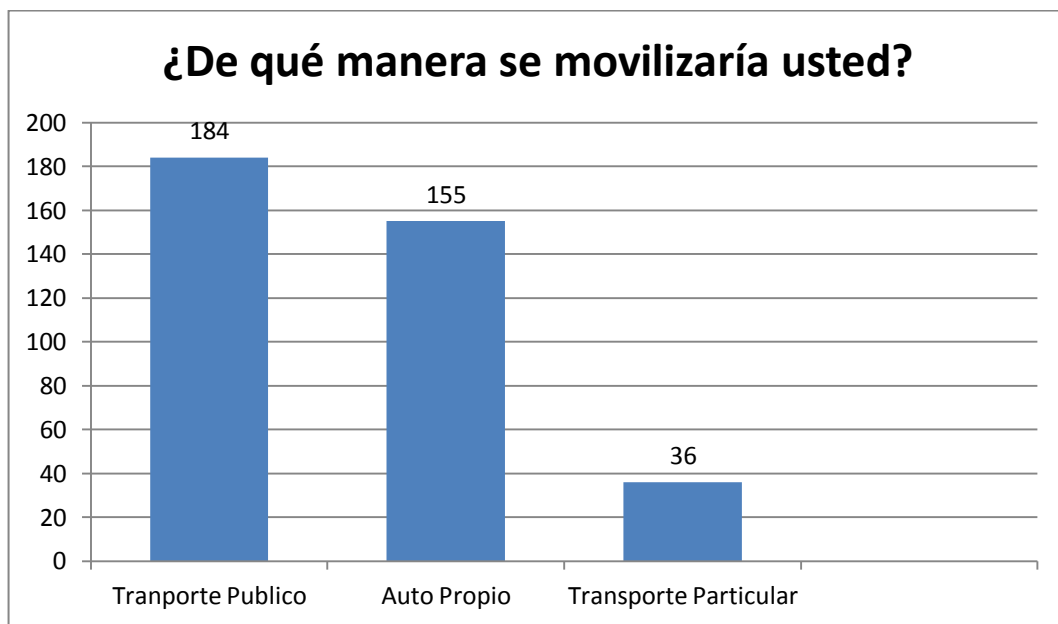
Grafico#10: Pregunta #7 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** Del número total de encuestados 211 respondieron que SI lo cual corresponde al 56%, mientras que 113 respondieron Quizás con un porcentaje del 30% y 51 encuestados respondieron que NO con un porcentaje del 14%.

8) ¿De qué manera se movilizaría usted?

Tabla# 11: Pregunta #8 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Transporte Publico	184	49%
Auto Propio	155	41%
Transporte Particular	36	10%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



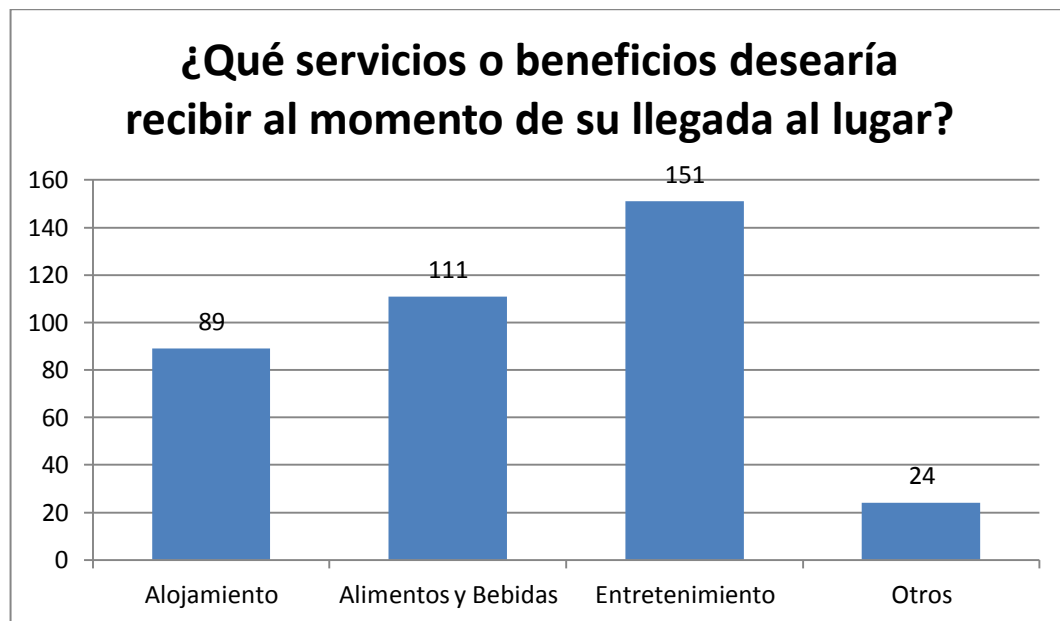
Grafico#11: Pregunta #8 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** El 49% de los encuestados han respondido que se movilizarían mediante transporte público, otro 41% respondió que viajaría en auto propio y un 10% que utilizaría transporte particular.

9) ¿Qué servicios o beneficios desearía recibir al momento de su llegada al lugar?

Tabla# 12: Pregunta #9 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Alojamiento	89	24%
Alimentos y Bebidas	111	30%
Entretenimiento	151	40%
Otros	24	6%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



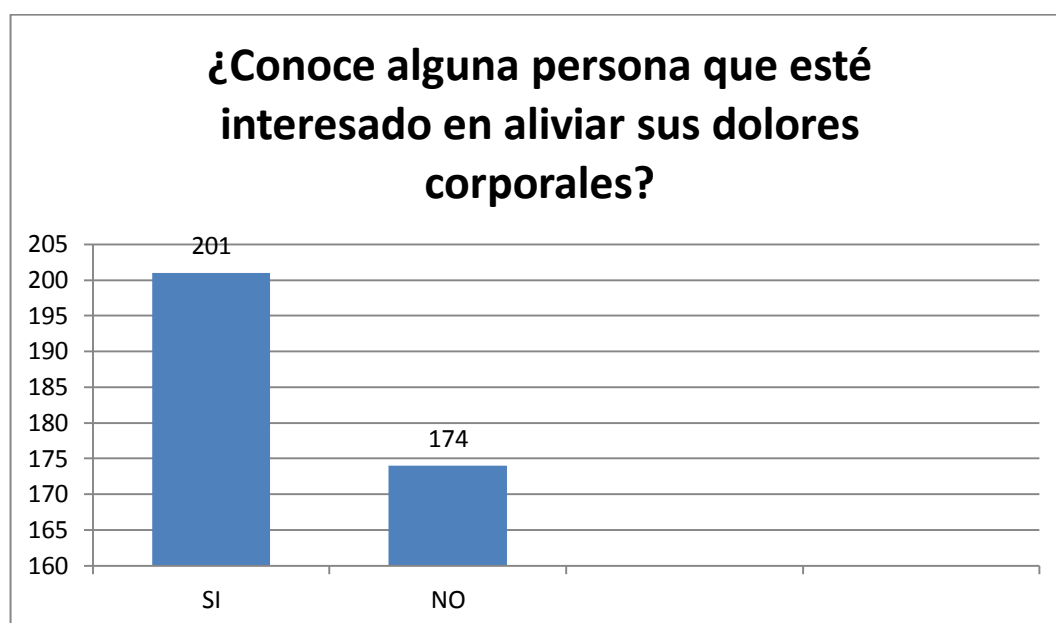
Grafico#12: Pregunta #9 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** El 40% de los encuestados han respondido que desearían entretenimiento como servicio o beneficio, el 30% se ha decidido por alimentos y bebidas, un 24% prefiere el alojamiento y el 6% desearía otros servicios.

**10) ¿Conoce alguna persona que esté interesado en aliviar sus dolores corporales?**

Tabla# 13: Pregunta# 10 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Si	201	54%
No	174	46%
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>



Grafico# 13: Pregunta #10 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** El 54% de los encuestados SI conoce de alguna persona interesada en aliviar sus dolores corporales, mientras que el 46% NO conoce alguna persona interesada.



## 11) ¿Qué vínculo tiene con esa persona?

Tabla# 14: Pregunta #11 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

Respuesta	Numero de Encuestados	Promedio
Familiar	84	42%
Amigo	62	31%
Compañero de Trabajo	20	10%
Conocido	35	17%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

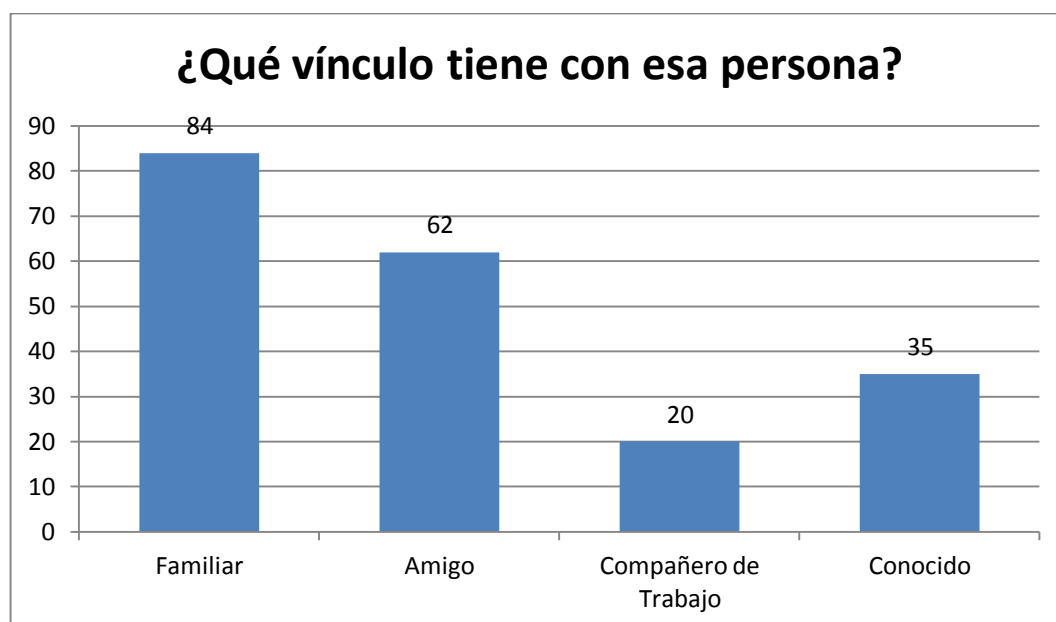


Gráfico #14: Pregunta #11 de la encuesta  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** De 201 encuestados que en la anterior pregunta respondieron que SI conocían a alguna persona interesada en aliviar sus dolores respondieron que el vínculo con esa persona para el 42% es un familiar, para el 31% se trata de un amigo, para el 17% simplemente un conocido y para el 10% un compañero de trabajo.

## **CAPITULO CUATRO: GENERALIDADES DE YANAYACU**

### **Ubicación Geográfica**

La comunidad Yanayacu pertenece a la provincia de Cañar y está ubicada en el Recinto Cochancay, en el km. 83 de la Vía Tambo- Durán, se encuentra a una altura de 273 m.s.n.m. Sus coordenadas geográficas son Latitud de 02°, 27', 21.0", y una Longitud de 079°, 15', 38.3". Actualmente el balneario de aguas termales Yanayacu es el único de la zona.

### **Reseña Histórica**

Yanayacu era una parada obligatoria de los más avezados caminantes y arrieros en la época de la colonia que bajaban de la Cordillera Andina para ir a Guayaquil y Milagro, que eran los centros de comercio en aquella época. Yanayacu era un remanso de paz y descanso, que recibía a estos visitantes con sus aguas termales y llenas de minerales, revitalizando sus cuerpos cansados para poder seguir el camino hacia su destino.

En el año 1960, al ir en busca de madera el espíritu visionario de Don Rafael Olmedo Peralta un pequeño empresario que construía gabarras en sus aserraderos, tuvo la idea de adecuar los pozos de aguas termales y es ahí donde inicia la implementación del complejo Yanayacu, dando paso a la construcción de un pequeño carretero de acceso y a la perforación del suelo para la recolección de las aguas termales de origen volcánico para sus piscinas.

En el mes de marzo de 1961 el Dr. José Munzón decano de la facultad de bioquímica de la Universidad Central de Quito, realiza el primer estudio para determinar la composición y propiedades del agua de Yanayacu.

### **Acceso**

El acceso a la comunidad y al balneario propiamente desde la carretera es de 2 Km. aproximadamente el cual se lo puede realizar en autos pequeños bicicletas o

incluso caminando. Sin embargo el acceso se dificulta en gran cantidad en las épocas de lluvia ya que las vías de acceso son frágiles y con el agua se transforma en lodo.

### **Transporte**

Actualmente no existen cooperativas de transporte que lleven a los turistas directamente hacia este destino, debido a la mala condición de las vías de acceso y a la poca afluencia de visitantes de otras provincias. Sin embargo la cooperativa de transporte La troncaleña avanza hasta La Troncal y Cochancay, desde donde se puede contratar servicios de transporte particular para dirigirse al balneario, tales como camionetas o tricimotos, lo cual no es nada económico. Por lo cual es recomendable viajar en auto propio.

### **Clima**

Debido a la altura en la que se encuentra este lugar, se nota un cambio de vegetación y de clima, semejándose más al clima de la sierra sin alejarse mucho de la costa. Su temperatura oscila entre 18°C y 24°C. Esta región tiene 2 etapas climáticas muy bien marcadas las cuales son: la época lluviosa que ocurre entre los meses de diciembre y mayo así como la época seca que ocurre entre los meses de junio y noviembre.

### **Características Socioeconómicas**

La población de la comunidad actualmente posee cerca de 100 personas aproximadamente divididas en 25 familias. Las cuales se dedican a actividades agrícolas y de crianza de animales, así como a la venta de alimentos y productos característicos de la zona tales como caña de azúcar y sus derivados, guineo, miel, queso, etc.

Los habitantes si reciben el servicio de agua potable y luz, sin embargo alcantarillado aun no. Los niños que habitan en la comunidad si asisten normalmente a centros educativos.

### **Flora y Fauna**

Posee bosques exóticos con animales en peligro de extinción como son los monitos cotos, osos negros, tigrillos, guatusa, guantas, armadillo y otras especies este es un lugar único donde se encuentra aves como el tucán, diostedé, loros y las pavas reales además de otras, sus bosques poseen flora variada distinguida en arboles de madera como limoncillo, cocobolo, giga, cedro de muchas clases como el espino, amargo y muchas más.

### **Aguas Termales**

Sus varias vertientes naturales con aguas calientes y frías, ricas en minerales, lo que hace que esta agua tenga un poder curativo altamente reconocido contra enfermedades como: Reuma, artritis, enfermedades de la piel, dolores de cabeza, incontinencia, distrofia muscular, entre otras. Los estudios realizados de la composición de aguas han lanzado resultados que indican la presencia de sustancias como: cloruro de sodio, cloruro de potasio, sulfato de magnesio, bicarbonato de sodio, etc.

### **Demanda turística**

En la actualidad el lugar ofrece a los visitantes sus recursos naturales tales como las piscinas termales, la tranquilidad de la zona y el agradable clima. Sin embargo puede ofrecer aun más a los turistas creando nuevas alternativas o mejorando ya los existentes servicios. Diariamente visitan el balneario cerca de 10 a 20 personas lo cual es muy poco desaprovechando así las instalaciones. Al visitar el lugar los

turistas paran a comprar los productos comestibles elaborados por los habitantes de la comunidad, dejando como conclusión que la demanda actual son picos que van más de bajada que de subida.

### **Yanayacu como destino turístico**

Yanayacu, con sus frías aguas de vertiente y con sus calientes aguas volcánicas, podría constituir uno de los mayores lugares de esparcimiento y descanso para turistas nacionales y extranjeros, ya que este sitio es perfecto para la meditación. El sonido relajante de sus aguas fluyendo y la abundancia de tranquilidad, hacen que sea muy fácil vaciar la mente y dejarla libre para poder relajarnos.

El aire puro, el trinar de las decenas de especies de aves, y el característico sonido de una orquesta de insectos que habitan el lugar hacen que este pueda ser el escape perfecto de la ciudad y que pueda llegar a abrumarnos los sentidos. Este lugar posee cualidades únicas, gente muy amable y trabajadora que con ayuda pueden brindar al turista beneficios y satisfacciones que no podrán encontrar en otros lugares.

## **CAPITULO CINCO: ANALISIS SITUACIONAL Y DE IMPACTOS**

### **Análisis de Impactos**

Promocionar y reactivar un balneario de aguas termales conlleva varios análisis que son componentes fundamentales para un plan de continuidad. Estos a su vez incluyen un componente exploratorio para encontrar algunas debilidades y un componente de planeación para desarrollar estrategias que permitan reducir riesgos de fracaso. El resultado de los análisis es un reporte de impactos, que describen los riesgos potenciales para la propuesta sobre el balneario.

Los análisis tienen como objetivo demostrar que el plan o propuesta que se propone va a permitir generar una llegada mayor de turistas y por ende una mayor demanda del producto y servicios turísticos en el lugar, y como consecuencia se obtendrán más ventas e ingresos para los pobladores, mejorando su situación económica y social. También se va a analizar el tema ambiental que de cualquier manera se verá afectado por el turismo y encontrar soluciones de cómo aplacar los problemas en este aspecto.

### **Análisis de Impacto Económico**

Aquí se cuantifica el impacto en la economía de la comunidad Yanayacu mediante decisiones que podrán tener efectos importantes tanto en la generación de actividad económica como en la creación de ocupación. Los nuevos ingresos, que inicialmente adoptaran una expresión monetaria, se traducirán eventualmente en una demanda de servicios que en el proceso de producción, generara actividad económica que beneficiara en conjunto a todos los aspectos económicos del balneario.

Si bien los ingresos actuales no son bajos, estos solo alcanzan para cubrir los gastos generales del lugar como por ejemplo servicios básicos (agua, luz y teléfono), impuestos que cobran las entidades gubernamentales, el derecho del agua que es un monto muy elevado y sueldos a trabajadores. Pero tampoco son lo suficientemente altos como para hacer mejoras a las instalaciones, construir un

carretero seguro para el ingreso, construir nueva infraestructura contratar más personal que este decentemente capacitado. El lugar actualmente esta cotizado en 3'800000 dólares por parte de los dueños del establecimiento

La economía de un lugar turístico como este balneario de aguas termales con potencial para atraer a suficientes turistas tanto nacionales como extranjeros debería ser capaz de suplir con los gastos y generar utilidades que sirvan de inversión a mejoras. Cabe mencionar q el balneario tiene capacidad para receptor cientos de personas en un área terrenal de 48 hectáreas con espacio para nuevas piscinas, lugares de entretenimiento, áreas deportivas, áreas para servicio de alimentos y bebidas, lo cual de existir y con una buena promoción generaría las ganancias necesarias ya no solo para subsistir de las deudas, sino para mantenerse atractivo a la vista de los turistas que buscan relajación, diversión y solución a sus problemas de salud.

Actualmente el número de visitantes en un día normal esta en un rango de entre 30 a 40 personas, por cada persona adulta se cobra la entrada \$2, los de tercera edad \$1,50 y los niños de entre 8 a 14 años \$1, aun así con estos precios medianamente bajos hay visitantes que se quejan por los precios y simplemente se abstienen de pagar. Los días que más afluencia de visitantes obtiene el balneario están en los días de feriado llegando a alcanzar un número estimado entre 80 a 100 personas diarias.

Está claro que la afluencia actual no es la apropiada para generar suficientes ganancias como para aumentar infraestructura o remodelar las instalaciones. Aplicando la propuesta de reactivar y promocionar el balneario de aguas termales la economía de los habitantes de la comunidad mejorara indiscutiblemente ya que en días normales los negocios de comida y ventas de productos autóctonos de la zona permanecen cerrados, esperando la razonable afluencia de turistas que se da en algunos fines de semana y en feriados vacacionales. Poniendo en marcha la propuesta así como mejorando las vías de acceso, dando una promoción atractiva y mejorando las instalaciones, las familias que poseen alguna clase de negocio en la comunidad se verán beneficiados ya que el número de turistas que se dirigen hacia las aguas termales tendrán que pasar obligadamente por los locales de estas personas atrayendo potenciales clientes que consumirán sus productos y que generaran ganancias para sus familias.



**Figura# 1: Negocio de la comunidad cerrado**  
Elaboración: Autor del Proyecto

Un beneficio claro y que es clave para la realización de esta propuesta es que gracias al gobierno actual del Presidente Rafael Correa mediante el ministerio de obras públicas, se ha hecho posible la reparación de las carreteras del país permitiendo así una mejor movilización de transporte como es el caso del tramo de la carretera Zhud-Cochancay-El Triunfo.



**Figura# 2: Carretera Zhud-Cochancay-El Triunfo**  
Elaboración: Autor del Proyecto

En si se busca el beneficio económico no solo de el balneario de aguas termales sino también de las familias que viven en la comunidad y que obtienen su sustento



proveniente del turismo. Esto se convertiría en una cadena de favores ya que al proponer el proyecto de reactivación y promoción otros lugares que siguen en el anonimato o que guardan un bajo perfil en el turismo nacional se verían favorecidos así como los habitantes dueños de negocios de alimentos y hospedaje de las ciudades La Troncal y Cochancay, dando un salto positivo en la economía de toda una región.

Con la propuesta de promoción y reactivación en marcha las proyecciones estimadas en 5 años para el crecimiento de la afluencia de turistas serán positivas ya que gracias a las bondades curativas de las aguas termales y con turistas en busca de aliviar sus males, en un año podrían aumentar entre un 8% a 10% el número de visitantes y al mismo tiempo la cantidad de ganancias, así será durante cada año incluido en la proyección financiera y demográfica.

Las aguas termales ofrecen tratamientos alternativos para la relajación, belleza y enfermedades por lo cual la demanda de turistas en busca de estos centros de salud-belleza suponen la respuesta para la oferta turística de salud a las nuevas demandas de clientes crecientemente interesados por el cuidado y el bienestar corporal. En la actualidad, el desarrollo reciente de este tipo de turismo en establecimientos de salud como las termas, lleva a la aparición de una oferta donde se combinan las características de varios de los servicios definidos en tratamientos curativos o de renovación, incorporando además una oferta de ocio basada en actividades complementarias que permiten disfrutar de su estancia a los clientes. En este sentido, esta oferta turística acumula como factores de atracción de la demanda las ventajas asociadas no solo de lo atractivo visual de los lugares en este caso como las termas o spas, sino de los beneficios recibidos en cuanto a salud y bienestar.

La promoción es un factor importante de la propuesta porque gracias a esto es que podrá ser posible el desarrollo económico del balneario y de la comunidad. Esta promoción podrá impulsar positivamente este destino turístico, hasta poder obtener una reputación y elevar el nivel de este destino hasta que este a la par con otros lugares considerados importantes por los turistas que buscan salud.

La idea de promocionar turísticamente a este lugar hace referencia a la difusión de este como destino para los turistas. Ya que se hace entendible que la

llegada de visitantes a una ciudad o un lugar en especial genera ingresos económicos en este caso para dicho balneario de aguas termales, por eso la importancia de la promoción turística es fundamental.

La promoción turística del balneario de aguas termales Yanayacu incluye una campaña para señalar los beneficios y actividades que ofrece el lugar como destino de turismo salud con la intención de que los potenciales viajeros conozcan esta información y se decidan a planificar una visita, intentando así divulgar los paisajes y bondades que ofrece a la salud sus termas como atractivos naturales. Todo esto será posible mediante la tecnología que es una herramienta muy útil en nuestros días promocionando el lugar vía internet, Tv, radio, carteles en las vías terrestres, brochures con imágenes e información relevante, etc.

### **Análisis de Impacto Ambiental**

Con el análisis de este impacto se podrán evaluar las posibles consecuencias de la propuesta del proyecto sobre la salud ambiental, la plenitud de los ecosistemas y la calidad del ambiente que estos ecosistemas están en condiciones de proporcionar. Con este análisis cualquier efecto negativo podrá ser minimizado, controlado o eliminado adoptando medidas factibles y conocidas, estas medidas podrán ser consideradas como planes tales como reasentamientos de poblaciones, planes de mitigación de impactos, planes de capacitación y planes de monitoreo, todos estos con la finalidad de mantener un orden en los ecosistemas que se ven afectados con la propuesta turística.

### **Impactos Positivos**

Entre los impactos positivos que recibiría el balneario de aguas termales Yanayacu es el mantenimiento la limpieza de los desechos que dejan los turistas por parte de los encargados del lugar, ya que sin esta limpieza de los desechos que dejan los turistas al llevar alimentos, bebidas o cualquier otro objeto que puede ser considerado como basura se podría contaminar el rio BuluBulu, afectando así no

solo a todos los ecosistemas incluyendo a los seres vivos que en estos se desenvuelven, sino que a las poblaciones humanas que se encuentran asentadas a lo largo del río y que usan a este como fuente del líquido vital.

El manejo correcto de los desperdicios y desecho inmediato de los mismos, es otra causa positiva porque así se evitan olores desagradables, focos infecciosos y vectores transmisores de enfermedades que afectarían no solo a los seres humanos que visitan y viven en la comunidad, sino también a la fauna y flora del sitio que se vería afectada por las plagas.

El control de aparatos eléctricos que produzcan ruido ya que actualmente no solo en el mismo balneario se excede con el volumen de los parlantes sino que los mismo turistas que saben llegar de visita abren las puertas de sus autos y suben el volumen a sus radios provocando una contaminación auditiva que afecta en general a todos los seres vivos incluidos los humanos.

Expendio de alimentos y bebidas provenientes del mismo balneario, así como la distribución de los tachos de desperdicios dentro del mismo, esto con la finalidad de evitar que los visitantes traigan desechos de sus hogares y los dejen botados en lugares donde pueden provocar contaminación. Letreros que indiquen que no se puede dejar abandonado los desperdicios y que señalen el lugar de los tachos de basura, esto para que la gente tome conciencia que está causando un problema no solo a las personas sino también al medio ambiente.

Recuperar áreas que ahora están cubiertas de maleza mediante la siembra de flora autóctona del lugar para cosechar frutos como la caña, guineo, frijoles, naranja. Evitar el ingreso de animales por parte de los turistas o habitantes de la comunidad ya que actualmente se observa mucho excremento por parte de los animales que ingresan tales como perros, caballos y burros, así como controlar o mantener una limpieza de los criaderos de animales de granja que poseen algunos habitantes de la zona.

## **Impactos Negativos**

Entre los impactos negativos que se podrían llegar a tener es durante la etapa de posibles construcciones ya que es necesario remover capas superficiales del suelo y así se alteraría la vida de la vegetación y fauna actual, esto a su vez originaría gran acumulación de tierra o material proveniente de las excavaciones que deberá ser utilizado para otro fin ya sea como relleno sanitario o tierra para sembrar otras plantas. Así mismo como en toda obra civil, para la construcción de vías de acceso con material seguro y duradero habría que mover más tierra o vegetación con maquinaria pesada provocando ruido, molestias, desechos, Etc. No hay que dejar a un lado los problemas que traerán las construcciones o adecuaciones como la modificación del paisaje o del hábitat de aves, peces, mamíferos o insectos.

La posibilidad de realizar nuevas piscinas de agua termal podría traer efectos negativos que produciría remover material del río para construir muros de contención que cambien de alguna manera el cauce del río, provocando quizás inundaciones en las épocas de lluvia que es cuando crece el río, o afectando la calidad del agua del BuluBulu que sirve como abastecimiento para las familias que viven beneficiadas por el agua de este. También desfavorecería al hábitat de los peces o de animales que se alimenten o beben del BuluBulu.

Las nuevas vías de acceso provocarían un fuerte impacto al suelo ya que no podrá crecer vida al borde de los caminos, así como la circulación vehicular en masa causaría destrucción de ecosistemas de seres pequeños como insectos o de plantas.

La capacidad de carga turística que podría llegar a aguantar el lugar es un impacto negativo porque si se sobrepasa provocaría contaminación de desechos en masa tanto en las piscinas como en el río BuluBulu, destrucción del ambiente, ruido, que alejarían y que harían migrar a la fauna fuera de su hábitat natural.



Figura #3: Rio BuluBulu manso al pie del balneario  
Elaboración: Autor del Proyecto

### **Tipos de contaminación que afectarían al balneario**

La contaminación es uno de los problemas más grandes que existen en nuestro planeta y es el más peligroso, ya que al destruir la Tierra y su naturaleza original (ecosistemas, hábitats), termina por destruirnos a nosotros mismos.

Los tipos de contaminación que podrían afectar al balneario de aguas termales Yanayacu serían:

- Contaminación atmosférica producida por los vehículos de los visitantes.  
Solución: Incentivar o proponer el uso de bicicletas.
- Contaminación hídrica producida por la presencia de desechos o sustancias extrañas en el agua del rio BuluBulu.  
Solución: Colocar letreros o advertir a los turistas sobre la prohibición de botar desperdicios que produzcan contaminación.
- Contaminación del suelo provocada por la presencia de contaminantes o residuos sólidos que afecten al suelo producto de la irresponsabilidad de los turistas.

Solución: Abastecer y ubicar de tachos para que los turistas pongan sus desperdicios ahí en lugar de botarlos al piso.

- Contaminación auditiva producida por la presencia de focos emisores de grandes cantidades de decibeles (radios, parlantes) por parte de los turistas que provocan ruido y perturban la calma del ambiente.

Solución: advertir a los turistas de que eso está prohibido o que controlen el volumen de sus aparatos auditivos.

- Contaminación microbiológica causada por la descarga de los desperdicios humanos (heces, orina, saliva, sangre, vomito) al curso superficial del río o de las piscinas.

Solución: Dotar de las herramientas suficientes para evitar este tipo de contaminación como baños, tachos de basura, papel higiénico, etc.



**Figura #4: Basura dejada por turistas**  
Elaboración: Autor del Proyecto

## **Análisis de Impacto Social**

En nuestro país los aspectos sociales son parte del sistema en el que nos desenvolvemos, son problemas o características q rigen nuestra sociedad a diario tales como la pobreza, desigualdad de razas, desigualdad de géneros, desigualdad de condiciones, delincuencia, migración, salud, violencia familiar, desempleo y así muchos más.

Si bien se trata de buscarles solución día a día, vemos que la mayoría de la sociedad en si no apoya, ni hace el mínimo esfuerzo por cambiar las cosas a una forma positiva, al contrario vemos como los principios van desapareciendo, la ética se convierte en un juguete de la sociedad y en si los valores se van hundiendo poco a poco. No hay igualdad social porque las personas buscan su propio beneficio sin importarles a quien o a quienes pasan por encima.

Para eso existen los planes y propuestas para buscar un beneficio colectivo, un bien común. Los impactos positivos y negativos de la propuesta de reactivación y promoción turística del balneario de aguas termales Yanayacu como incentivo para el desarrollo del turismo salud, que deja en el aspecto social son:

### **Impactos positivos**

Los ingresos por las ventas de sus productos y servicios que realizan los habitantes de la comunidad Yanayacu aumentaran debido a la afluencia de turistas que el balneario recibirá gracias a la promoción y reactivación que ofrece la propuesta, ya que los visitantes se detendrán en sus locales y negocios para consumir o demandar lo que estas personas ofrecen. Productos como miel, platos típicos, caña de azúcar, trago, rompopo, dulces caseros podrán ser degustados por los posibles visitantes que arriben a la zona a diario, por lo tanto obteniendo esos ingresos mejoraran la calidad de vida de sus familias ofreciéndoles educación, salud y alimento.

La comunidad en si se ve beneficiada por el proyecto ya que además de generarles ganancias, podrá recuperar su identidad ante los turistas y así Yanayacu podrá ser reconocida como tal ya que hasta ahora las personas piensan que solo al balneario le pertenece este nombre, además obtendrá su fama como lugar turístico donde los visitantes no solo podrán hacer turismo salud en las aguas termales sino también disfrutar de lo que la comunidad les ofrece en cuanto a calidez humana, productos y servicios. Así mismo el gobierno se podrá dar cuenta que la comunidad necesita de ayuda, ya que los ingresos que dejarían los turistas si bien serian bien recibidos, no es suficiente para estas familias que luchan día a día para subsistir, familias que están conformadas con niños, ancianos, mujeres

embarazadas que necesitan atención del estado en cuanto a salud y educación se refiere.



**Figura# 5: Negocio de un habitante de la comunidad Yanayacu**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**

La construcción de vías de acceso permitirá no solo a los turistas salir a la carretera con facilidad sino también a los habitantes salir con fines comerciales, turísticos, para atender la salud de los pobladores y la correcta utilización de los servicios básicos. Las personas que viven en la ciudad de La Troncal y poseen automóviles, camiones o tricimotos podrán también obtener beneficios gracias al turismo en la zona, porque podrán usar sus vehículos como transporte para los turistas que no cuenten con auto propio y así poder trasladarlos a través de la comunidad hasta llegar al balneario de aguas termales. De esta manera se crean plazas de trabajo indirectamente, además de beneficiar a los restaurantes que expenden el servicio de alimentos a los turistas, al mismo tiempo como los hoteles ofrecen el servicio de alojamiento, a los viajeros que acudirán gracias a la propuesta de proyecto.





**Figura# 6: Vías de acceso al balneario Yanayacu**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**

Los empresarios al comenzar a ver desarrollo turístico en la zona estarían dispuestos a invertir en negocios de hospedaje, entretenimiento y alimentos. Con la finalidad de darle un salto de calidad a la zona brindando mejores servicios e instalaciones y al mismo tiempo generando utilidades.

### **Impactos negativos**

El aumento de turistas podría atraer sobrecarga de turistas y por lo tanto los negocios con sus instalaciones pequeñas, no podrían abastecerse para atender a todos los clientes por lo cual algunos se cansaran de esperar y se irán, causando molestias para los turistas y llevándose una mala impresión sobre el lugar.

La competencia de los dueños de negocios por atraer más clientes a sus locales podría generar disputas o rivalidades al punto de dañar las relaciones que se tienen como miembros de la misma ciudad o comunidad a la que pertenecen. La demanda de turistas y aumento de capital en el cantón La Troncal gracias a las ganancias generadas por la atención a los turistas podría atraer la delincuencia un problema social negativo que afectaría sin duda el desarrollo turístico, para lo cual sería necesario solicitar más resguardo policial a las instituciones pertinentes en

especial los días de feriados y fiestas donde el número de visitantes podría duplicarse.

Las entidades gubernamentales podrían no brindar los recursos necesarios para apoyar al desarrollo del turismo en la zona en especial del de salud, ya que existen lugares consolidados como destino para hacer turismo y para los ojos de estas entidades merecen recibir más ayuda que un sector que recién está empezando a avanzar.

Algunas personas al ver el desarrollo y progreso de los negocios querrán así mismo poner nuevos negocios para obtener el mismo éxito que aquellos ya existentes, generando para los turistas más opciones que elegir u ofreciendo servicios que otros no tienen, pero haciendo el mercado más competitivo al punto de saturarlo. Sin embargo en el afán de llenar sus instalaciones con turistas podrán descuidar los estándares apropiados para el servicio y productos que se ofrecen, llegando al punto de dar malos tratos o entregar un mal producto.

## **Impacto Cultural**

El desarrollo del turismo salud en la comunidad Yanayacu será de vital importancia ya que se consolidara como un destino esencial para este campo, aportando culturalmente conocimientos e información a las personas sobre tratamientos médicos, bondades curativas de las aguas termales, y minerales que componen las mismas.

En Europa el avance acelerado del turismo salud ha hecho de esto una cultura general un poco vanidosa al priorizar visitar spas, saunas, centros de talasoterapia, aguas termales, piscinas de lodo entre otros destinos naturales para aliviar malestares, cuidar su cuerpo o para conservar la belleza y suavidad de sus cuerpos.

En nuestro país al escuchar la palabra balneario las personas piensan en una playa una piscina y nada más, sin embargo un balneario termal es algo que va mas allá de ser simples piscinas de agua caliente. Son piscinas que tienen aguas milagrosas que han sido utilizadas durante siglos en todo el mundo para curar a

los enfermos aun cuando los mismos tratamientos de medicina moderna estaban comenzando a ser descubiertos. Las personas debemos priorizar el cuidado de nuestros cuerpos y nuestras mentes en un mundo donde el stress y los problemas ocupan gran parte de nuestras vidas.

## **CAPITULO SEIS: PLAN DE PROMOCION TURISTICA**

### **INTRODUCCION**

Esta propuesta tiene por finalidad sugerir y ejecutar estrategias de promoción turística, para incentivar al turismo interno, externo y receptivo, ya sea promoviendo o difundiendo la imagen del balneario de aguas termales y de la comunidad Yanayacu dentro del sector turístico; así como realizar acciones pertinentes que lleven a la formulación, implementación y posicionamiento de la “Marca turística”, como instrumento estratégico de promoción e imagen, que ayudaran también a darle un espacio en el sector del turismo salud .

Según Pazmiño (2010). *“En el ámbito de la actividad turística, al Ministerio de Turismo le corresponde promocionar los diferentes destinos y sus atractivos turísticos del país, rol que cumple a través del PLANTUR 2010. La promoción de los productos turísticos también corresponde al sector privado, como parte de sus labores de comercialización cuyo organismo que lo representa es el CAPTUR, una entidad mixta que colabora a incentivar el turismo en el Ecuador”*.

### **ANALISIS SITUACIONAL: LA TRONCAL**

Uno de los lugares que sirve como atractivo turístico en el país es el cantón La Troncal que se localiza en la zona costanera occidental de la provincia del Cañar cuenta con una población de 54.389 habitantes. (INEC, Censo 2010).



**Figura #7: Ciudad La Troncal**  
**Fuente: Municipio del Cantón La Troncal**



LA TRONCAL - PROVINCIA DEL CAÑAR (Foto: GPC)

**Figura#8: Mapa de la Provincia del Cañar**  
**Fuente: Municipio del cantón La Troncal**

Su población por lo general se dedica a la agricultura, ganadería, comercio y turismo. Posee un clima que oscila entre temperaturas Mínima: 20,9° y Máxima: 29,2°C, este cantón fue colonizada por personas de Cañar y también del Azuay, el fondo genético de su población proviene de las culturas precolombinas: Cañari, Huancavilca y Machalilla. (Orellana, 2012).

El cantón La Troncal se funda como asentamiento humano desde la construcción de las carreteras Durán – Tambo, sin embargo su cantonización se realizó el 22 de septiembre de 1983.



LA TRONCAL - ACTUALES DÍAS

**Figura#9: Centro de la Ciudad**  
**Fuente: Municipio del cantón La Troncal**



VIVENDAS DE LOS PRIMEROS COLONOS ( AÑOS 1960 )

**Figura#10: La Troncal del pasado**  
**Fuente: Municipio del cantón La Troncal**



**Figura#11: Balneario Yanayacu**  
**Fuente: Panoramio, Ecuadorfotos**

Tiene una hidrografía constituida por las subcuencas del río Bulubulu y Cañar. La superficie del cantón es de aproximadamente 32.780 hect. ocupando el tercer lugar de la extensión de la provincia del Cañar. El terreno en su totalidad forma parte de la llanura costanera, por lo que presenta un aspecto plano con ligeras ondulaciones, las que se acrecientan conforme se acerca a las estribaciones cordilleranas hacia el Oeste. (Orellana, 2012).

Mapa para llegar a La Troncal desde Guayaquil:

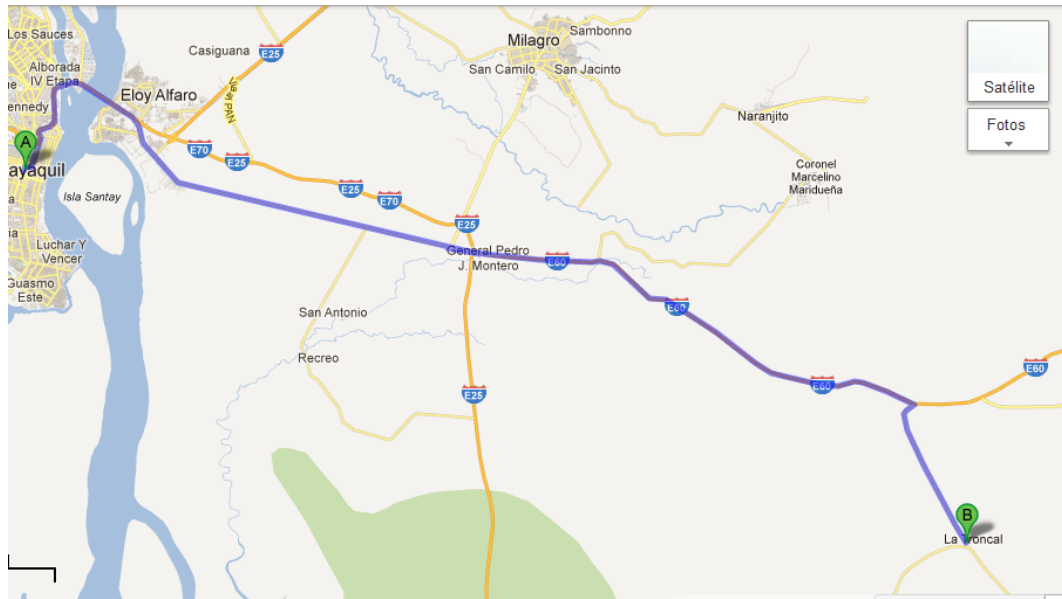


Figura #12: Mapa de recorrido de Guayaquil a la Troncal  
Fuente: Google Maps

Distancias desde otras ciudades del Ecuador:

Tabla# 15: Distancia hacia la Troncal  
Fuente: Municipio del cantón la Troncal

De La Troncal a:	Km	Duración de viaje
Azogues	137	03h00
Cuenca	165	04h00
Guayaquil	76	01h20
El Triunfo	15.8	00h20
Daule	123	02h30
Esmeraldas	493	09h00
Portoviejo	270	04h30
Yanayacu	95	01h40
El Tambo	94	01h25
Déleg	119	02h30
Biblián	130	02h40
Quito	379.8	06h00
Bucay	50.8	00h45
Ambato	231.8	03h15
Baños	291	04h00
Salinas	226.8	03h00
Riobamba	255.8	03h25



**Figura #13: Balneario Yanayacu**  
**Fuente: BalnearioYanayacu.com**



**Figura #14: Rio Yanayacu**  
**Fuente: Sadhana Journal**

A un kilómetro de la ciudad se encuentra el balneario de aguas termales Yanayacu ubicado en el Recinto Cochancay dentro del cantón La Troncal es un lugar de recreación, esparcimiento, deporte, y también es visitado por la propiedad medicinal de sus aguas, puesto que cuenta con varias vertientes de cerro con aguas calientes y frías ricas en minerales, lo que hace que esta agua tenga un poder curativo altamente reconocido contra enfermedades como: Reuma, artritis, enfermedades de la piel, dolores de cabeza, incontinencia, distrofia muscular, entre otras. Además de poseer una vegetación única con paisajes espectaculares y una diversidad de especies inigualable. (Orellana, 2012).



## **Análisis FODA**

Con este tipo de análisis se podrá examinar la interacción entre las características particulares del balneario y el entorno en el cual este compite. El análisis FODA se enfocara en los factores claves para el éxito del balneario. Resaltara las fortalezas y las debilidades comparándolos de una manera objetiva y realista con la competencia, así mismo con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

### **Fortalezas**

- Las instalaciones e infraestructura están disponibles todos los días de la semana para la recepción de turistas.
- Su ubicación geográfica es excepcional además de tener un clima agradable.
- Posee atractivos naturales que pueden ser usados para el turismo.
- Propiedades curativas y medicinales en el agua de las piscinas.
- Cuenta con un ambiente ideal para relajarse.
- Tiene una cercanía importante con ciudades comerciales como lo son La Troncal y Cochancay.

### **Oportunidades**

- El interés por el cuidado de la salud de parte de las personas se va incrementando día tras día.
- Ser un balneario de aguas termales reconocido lo que hará aumentar la demanda de turistas.
- Posibilidades de crear un hotel ecológico o un spa.
- Generar empleo a los habitantes de la comunidad con la llegada de turistas.
- Promocionar al balneario en ferias internacionales de turismo que se realicen en nuestro país.

### **Debilidades**

- Falta de personal especializado o capacitado en turismo.
- Es un lugar muy poco conocido por la falta de promoción.
- Significativa inversión para la realización de nuevas infraestructuras.

- Las vías de acceso y movilización se dificultan aun mas en épocas de lluvia.

### **Amenazas**

- Los gastos en impuestos y servicios básicos son elevados.
- Los ingresos no alcanzan para realizar adecuaciones.
- Una débil imagen turística de Ecuador a nivel internacional en cuanto a turismo salud se refiere.
- La contaminación que provocan los visitantes al rio BuluBulu.
- Los fenómenos naturales como el Del Niño que puede afectar a las instalaciones del balneario.

### **Análisis de las 4 P**

En esta parte se buscara analizar las 4P que significan el Producto, el Precio, la Plaza y la Promoción.

#### **Producto**

En este caso el producto serán los servicios que darán los involucrados en esta investigación, los cuales serán transporte, hospedaje, entretenimiento, alimentación, por lo cual hay que comprender las dimensiones totales del producto que se va a ofrecer, porque de este dependerá el éxito dentro de cualquier plan de promoción que se lleve a cabo. Como suele ocurrir con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los productos de servicios. Por lo tanto los servicios se compran y se usan por los beneficios que ofrecen, así mismo por las necesidades que satisfacen, en este caso los clientes serán los turistas dispuestos a comprar el producto o sea servicios que ofrece el balneario de aguas termales.

El servicio visto como producto requiere tener en cuenta la gama de servicios ofrecidos, la calidad de los mismos y el nivel en el que se entregan. También se necesitará prestar atención a aspectos como el empleo de marcas, garantías y servicios post-venta. La combinación de los productos de servicio de esos elementos puede variar considerablemente de acuerdo al tipo de servicios

prestado.

Las organizaciones de estos servicios necesitan establecer vinculaciones entre el producto de servicio según lo reciben los clientes y lo que ofrece el balneario.

Por eso dentro de este plan de promoción es importante resaltar las características, atributos y beneficios de los productos debido a que permite la identificación de éstos en el mercado por parte de los clientes, las diferencias con la competencia y el logro de un posicionamiento de marca.

Todos los productos cuentan con un ciclo de vida que se divide en cuatro etapas:

•Introducción •Crecimiento •Madurez •Declive.

Este producto que se ofrecerá a los turistas sin dudas será bien recibido ya que toda persona busca su bien común y que mejor manera de hacerlo que tomando los servicios de las aguas termales para beneficiar su salud y relajándose al mismo tiempo.

## **Precio**

El precio es el valor que se deben pagar los clientes por el producto, se lo determina partiendo de la realización de una investigación de mercados, a través de la cual se identifica la demanda que tiene el producto, los precios de la competencia, el poder adquisitivo de los posibles compradores, las tendencias actuales, los gustos de los clientes. Estos indicadores son factores influyentes al momento de definir el precio de un producto. El balneario actualmente ya tiene establecida la forma de pago para la entrada a las instalaciones que son en efectivo, los descuentos que se hacen a menores de edad, adultos mayores y discapacitados.

El precio actual de la entrada es un precio que apenas logra cubrir los gastos de mantenimiento y funcionamiento. Aunque es un precio razonable para la economía de nuestro país hay personas que se quejan por pagar son una minoría pero al final terminan cancelando, pero es necesario establecer nuevas tarifas no solo de entrada sino de servicios turísticos en general para un mayor desarrollo del lugar.

Sin embargo hay factores que se deben considerar para la fijación de precios, y así existen dos métodos para la fijación de los precios de los servicios que son los precios basados en costos y los precios orientados hacia el mercado.

**1) Precios basados en costos**

a) Orientados a utilidades: Apuntando a un objetivo de utilidad mínima. Los precios fijados por asociaciones industriales y profesionales pertenecen a esta categoría. Si la entrada está severamente restringida, los precios se relacionarán más con la capacidad y voluntad del cliente para pagar y menos con los costos.

b) Precios controlados por el gobierno: Apuntan a la protección del consumidor fijando precios sobre una base costo más un margen modesto.

**2) Precios orientados al mercado**

a) Competitivos: Aceptando la tasa actual o manteniendo o aumentando la participación en el mercado mediante una agresiva política de precios.

b) Orientados al cliente: Precios establecidos en relación con las actitudes y comportamiento de los clientes. La calidad y los costos se pueden variar para permanecer en armonía con los precios.

En conclusión cada decisión sobre precios debe tener en cuenta las circunstancias existentes, costos de operación, demanda, competencias, los servicios ofrecidos y sus características así como la situación actual en el mercado. La fijación de precios para servicios, como ocurre para bienes, sigue siendo en gran parte una combinación de buen manejo de las instalaciones, experiencia, ensayo y error, intuición y hasta de buena suerte.

## **Promoción**

El objetivo principal de la promoción es el aumento de las ventas, por medio de la comunicación, envío de información y persuasión a los clientes actuales, reales y potenciales. La promoción también es un recurso útil para consolidar la imagen e identidad de un lugar, de una compañía o de un negocio.

Existen cuatro formas posibles de hacer promoción las cuales son:

a) Publicidad: es cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organizaciones determinadas.

- b) Venta personal: es la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros clientes con el propósito de hacer ventas.
- c) Relaciones Públicas: se refiere a la estimulación no personal de demanda para un servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.
- d) Promoción de ventas: son las actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

En el caso del balneario es necesario tener una promoción fuerte que consolide al lugar dentro de los destinos preferidos por los turistas para la cual se utilizara la publicidad y relaciones públicas. En si el propósito general de la promoción en el marketing de servicios es para crear conciencia e interés en el servicio que se ofrece no solo en el balneario de aguas termales sino en la comunidad favorecida, lo que servirá para diferenciarse de la competencia, para comunicar y representar los beneficios de los servicios disponibles, y para persuadir a nuevos turistas para que visiten este destino. En general el propósito de este esfuerzo promocional será vender el destino turístico a través de información, persuasión y el recuerdo en la mente de los visitantes.

## **Plaza**

Consiste en el conjunto de actividades que una empresa realiza para colocar los productos en los lugares donde van a ser demandados o para poder distribuir los productos o servicios.

Esto incluye a los intermediarios que se usarán para que el producto llegue al consumidor final, que puede ser a través de los agentes mayoristas, minoristas, distribuidores, etc. El producto debe estar al alcance del consumidor en el momento que él lo necesite, por lo cual es indispensable tener definidos los puntos estratégicos en los que se comercializará los servicios. Inicialmente la plaza para

este servicio está en La Troncal ya que el balneario pertenece a este cantón, sin embargo se buscara extender las plazas a todo el país mediante la promoción.

Los canales de los cuales se dispondrán para esta propuesta serán los siguientes:

- **Venta directa:** La venta directa puede ser el método escogido de distribución para un servicio por elección o debido a la inseparabilidad del servicio y del proveedor. Cuando se selecciona la venta directa por elección, el vendedor lo hace así posiblemente para sacar ventajas de marketing como mantener un mejor control del servicio, obtener diferenciación perceptible del servicio o para mantener información directa de los clientes sobre sus necesidades. la venta directa la puede realizar el cliente yendo donde el proveedor del servicio o el proveedor yendo donde el cliente.
- **Venta a través de intermediarios:** El canal más frecuentemente utilizado en organizaciones de servicios es el que opera a través de intermediarios. Las estructuras de canales de servicios varían considerablemente y algunas son muy complejas. En este caso los intermediarios serán los agentes de viajes y operadoras de turismo a nivel nacional e internacional.

## **Publicidad**

El objetivo de tener una publicidad es el de promocionar un lugar, objeto o servicio para poder realizar ventas y generar ingresos, esta consiste en atraer a los clientes o consumidores, crear una imagen, generar sensaciones mediante avisos y mensajes persuasivos, en tiempos o espacios comprados en cualquier medio de comunicación. La finalidad de una publicidad es mostrar que se puede satisfacer una necesidad con el producto o servicio que se está vendiendo.

Aplicar la publicidad en el turismo es de gran importancia, ya que el turismo en la actualidad es una actividad que genera ingresos económicos en lugares donde se benefician de esta práctica, además de generar empleo, ocasiona mejoras en los servicios, entre otros beneficios que ayudan a elevar la calidad de vida de las

personas y satisfacer las necesidades del turista directamente. En el caso de Yanayacu se busca también incrementar el flujo de visitantes hacia este destino. Mediante la publicidad el turista se informa, conoce y motiva aspectos importantes para la toma de una decisión al momento de elegir a donde viajar.

Para elaborar un plan de publicidad se necesita antes que nada hacer un estudio de mercado y analizar las variables que estos estudios lanzan, para lo cual es necesario establecer los grupos objetivos y el mercado meta al cual se quiere llegar.

Luego de obtener toda la información necesaria en la investigación se la reúne y se procede a elaborar un brief que obtendrá la información básica o un breve resumen de la empresa o negocio para promocionarla e informar al cliente para persuadir en sus futuras decisiones. En el brief se debe tomar en cuenta la información de la empresa, del producto o de los servicios que esta ofrece.

Los medios publicitarios que se utilizaran en este plan de marketing serán:

- a. Los medios masivos que son aquellos que afectan a un número elevado de personas como por ejemplo: Televisión, radios, periódicos, internet (redes sociales) y revistas.
- b. Los medios auxiliares que son aquellos medios visuales que se encuentran al aire libre o en exteriores como por ejemplo: Carteles en las vías terrestres, en paradas de buses y aeropuertos.

### **Estrategia turística para el producto turístico**

Dentro de un plan de promoción turística existen un conjunto de actividades que se realizan, para presentar una imagen turística de un destino o servicio en este caso en un región determinada con el objetivo de incrementar el flujo de turistas en el sector. El producto turístico a ofrecer son un conjunto de servicios en los que además de las aguas termales, se encuentra el servicio de hospedaje, transportación y alimentación.

Para poner en marcha una estrategia se necesita saber si se dirige hacia nuevos mercados (los internacionales) o hacia los actuales (los nacionales) en este caso

serán a los 2, una vez escogidos los mercados se realizaran las acciones sobre este ofreciendo productos y servicios ya existentes pero implementados o mejorados.

Se aplicaran 2 estrategias que son:

- **Estrategia de desarrollo del producto turístico:** Es la que actúa sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos o servicios que surjan como variaciones de los productos turísticos ya existentes.
- **Estrategia de extensión del mercado turístico:** Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento, o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

Con estas estrategias se busca asegurar la satisfacción del turista durante su visita para lograr una repetición de su visita y recomendación hacia sus familiares o amigos. Además de buscar sensibilizar e informar sobre el ecosistema del lugar para lograr una sostenibilidad del entorno.

### **Estrategias de Imagen y Promoción**

- **Campañas de promoción en temporadas bajas y feriados:** Se busca apuntar al desarrollo de actividades publicitarias, que sirvan para impulsar el turismo interno en temporada baja, como una estrategia para mitigar la estacionalidad turística y con enfoque de responsabilidad ambiental sin olvidar las épocas de más afluencia de turistas.
- **Convenios y alianzas con sectores públicos, privados, comunitarios y medios de comunicación para la realización de la campaña de promoción:** Esta estrategia busca optimizar los contactos con el sector público, empresas privadas y comunitarias para favorecer la producción y desarrollo del plan de promoción turística en Yanayacu y en sus alrededores por ejemplo convenios con empresas de transporte, imprenta, municipios, restaurantes y hoteles.
- **Uso de espacios masivos de ocio y transporte:** Esta estrategia busca el aprovechamiento de los espacios de gran concentración de población joven para actividades de promoción, por ejemplo: paseos públicos,



centros comerciales, terminales terrestres, terminales aéreas, colegios, escuelas y universidades, festividades populares, entre otros.

## **Presupuesto de Promoción**

### **Datos del plan de Promoción**

**Tabla# 16: Presupuesto para promoción turística**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**

Cobertura	Guayaquil, Loja y Cuenca
Presupuesto	\$ 114000
Etapas	Expectativa, Lanzamiento y Mantenimiento
Duración	Expectativa: 15 días Lanzamiento: 1 mes y medio Mantenimiento: 2 meses

Medios seleccionados: Televisión, Radio, Periódicos, revistas y vallas.

### **Inversión por medios de comunicación**

**Inversión en periódicos y revistas:** Total \$16500

Revistas: Vistazo una página a color edición mensual durante 2 meses; La Revista una página a color los domingos cada 15 días durante 2 meses.

Periódico: diario el Comercio convenio con el estado una página a color reportaje sobre Yanayacu y su comunidad.

**Inversion en radio:** Total \$18900

Cuñas en la radio de 30 segundos en horarios diarios rotativos, 10 cuñas diarias todos los días.

**Inversión en Televisión:** Total \$48600

Programas ecuatorianos en el mundo, La televisión, América Vive, Día a Día.

Cortos publicitarios de 20 segundos horarios para todo público solo los fines de semana

**Inversión en Publicidad exterior:** Total \$25000

Vallas publicitarias una en cada ciudad Guayaquil, Cuenca y Loja.

Carteles en aeropuertos y paradas de buses.

Señalizaciones y banners en La Troncal

**Inversión en sueldo del relacionista público:** Total \$1000

**Inversión en Impresiones y diseño de brochures:** Total \$ 4000



Grafico #15: Inversiones en promociones turísticas  
Elaboración: Autor del Proyecto

Inversión inicial del proyecto	
<b>Costos Directos</b>	
Materia prima para implementación	\$ 20.000,00
Mano de Obra	\$ 10.000,00
Maquinarias de construcción	\$ 12.500,00
<b>Total de costos directos</b>	<b>\$ 42.500,00</b>
<b>Costos Indirectos</b>	
Energía Eléctrica	\$ 1.800,00
Agua potable	\$ 2.200,00
Movilización (combustible)	\$ 2.500,00
Publicidad	\$ 114.000,00
Varios( impresiones, internet)	\$ 100,00
<b>Total de costos indirectos</b>	<b>\$ 120.600,00</b>
<b>Costos Administrativos</b>	
Autor el proyecto	\$ 800,00
RR.PP.	\$ 500,00
Administrador	\$ 325,00
Empleados	\$ 292,00
<b>Total costos administrativos</b>	<b>\$ 1.917,00</b>
<b>Total de inversión</b>	<b>\$ 165.017,00</b>

Figura#15: Cuadro de inversión inicial  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** Este cuadro representa el costo inicial de inversión para la reactivación y promoción turística que incluye remodelación de las instalaciones, publicidad y adecuación de las vías de acceso.

PROYECCIÓN ANUAL DE NUMERO DE VISITANTES					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RUBROS DE INGRESOS</b>					
Proyección de turistas	15.233	16.452	17.768	19.189	20.724
Precios/tarifas estimadas	2	\$ 2,12	\$ 2,25	\$ 2,38	\$ 2,52
<b>TOTAL DE INGRESOS POR AÑO</b>	<b>\$ 30.466,00</b>	<b>\$ 34.877,48</b>	<b>\$ 39.927,74</b>	<b>\$ 45.709,27</b>	<b>\$ 52.327,97</b>

Figura#16: Cuadro de proyección anual de afluencia de turistas  
Elaboración: Autor del Proyecto

**Interpretación:** Este cuadro enseña la proyección anual de afluencias de turista al balneario y que por lo tanto pasaran por la comunidad, la proyección estimada luego de implementar el sitio y de promocionarlo es del 6% de incremento anual como cifra mínima, como se puede observar el incremento de ganancias sería casi del doble dentro del tiempo estimado. Pues así mismo el número de turistas también se elevará.

## **Conclusiones**

Después de haber realizado las encuestas los datos que han dejado a la vista son: que las personas en su tiempo libre o vacaciones, estarían dispuestas a viajar para disfrutar del balneario de aguas termales, como motivo principal el de curar sus dolores y malestares corporales. Además de poder disfrutar del ambiente tranquilo alejado de la ciudad los encuestados esperan recibir otros servicios relacionados con el turismo que son necesarios para la comodidad de estos, tales como alojamiento, transporte, entretenimiento, alimentos y bebidas, etc.

El concepto de turismo salud en algunos encuestados no estaba claro o no tenían idea de a qué se refería específicamente. Esto da a entrever que la cultura de turismo en este campo en nuestro país es muy pobre internamente, y externamente aun mas, para lo cual se debe empezar a promocionar internacionalmente mas al Ecuador como destino del turismo salud, debido a sus recursos naturales como lodo, aguas termales, plantas, productos de origen animal que son las herramientas indispensables para el desarrollo de turismo salud en nuestro territorio.

Además si bien el balneario con el aumento de turistas seria beneficiado no hay que olvidarse que la comunidad también obtendría sustento económico por parte del turismo, para lo cual es necesario un apoyo más enérgico por parte de las entidades o ministerios gubernamentales. Esta propuesta de ámbito social tendrá como objetivo mejorar no solo la imagen del balneario sino también de la comunidad y de sus habitantes por medio de una rama fuerte del turismo que es la de la salud y bienestar.

El balneario de aguas termales Yanayacu posee un gran potencial y buena ubicación geográfica que la hace atractiva para que la visite cualquier turista que desee pasar momentos de relajación, la cual cuenta con una comunidad dispuesta a trabajar para su propio desarrollo, además de tener a pocos kilómetros a la ciudad de la Troncal donde los turistas pueden pasar a abastecerse de otros servicios, siendo esta un aporte y un pilar fundamental para el éxito del balneario como destino para turismo salud.

Actualmente el balneario cuenta con pocos turistas, incluso ciertos fines de semana por falta de alguna promoción en otras provincias o ciudades importantes

que atraiga y capte la atención de los visitantes. Cabe mencionar que las vías de acceso para ingresar al balneario están en malas condiciones por lo que es necesario coordinar esfuerzos con el Ministerio de obras públicas para solucionar ese problema y adecuar esta vía para una mejor movilización vehicular incluso de bicicletas.

Durante las épocas de lluvia el río crece por lo que a veces se torna peligroso y donde los caminos actuales sufren más daños, algo natural que podría ser perjudicial para la visita de los turistas pero que tendrían soluciones razonables para mantener un flujo constante de viajeros que arribarían.

El apoyo por parte de instituciones del estado es escaso, aun cuando se pagan impuestos extremadamente elevados ellos no hacen esfuerzos para darle al sitio los estándares necesarios para que sea tome el lugar que se merece en los sitios importantes del turismo salud en el país.

El empleo que generaría a los habitantes de la zona tanto de las ciudades como los de la comunidad es un aporte importante porque así generarán ingresos económicos necesarios para vivir decentemente, sin embargo actualmente estos negocios pasan cerrado la mayor parte del tiempo por la falta de una mayor afluencia de turistas. Algo que sin duda es importante son los vehículos de transporte particulares que estén dispuestos a llevar pasajeros desde La Troncal hasta Yanayacu a precios razonables tanto para los turistas como para los choferes.

## **Recomendaciones**

Es necesario el trabajo en equipo por parte de la comunidad y del balneario para tener un plan de trabajo con el que se beneficien todos, sin embargo esto sería posible mediante capacitaciones, reuniones, información y comunicación. También es necesaria la inversión de empresas privadas o del gobierno para poder ayudar al desarrollo del sector, ya que este posee un potencial del cual en unos años dará mucho de qué hablar ya no solo a nivel nacional sino también internacional. Esta propuesta solo es el primer paso para darle la calidad que se merece a este balneario de aguas termales, esperando así incentivar a otros profesionales y gente aun más capacitada, a darle la importancia y elevar el nivel turístico que nuestros atractivos nacionales deben tener.

## Bibliografía

Alleyne, George (1990). Health and Tourism in the Caribbean. Bulletin of PAHO 24(3).

Asociación mexicana de turismo salud. (2010). México Es Potencial Líder A Nivel Mundial En Turismo Medico Y De Salud. [Lectura en línea] Recuperado de:

[http://www.turismodesalud.org.mx/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=53&Itemid=96](http://www.turismodesalud.org.mx/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=96)

Asociación de Monitores Medioambientales Almijara. (2008). Definición de turismo sostenible. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

Branco, P, Henn, M, Alen, M, & Gonçalves, J. (2011). El turismo de salud y el uso terapéutico del agua. [Lectura en línea] Recuperado de: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322011000200011](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000200011)

Canalis. (2011). “Turismo de salud: alemanes, rusos y franceses miran a España” [Lectura en Línea]. Recuperado de [http://www.hosteltur.com/130690\\_turismo-salud-alemanes-rusos-franceses-miran-espana.html](http://www.hosteltur.com/130690_turismo-salud-alemanes-rusos-franceses-miran-espana.html)

Conservación Internacional-Ecuador. (2010). Turismo sostenible. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.conservation.org.ec/>

Diario EL mercurio. (2011). Turismo comunitario alternativa económica en comunidades rurales. [diario en línea] Recuperado de: <http://www.elmercurio.com.ec/308473-turismo-comunitario-alternativa-economica-en-comunidades-rurales.html>

Diario El Universo. (2012). Ecuador prevé crecimiento del 7% en turismo extranjero durante 2012. [diario en línea] Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2012/01/02/1/1356/ecuador-preve-crecimiento-7-turismo-extranjero-durante-2012.html>

Diario Hoy. (2009). Playas y Salinas, los destinos turísticos favoritos de este feriado. [diario en línea] Recuperado de: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/playas-y-salinas-los-destinos-turisticos-favoritos-de-este-feriado-326757.html>

Diario La Jornada. (2008). Falta de promoción causó desplome turístico en la ciudad. [diario en línea] Recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/2008/10/06/index.php?section=capital&article=039n1cap>

Energía molecular homeopática. (2011). Glosario. Pág. 13. [Lectura en línea] Recuperado de: [http://www.energiamolecular.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=59&Itemid=96](http://www.energiamolecular.com/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=96)

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2009). Turismo Comunitario. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.feptce.org/>

Frigola, J (2008). El turismo de salud y bienestar, una oportunidad para el sector hotelero. Director de Jones Lang LaSalle Hotels. España. [Lectura en línea] Recuperado de: [http://www.hosteltur.com/57392\\_turismo-salud-bienestar-oportunidad-sector-hotelero.html](http://www.hosteltur.com/57392_turismo-salud-bienestar-oportunidad-sector-hotelero.html)

Gibert. (2011). Termalismo en Argentina. (2011). "Guía desarrollada por Termasalud.com" [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/termalismo\\_en\\_argentina.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/termalismo_en_argentina.pdf)

Gobernación de Amazonas. (2012). Glosario. Pág. 5. Colombia. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.amazonas.gov.co/glosario.shtml?apc=I---&s=b>

Hernández, L (2011). Un poco de Historia del Turismo Médico. Pag 1. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://turismosalud.wordpress.com/2011/03/31/un-poco-de-historia-del-turismo-medico/>

Hernández, José Ángel (2005). "El desarrollo del turismo en Lanzarote", Volumen 2 de El desarrollo del turismo en Lanzarote, Consultado el 20 de abril de 2010 en [http://books.google.es/books?id=WUgTb1MyufIC&dq=turismo+salud&source=gbs\\_navlinks\\_s](http://books.google.es/books?id=WUgTb1MyufIC&dq=turismo+salud&source=gbs_navlinks_s)



HURTADO, Margarita (1998). The What, How and Why of Health Tourism.

Report Prepared for the Pan American Health; Organization. Programa de Políticas Públicas y Salud, División de Salud y Desarrollo Humano, OPS/OMS, Washington, D. C. Documento sin publicar.

Instituto Nacional De Estadística Y Censos. (2012). Juan Larrea N15-36 y José Riofrío. Quito. Ecuador. [Investigación en línea] recuperado de: <http://www.inec.gob.ec/cpv/>

López Rodríguez, A. (2011). El turismo de salud, un sector emergente de alto crecimiento. Revista enlace empresarial edición 25 el turismo como factor de competitividad. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.revistaenlaceuan.com/edicion25/articulos/articulo7.html>

Malcom, P. (2001). Capacitación Efectiva en una Semana. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.amte.org.mx/portal/%C2%BFpor-que-la-capacitacion-es-importante/>

MCIT, (2011). Turismo & Salud, una dupla ganadora. Programa de Transformación Productiva. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Recuperado el 12 de abril de 2011 de: <http://www.transformacionproductiva.gov.co/NewsDetail/433/1>

MINTUR. (2011). “Número de turistas que ingresan anualmente a la ciudad de la Troncal” [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com\\_content&view=article&id=30#comp-i](http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30#comp-i)

MUNICH, Lourdes; ÁNGELES, Ernesto. Métodos y Técnicas de investigación. 2ª. ed.. México: Trillas, 1990, 166 p.

Muñiz Gonzalez, Rafael, (2012). Marketing en el Siglo XXI. 3ª Edición :: CAPÍTULO 3. Investigación de mercados. Recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Nombera Cornejo, J. (2010). Turismo en Salud: los servicios de salud no sólo como fuente de desarrollo social sino también económico de un país. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/economia/turismo-salud-desarrollo-economico.htm>

OPS/OMS, (1997). La salud en las agendas de globalización económica.

Documento presentado al Gabinete del Director de la OPS. Programa de Políticas Públicas y Salud, División de Salud y Desarrollo Humano, Washington, D.C.

Orellana Parra, N. (2012). Unidad de Turismo gobierno municipal autónomo del cantón la troncal. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.latroncal.gob.ec/TURISMO/PRINCIPAL.HTML>

Pazmiño Alver, A. (2010). Propuesta de plan de promoción turística de la parroquia Mindo dirigida a personas de 18 a 30 años de edad del sector norte de la ciudad de Quito. (Tesis de licenciatura en publicidad y gestión, Universidad tecnológica equinoccial). Recuperado de: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/7947>

Pérez Fernández, M. R. (2005) "Historia del agua como agente terapéutico". In: Pérez Fernández, M. R. Principios de Hidroterapia y Balneoterapia. McGraw Hill Interamericana, Madrid, pp. 03-14.

Pineda, M. (2010). Atractivos turísticos del Ecuador. Pag 1. Universidad Técnica Particular de Loja. Cuenca. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.slideshare.net/MarthaPineda/attractivos-turisticos-del-ecuador>

Pinto Molina, Maria, (2004). El diseño y la elección de la muestra de estudio. Recuperado de:

<http://www.mariapinto.es/e-coms/muestreo.htm>

Plata. (2012). "Turismo de salud en Colombia: Preparándose para ser de clase mundial" [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/atracciones-turisticas-recomendadas-informes-especiales/turismo-de-salud>

PROMODE, (2000). Programa De Capacitación Y Modernización Del Comercio Detallista. Investigación de Mercado. México. Recuperado de: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>

Revista Vistazo. (2011). Ecuador despega en Turismo Salud. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.vistazo.com/ea/reportaje/?eImpresa=1058&id=4531>

Rodríguez, L. (2011). Turismo De Salud En El Mundo. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://turismo-saludyredessociales.blogspot.com/2011/12/turismo-de-salud-en-el-mundo.html>

Rodríguez Míguez, L. (2001) "Ourense Termal". Xunta de Galicia, Alva Gráfica, S.L., Ourense.

Rodríguez Míguez, L. (2005) "El balneario: tipos de instalaciones balnearias". In: Pérez Fernández, M. R. (ed.) Principios de hidroterapia y balneoterapia. Ed. McGraw- Hill Interamericana, Madrid, pp. 35-48.

San José Arango, C. (2000) "*Guía médica de los balnearios de España*". Universidad de Sevilla, Secretariado de publicaciones, Sevilla.

Sociedad Española de Hidrología Médica, (2006) "Tipos de aguas". Disponible en: <http://www.hidromed.com>. Acceso en: 13 de jun. 2006.

Vargas, Mercedes (1993). "Turismo y salud, sus relaciones e importancia.

Informe de un estudio en la Región de las Américas". Turismo y Salud en México. Conclusiones del Tercer Congreso Nacional de Turismo y Salud celebrado en Cancún del 13 al 19 de noviembre de 1992. OPS/OMS.

Viñas, F. C. (1994) "Hidroterapia: la curación por el agua". Integral, Barcelona.

## **Anexos**

### **Entrevista**

**Propuesta** **de**  
**reactivación y promoción del Balneario de Aguas Termales Yanayacu del cantón La Troncal como medio de incentivo para el turismo de salud.**

**Fecha:** Viernes 5 de octubre del 2012

**Nombre del entrevistado:** Ana Matilde Salazar de Peralta.

**Empresa o Comunidad:** Yanayacu

**Objetivo:** Recopilar información necesaria sobre las falencias, características del lugar además de obtener datos financieros.

#### **Preguntas:**

- 1) ¿Yanayacu qué significa?  
Aguas negras.
- 2) ¿En cuánto está la entrada actualmente?  
\$ 2 adultos, \$1,50 3ra edad y 1 dólar niños los menores de 8 años entran gratis. Pero aun así los que ingresan se quejan que esta caro.
- 3) ¿Se quejan de que es caro porque otros motivos se quejan?  
Piensan que es gratis porque está el rio, pero hay que cobrar para mantener las instalaciones. Sino como se mantiene.
- 4) ¿Cuántos turistas ingresan normalmente a diario al balneario?  
En un día normal saben ingresar entre 30 y 40 personas.
- 5) ¿Qué días son los que más ingresan turistas?  
Bueno los días de feriado como fin de año, carnaval ahora para el día de los muertitos han de llegar también
- 6) ¿Estos días el número de visitantes cuanto es aproximadamente?  
Entre 100 y 150 personas
- 7) ¿Estas personas que llegan al balneario de donde provienen?  
Unos vienen de Guayaquil, otros de Cochancay, de El Triunfo unos de la sierra.
- 8) ¿Y turistas extranjeros suelen venir también?

Si algunitos unos chinos que ya son clientes frecuentes esos se quedan a dormir, y uno que otro gringo.

9) ¿En si los turistas porque vienen?

Por las aguas mijo dicen que son curativas, hay personas que vienen años porque le tienen fe a estas aguas incluso médicos vienen con pacientes a hacer terapias acá en las piscinas.

10) ¿Aparte del balneario que otro servicio hay?

Bueno hay unos cuartitos para que se acomoden los que quieren quedarse ahí me dejan dando algo unos \$20, los fines de semana hago comida, porque si no hago después se quejan que si que no venden comida.

11) ¿Con lo que cobra de entrada y los ingresos de comida y hospedaje le alcanza?

Alcanza solo para mantener el lugar porque los impuestos son elevados todos los años se paga un impuesto al derecho del agua que es de \$3500, aparte servicios básicos, sueldos de trabajadores y casi no queda nada para hacer mejoras al lugar.

12) ¿Cuántas personas trabajan aquí?

Solo 3 personas ellos están afiliado al IESS y todo.

13) ¿Al ingresar me di cuenta que los caminos siguen siendo de tierra alguna institución del estado se le ha acercado a ofrecer ayuda?

Nada mijo si ya llevo 6 meses pidiendo ayuda a las obras públicas y por todo quieren plata, que permisos ni el municipio si ese camino el que existe lo hizo mi suegro.

14) ¿Qué problemas ocasionan los turistas?

Uf mijo hay unos bravos que se quejan de todo, otros belicosos que le escapan de pegar a uno, unos que son puercos que dejan botada la basura por eso no permitimos ingresar comida pero igual escondido la meten.

15) ¿Los negocios de la comunidad funcionan gracias al balneario?

Así es mijo ellos se benefician del balneario porque los turistas que ingresan por el camino se quedan comprando miel, licor, rompope, caña de azúcar, dulces, comida. Pero aun así los habitantes no ayudan en nada hasta bravos se ponen si se les pide ayuda. Igual ellos se benefician gratis yo misma les dije sino estuviese el balneario quien te viene por acá solo a comer tu comida.

16) ¿Las lluvias le perjudican al balneario?

Claro mijo daña los caminos los carros patinan, se hacen huecos, aparte el río crece, como en la época del niño el río se llevo todo el balneario tuvo que cerrar un año para repararlo.

17) ¿Se pueden hacer más infraestructura y piscinas aquí?

Claro hay espacio sino que se necesita dinero para construir muros para el río, excavar, construir, arreglar y si se pueden hacer más piscinas sino que si no hay muro el río cuando crece los cubre.

## Modelo de la encuesta

Universidad Católica Santiago de Guayaquil



### Encuesta

La presente encuesta se realiza para conocer su opinión sobre el Balneario de aguas termales Yanayacu en el cantón La Troncal con el objetivo de desarrollar turismo de salud.

- 1.- Esta encuesta consta de 10 preguntas. Lea atentamente cada una de ellas, revise todas las opciones, y elija la alternativa que más lo (a) identifique.
- 2.- Marque la alternativa seleccionada con un círculo.
- 3.- Si se equivoca o desea corregir su respuesta, marque con una cruz la alternativa que desea eliminar y seleccione la nueva opción.

Género: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Lugar de origen del encuestado: \_\_\_\_\_

**1) ¿Sufre usted de algún dolor o malestar corporal?**

Si

No

**2) ¿Conoce usted lo que es turismo salud?**

Si

No

**3) Podría usted mencionar el nombre de algún lugar en el país donde se realice turismo de salud**

\_\_\_\_\_

**4) ¿Le gustaría experimentar una nueva forma para aliviar los dolores y al mismo tiempo hacer turismo?**

Si

No

Quizás

**5) ¿Tiene conocimiento o ha escuchado sobre el balneario de aguas termales Yanayacu?**

Si

No

**6) ¿Llevaría a su familia o amigos a un lugar rodeado de naturaleza en el que pueda relajarse?**

Si

No

Quizás

**7) ¿Estaría dispuesto a viajar desde Guayaquil 2 horas para visitar el lugar?**

Si

No

Quizás

**8) ¿De qué manera se movilizaría usted?**

Transporte Público

Auto Propio

Transporte Particular

**9) ¿Qué servicios o beneficios desearía recibir al momento de su llegada al lugar?**

Alojamiento

Alimentos & Bebidas

Entretenimiento

Otros

**10) ¿Conoce alguna persona que esté interesado en aliviar sus dolores corporales?**

Si

No

**11) ¿Qué vínculo tiene con esa persona?**

Familiar

Amigo

Compañero de trabajo

Conocido

Se le agradece por su tiempo y colaboración.



## Comunidades abandonadas por los Gobiernos locales

Fecha de publicación



Comunidades

abandonadas por los Gobiernos locales, mientras otras comunidades de la Provincia del Cañar reciben ayuda por los daños causados por la temporada infernal otras simplemente tienen que resignarse y soportar todos los problemas que tienen que vivir día a día para poder sobrevivir, La comunidad de Yanayacu localizada a unos 30kl de la Parroquia Chomtamarca perteneciente al Cantón Cañar con unas 30 familias

Figura# 17: Reportaje de la comunidad Yanayacu  
Elaboración: Radio Roja de Cañar



Figura# 18: Entrada a Yanayacu  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 19: Vegetación de la comunidad**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 20: Vista panorámica de La Troncal**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 21: Negocios Cerrados de la comunidad**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 22: Naturaleza de la Comunidad**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 23: Vivienda de la comunidad**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 24: Vías de acceso a la comunidad y al balneario**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 25: Venta de Productos de la zona**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 26: Rio BuluBulu y balneario de aguas termales**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 27: Prohibiciones del Bañeario**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 28: Actualidad del bañeario**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 29: Espacio físico disponible del balneario**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 30: Localización del Balneario**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 31: Espacio físico disponible para infraestructura**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 32: Infraestructura actual del balneario**  
Elaboración: Autor del Proyecto





**Figura# 33: Infraestructura del balneario**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 34: Instalaciones actuales**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 35: Áreas deportivas del Balneario**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 36: Fuentes de agua termal natural**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 37: Casilleros en mal estado del balneario**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 38: Comedor cerrado del balneario**  
Elaboración: Autor del Proyecto



**Figura# 39: Duchas de agua fría del balneario**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Figura# 40: Piscinas de agua termal**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**



**Foto# 41: Visitantes en las piscinas de agua termal**  
**Elaboración: Autor del Proyecto**