



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO
“BALNEARIO COVIEM” PARA PROPONER ESTRATEGIAS DE MEJORA**

AUTOR:

Jordan Fabricio Tomalá Paredes

TUTOR:

Lic. Fiallo Garcés Marlon Polo, MSc.

GUAYAQUIL – ECUADOR

2018

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de la reputación del atractivo turístico “Balneario Coviem” para proponer estrategias de mejora	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Tomalá Paredes Jordan Fabricio	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Caicedo Barreth Alba Verónica/ Fiallo Garcés Marlon Polo	
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil	
UNIDAD/FACULTAD:	Comunicación Social (FACSO)	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Hotelería y Turismo	
GRADO OBTENIDO:	Licenciatura en Turismo y Hotelería	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Marzo 2018	No. DE PÁGINAS:
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	balneario, calidad, estrategias de mejora, atractivo turístico	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo realizar un análisis de la reputación del atractivo turístico “Balneario Coviem”, que permita conocer la satisfacción de los visitantes del servicio brindado por este balneario, ubicado en el suroeste de la ciudad de Guayaquil, capital de la provincia del Guayas; dicho estudio fue soportado con una encuesta que consta de 11 preguntas y una ficha de observación por variables que miden la aceptación de los visitantes al balneario, teniendo como antecedente que toda la demanda de visitantes que posee dicho balneario supera la capacidad actual, y que posiblemente genera insatisfacción a los visitantes. Con los resultados de este estudio se propondrá estrategias de mejora que permitan escalar los niveles de satisfacción de los usuarios del balneario. La metodología aplicada es de tipo no experimental transversal con alcance descriptivo por la técnica estadística empleada a través de la encuesta. La población estuvo conformada por 3500 usuarios que es la cantidad límite admisible por día, a partir del cual se llegó a obtener una muestra de 346 visitantes.</p> <p>Como resultado de esta investigación se llegó a conocer que los visitantes tienen una percepción buena de los servicios que presta el Balneario Coviem, representada por más del 80%.</p>	
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail: jordan.tomala@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Fiallo Garcés Marlon Polo	
	Teléfono: 0986360797	
	E-mail: marlon.fialloq@ug.edu.ec	



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 10 de enero de 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado MARLON POLO FIALLO GARCÉS, tutor del trabajo de titulación: **Análisis de la reputación del atractivo turístico “Balneario Coviem” para proponer estrategias de mejora**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por JORDAN FABRICIO TOMALÁ PAREDES, con C.I. 0950789446, como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciando en Turismo y Hotelería, en la carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para sustentación.

LIC. MARLON POLO FIALLO GARCÉS MSc.

C.I. 0909100562

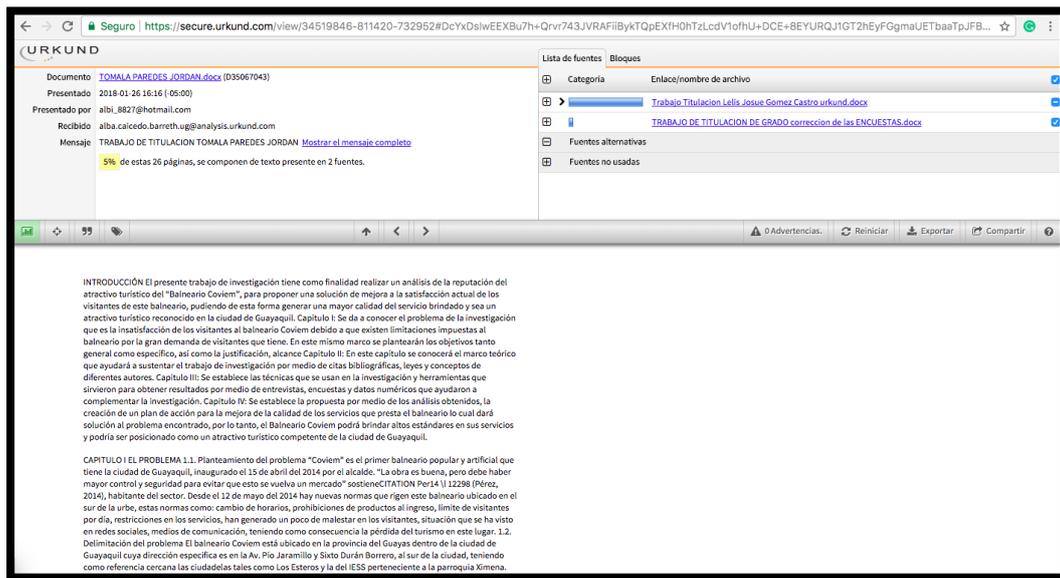


FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado MARLON POLO FIALLO GARCÉS, tutor del trabajo de titulación, certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por JORDAN FABRICIO TOMALA PAREDES, C.C.: 0950789446, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA.

Se informa que el trabajo de titulación: **Análisis de la reputación del atractivo turístico “Balneario Coviem” para proponer estrategias de mejora**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND, quedando el 5% de coincidencia.



LIC. MARLON POLO FIALLO GARCÉS MSc.

C.I. 0909100562



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 15 de febrero de 2018

Economista

Carlos Ortíz Novillo

DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación **Análisis de la reputación del atractivo turístico “Balneario Coviem” para proponer estrategias de mejora** del estudiante JORDAN FABRICIO TOMALA PAREDES. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 14 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 5 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante JORDAN FABRICIO TOMALA PAREDES está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Lic. ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH, MSc.
DOCENTE TUTOR REVISOR



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH, revisor del trabajo de titulación **Análisis de la reputación del atractivo turístico “Balneario Coviem” para proponer estrategias de mejora**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por JORDAN FABRICIO TOMALA PAREDES, con C.I. No. 0950789446, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Lcdo. en Turismo y Hotelería, en la Carrera de Turismo y Hotelería, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

**LIC. ALBA CAICEDO BARRETH, MSC
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. No. 0924842354**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Yo, JORDAN FABRICIO TOMALÁ PAREDES, con C.I.: 0950789446, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO “BALNEARIO COVIEM”, es de mi absoluta propiedad, responsabilidad y según el ART. 114 DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

JORDAN FABRICIO TOMALÁ PAREDES

C.I.: 0950789446

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines

DEDICATORIA

El presente trabajo es el resultado de la dedicación, el esfuerzo y la colaboración de mi tutor y mi novia que estuvieron hombro a hombro ayudándome en cada paso a realizar de este trabajo. Aunque no puedo compensar todo el tiempo que les he quitado, ni tan siquiera el apoyo que me han brindado, deseo expresar mi más grato agradecimiento a ellos, quienes han participado en la realización de este trabajo, y sin duda alguna no podría haber terminado si no fuera por el constante apoyo que me brindaban día a día para alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Jehová Dios por haberme dado cada día una oportunidad más para superarme y por supuesto la vida, en segundo lugar, al Lic. Marlon Polo Fiallos Garcés, docente de la Facultad de Comunicación Social y mi tutor asignado en este trabajo de titulación. La enorme oportunidad que me ofreció al momento de permitirme elegirlo como tutor, su incansable trabajo para que me esfuerce cada día un poquito más y sus consejos son motivos más que suficientes para sentirme privilegiado alado de tan erudito docente.

A mi novia Ruth Elizabeth Lindao Rivas, que sin duda alguna siempre estuvo hombro a hombro apoyándome en todo momento de la investigación, en las salidas a campo para recolección de información y en su apoyo constante con palabras motivadoras, las cuales, me ayudaban a tener más ganas de culminar esta investigación. Todo esto me permitió afrontar cada día de trabajo como si fuera el primero.

Finalmente, no quisiera terminar sin dedicar unas merecidas líneas a mi familia y amigos. En especial a mi madre, cuyas innumerables muestras de cariño han sido especialmente acogidas en los momentos más difíciles de este largo camino que he tenido que afrontar, pero sin duda alguna siempre ella estuvo ahí con ese entusiasmo que una madre demuestra a su hijo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	VIII
AGRADECIMIENTO.....	IX
Resumen.....	XVI
Abstract.....	XVII
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Delimitación del problema.....	2
1.3. Situación conflicto	3
1.4. Formulación del problema de investigación	3
1.5. Alcance	3
1.6. Relevancia Social.....	4
1.7. Evaluación del problema.....	4
1.7.1. Factible	4
1.7.2. Conveniente.....	4
1.7.3. Útil.....	4
1.7.4. Importancia	4
1.8. Objetivos	5
1.8.1. Objetivo General	5
1.8.2. Objetivos Específicos.....	5
1.9. Justificación.....	5
1.10. Idea a defender	6
1.11. Campo y objeto.....	6
1.12. Preguntas de investigación	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.1.1. Impactos del turismo sobre el destino a visitar	10
2.2 Fundamentación teórica.....	11
2.2.1. Servicio	11
2.2.2. Calidad.....	12
2.2.3. Calidad del servicio.....	12

2.2.4. Cinco dimensiones de la calidad.....	13
2.2.5. Modelos de calidad.....	14
2.2.6. Estrategias.....	14
2.2.7. Mejora de servicios.....	15
2.2.8. Método para mejorar los servicios.....	15
2.3 Fundamentación legal.....	15
2.3.1 Constitución de la República del Ecuador (2008).....	15
2.3.2. Ley de Turismo.....	16
2.3.3. Objetivos del Buen Vivir.....	17
2.4 Marco contextual.....	17
2.5 Marco conceptual.....	17
CAPITULO III.....	19
METODOLOGÍA.....	19
3.1 Enfoque de la investigación.....	19
3.2 Tipo de investigación.....	19
3.3 Método de investigación.....	19
3.4 Software que se utilizó.....	19
3.5 Técnicas utilizadas en la investigación.....	20
3.6 Población y muestra.....	20
3.6.1 Simbología.....	21
3.6.2 Fórmula.....	21
3.7 Análisis e interpretación de los resultados.....	22
3.7.1 Análisis del registro de observación del balneario Coviem.....	22
3.8 Análisis de las encuestas.....	33
CAPITULO IV.....	53
PROPUESTA.....	53
4.1 Introducción.....	53
4.2 Justificación.....	53
4.3 Objetivos.....	53
4.3.1 Objetivo general.....	53
4.3.2 Objetivos específicos.....	54
4.4. Análisis actual del entorno.....	54
4.5. Identificación de causas/efecto.....	54

4.6. Estrategias	55
4.7 Presupuesto	58
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES	61
BIBLIOGRAFÍA	62
Anexo A: Formulario de encuesta sobre el Balneario Coviem	64
Anexo B: Ficha de Observación Balneario Coviem.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Calle principal de acceso al balneario, toma 1.....	22
Figura 2 Calle principal de acceso al balneario, toma 2.....	23
Figura 3 Área de recreación.....	24
Figura 4 Centro de información.....	24
Figura 5 Piscina niños y adultos, toma 1.....	25
Figura 6 Piscina niños y adultos, toma 2.....	25
Figura 7 Camino a piscina.....	26
Figura 8 Punto de guardianía.....	26
Figura 9 Piscina, toma aérea.....	27
Figura 10 Servicio de ambulancia.....	27
Figura 11 Utilería, toma a distancia.....	28
Figura 12 Utilería, toma cerrada.....	28
Figura 13 Barandas de separación.....	29
Figura 14 Lugar de espera de usuarios para ingreso al balneario.....	30
Figura 15 Otros juegos.....	31
Figura 16 Baños y vestidores.....	32
Figura 17 Bar interno.....	32
Figura 18 Vista balneario, toma a distancia.....	33
Figura 19 ¿De qué sector de la ciudad es?.....	34
Figura 20 ¿Qué actividad prefiere hacer cuando llega al balneario?.....	35
Figura 21 ¿Con qué frecuencia visita el balneario?.....	36
Figura 22 ¿Por qué visita el balneario?.....	37
Figura 23 ¿El servicio que recibió de los miembros del balneario fue?.....	38
Figura 24 ¿Su experiencia dentro del balneario fue?.....	39
Figura 25 ¿Considera usted que un plan de mejora sobre el balneario sea necesario?.....	40
Figura 26 ¿Cree que mejorarían las áreas sobre la cual se aplique un plan de mejora en el balneario?.....	41
Figura 27 ¿Cree usted que con las mejoras en el balneario tendrá nuevos visitantes?.....	42
Figura 28 ¿Una vez aplicado el plan de mejora sobre el balneario lo recomendaría a sus conocidos?.....	43
Figura 29 ¿Le gustaría que exista un buzón de sugerencias?.....	44
Figura 30 Variable “Actitud de los visitantes al balneario”.....	46
Figura 31 Variable “Actitud de los trabajadores del balneario”.....	46
Figura 32 Variable “Condiciones de las zonas del balneario”.....	47
Figura 33 Variable “Condiciones de las zonas de descanso del balneario”.....	48

Figura 34 Variable “Condiciones de los baños”	48
Figura 35 Variable “Condiciones del área de ejercicios”	49
Figura 36 “Vías de acceso al balneario”	49
Figura 37 Variable “Servicio del bar del balneario”	50
Figura 38 Variable “Limpieza del balneario”	51
Figura 39 “Servicios adicionales del balneario”	51
Figura 40 Análisis FODA	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Frecuencia pregunta 1.....	34
Tabla 2 Frecuencia pregunta 2.....	35
Tabla 3 Frecuencia pregunta 3.....	36
Tabla 4 Frecuencia pregunta 4.....	37
Tabla 5 Frecuencia pregunta 5.....	38
Tabla 6 Frecuencia pregunta 6.....	39
Tabla 7 Frecuencia pregunta 7.....	40
Tabla 8 Frecuencia pregunta 8.....	41
Tabla 9 Frecuencia pregunta 9.....	42
Tabla 10 Frecuencia pregunta 10.....	43
Tabla 11 Frecuencia pregunta 11.....	44
Tabla 12 Resumen ficha de observaciones - frecuencia absoluta	45
Tabla 13 Análisis causa efecto.....	55
Tabla 14 Presupuesto implementación de estrategias.....	59



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO “BALNEARIO
COVIEM” PARA PROPONER ESTRATEGIAS DE MEJORA**

Autor: Jordan Fabricio Tomalá Paredes

Tutor: Fiallo Garcés Marlon Polo

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo realizar un análisis de la reputación del atractivo turístico “Balneario Coviem”, que permita conocer la satisfacción de los visitantes del servicio brindado por este balneario, ubicado en el suroeste de la ciudad de Guayaquil, capital de la provincia del Guayas; dicho estudio fue soportado con una encuesta que consta de 11 preguntas y una ficha de observación por variables que miden la aceptación de los visitantes al balneario, teniendo como antecedente que toda la demanda de visitantes que posee dicho balneario supera la capacidad actual, y que posiblemente genera insatisfacción a los visitantes. Con los resultados de este estudio se propondrá estrategias de mejora que permitan escalar los niveles de satisfacción de los usuarios del balneario. La metodología aplicada es de tipo no experimental transversal con alcance descriptivo por la técnica estadística empleada a través de la encuesta. La población estuvo conformada por 3500 usuarios que es la cantidad límite admisible por día, a partir del cual se llegó a obtener una muestra de 346 visitantes.

Como resultado de esta investigación se llegó a conocer que los visitantes tienen una percepción buena de los servicios que presta el Balneario Coviem, representada por más del 80%

Palabras claves: balneario, calidad, estrategias de mejora, atracción turística.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**“ANALYSIS OF THE REPUTATION OF THE TOURIST ATTRACTION SPA
COVIEM TO PROPOSE STRATEGIES OF IMPROVEMENT”**

Author: Jordan Fabricio Tomalá Paredes

Tutor: Fiallo Garcés Marlon Polo

Abstract

The main objective of this research work is to carry out an analysis of the reputation of the tourist attraction "Balneario Coviem", which allows us to know the satisfaction of the visitors of the service provided by this spa, located in the southwest of the city of Guayaquil, capital of the province of Guayas; This study was supported by a survey consisting of 11 questions and an observation sheet by variables that measure the acceptance of visitors to the spa, taking as a precedent that all the demand of visitors that has this spa exceeds the current capacity, and that possibly It generates dissatisfaction to the visitors. With the results of this study, strategies for improvement will be proposed to scale the satisfaction levels of spa users. The applied methodology is of non-experimental transversal type with descriptive scope by the statistical technique used through the survey. The population consisted of 3500 users, which is the admissible limit amount per day, after which a sample of 346 visitors was obtained.

As a result of this research it was known that visitors have a good perception of the services provided by the Coviem Spa, represented by more than 80%.

Keywords: Spa, quality, strategies for improvement, tourist attraction.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad realizar un análisis de la reputación del atractivo turístico del “Balneario Coviem”, para proponer estrategias que coadyuven a la mejora de la satisfacción actual de los visitantes de este balneario, pudiendo de esta forma generar una mayor calidad del servicio brindado y sea un atractivo turístico reconocido en la ciudad de Guayaquil y del país.

En el capítulo 1 se da a conocer el problema de la investigación que es la insatisfacción de los visitantes al balneario Coviem, debido a que existen limitaciones impuestas al balneario por la gran demanda de visitantes que tiene. En este mismo marco se plantearán los objetivos tanto general como específico, así como la justificación y alcance.

En el capítulo 2 se conocerá el marco teórico que ayudará a sustentar el trabajo de investigación por medio de citas bibliográficas, leyes y conceptos de diferentes autores, entre lo más destacado la calidad del servicio.

En el capítulo 3 se establecen las técnicas que se usan en la investigación y herramientas que sirvieron para obtener resultados por medio de entrevistas, encuestas y datos numéricos que ayudaron a complementar la investigación.

Finalmente, en el capítulo 4 se establece la propuesta por medio de los análisis obtenidos, de estrategias de mejoras para incrementar los niveles de la calidad de los servicios que presta el balneario, lo cual dará solución al problema encontrado, por lo tanto, el Balneario Coviem podrá brindar mejores servicios y ser posicionado como un atractivo turístico competente de la ciudad de Guayaquil.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

“Coviem” es el primer balneario popular y artificial que tiene la ciudad de Guayaquil, inaugurado el 15 de abril del 2014 por el alcalde. *“La obra es buena, pero debe haber mayor control y seguridad para evitar que esto se vuelva un mercado”* sostiene (Pérez, 2014), habitante del sector.

Desde el 12 de mayo del 2014, hay nuevas normas que rigen este balneario ubicado en el sur de la urbe, estas normas como: cambio de horarios, prohibiciones de productos al ingreso, límite del número de visitantes por día, restricciones en los servicios, han generado un poco de malestar en los visitantes, situación que se ha visto en redes sociales, medios de comunicación, teniendo como consecuencia la reducción de visitantes en este lugar.

Sin embargo, en fechas determinadas como feriados surge el inconveniente de saturación de visitantes, donde la afluencia inclusive supera la capacidad máxima permitida.

1.2. Delimitación del problema

El balneario Coviem está ubicado en la provincia del Guayas dentro de la ciudad de Guayaquil cuya dirección específica es en la Av. Pío Jaramillo y Sixto Durán Borrero, al sur de la ciudad, teniendo como referencia cercana las ciudadelas tales como Los Esteros y la del IESS, perteneciente a la parroquia Ximena.

Cuenta con una laguna y playa artificial de más de 23.985 metros cuadrados con una superficie de una hectárea para los bañistas; área señalizada para niños, una película antideslizante con una rugosidad que simula un piso de arena y una isla donde los bañistas pueden aprovechar el sol.

Además, este balneario se encuentra equipado con 52 perezosas de hormigón en el área de laguna, cuatro pérgolas y un gimnasio y variados servicios como lo son

cuatro torres de vigilancia, 52 puntos de duchas, baterías sanitarias, vestidores, bares, área de enfermería, portones de ingreso y salida de emergencia (Municipalidad de Guayaquil, 2018).

El presente proyecto, que es un análisis de los servicios, se realizará en el balneario Coviem y tendrá una duración de aproximadamente 3 meses, específicamente analizando la calidad de todos sus servicios, cuyo resultado permitirá proponer estrategias de mejora de los mismos, que llevará a tener mayor porcentaje de opiniones positivas o de aceptación, lo mismo que servirá para poder impulsarlo como un punto a visitar por cualquier visitante de la ciudad de Guayaquil o del país en general.

1.3. Situación conflicto

Las personas en la actualidad son perfeccionistas en los servicios o bienes que adquieren, es decir, son más exigentes, por lo tanto, un servicio de baja calidad generará insatisfacción y posteriormente muy probablemente problemas, por esta razón siempre todo servicio, bien o producto debe contener altos estándares de calidad para poder satisfacer las expectativas del consumidor puesto que además de estándares existe otro factor importante, que es, la competencia.

1.4. Formulación del problema de investigación

¿Cómo satisfacer las expectativas de los visitantes del Balneario Coviem?

1.5. Alcance

El presente trabajo pretende analizar la satisfacción del servicio, por parte de los visitantes del balneario Coviem, por lo que el estudio solo comprenderá las opiniones de los encuestados que llevarán a conclusiones y posteriores estrategias de mejora.

A corto plazo dichas estrategias de mejora intentan incrementar la satisfacción de los visitantes del balneario Coviem, con enfoque en el lugar y en sus servicios.

A largo plazo esta investigación servirá para coadyuvar al balneario Coviem posicionándolo como un atractivo turístico reconocido y competitivo de la ciudad de Guayaquil por sus altos estándares de calidad en los servicios que llegue a ofrecer.

1.6. Relevancia Social

Esta investigación tiene relevancia social, por estar directamente relacionada a la investigación de la satisfacción del servicio brindado hacia los visitantes que conforman en su mayoría la población guayaquileña, que serán base para establecer estrategias para mejorar la calidad del servicio brindado, dando también un impulso económico en el sector.

1.7. Evaluación del problema

1.7.1. Factible

El presente proyecto es susceptible a realizarse y concretarse puesto que no existen restricciones o limitaciones para la investigación, además de que se dispone de tiempo y recursos para su correcto estudio.

1.7.2. Conveniente

La finalidad del trabajo de investigación es que el balneario Coviem tenga altos estándares de calidad en todos los servicios que brinda a sus visitantes, para así poder ser un atractivo turístico competitivo y ser modelo a seguir por los demás atractivos turísticos de la ciudad y del país.

1.7.3. Útil

El trabajo se considera útil porque brindará como solución estrategias de mejora para incrementar la calidad y oferta de los servicios que presta el balneario Coviem.

1.7.4. Importancia

El presente estudio es de gran importancia, debido a que por este se conocerá la percepción de los visitantes en los servicios que presta el balneario, para tomar

decisiones de mejora por parte de los administradores que culminará en el diseño de estrategias de mejoras.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo General

Analizar la reputación del atractivo turístico del “Balneario Coviem” y proponer estrategias de mejora en sus servicios brindados, para alcanzar o superar las expectativas de sus visitantes.

1.8.2. Objetivos Específicos

1. Describir los servicios que brinda el balneario Coviem
2. Analizar a través de encuesta a los visitantes, su experiencia en el balneario
3. Proponer estrategias de mejora para los servicios que requieran aumentar su nivel de calidad

1.9. Justificación

La presente investigación se la realiza porque es importante analizar y valorar los servicios brindados por el Balneario Coviem, debido a la gran afluencia de visitantes que tiene, en especial días feriados.

Los servicios al igual que los productos son identificados por el cliente, consumidor, visitante a través de la calidad, es así, que la medición de esta variable se torna muy importante, con la recopilación de datos del estado actual del balneario, se podrá proponer una mejora en los servicios brindados, siendo así, una oportunidad para que el balneario sea muy atractivo para visitantes.

La calidad de mejora en los servicios que se ofrece, influye mucho en las personas, ya que esta va orientada a las necesidades del cliente, en el caso de este estudio a las necesidades del visitante, por lo que las estrategias de mejora

determinadas en la presente investigación, se presentarán de acuerdo al resultado de la encuesta.

1.10. Idea a defender

Como se mencionó en el problema, existen muchas restricciones para el ingreso de los visitantes en el balneario Coviem, por lo que se tiene la encuesta que ayudará a caer en cuenta que es lo que al visitante le da mayor incomodidad, y poder proponer estrategias que permitan mejorar los servicios del balneario, teniendo presente que si bien es un balneario muy acudido por su gran extensión, también hay reducción de su concurrencia por la mala percepción que puede llevarse el visitante la primera vez que lo hizo.

1.11. Campo y objeto

Objeto: Atractivo turístico “Balneario Coviem”

Campo: Satisfacción de sus visitantes

1.12. Preguntas de investigación

¿Cuál es el nivel actual de satisfacción de los visitantes del Balneario Coviem?

¿Qué aspectos son necesarios considerar en la satisfacción de los visitantes del Balneario Coviem?

¿Qué aspectos se debe mejorar en el balneario Coviem?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En la antigüedad el hombre visualizó que ciertos animales que habían sufrido algún tipo de accidente, o que se encontraba en estado crítico, se aproximaba a las fuentes de agua con cierta particularidad, es decir preferentemente de aguas termales, con la finalidad de aliviar sus dolencias, por ende el hombre relacionó aquello como un componente sagrado al que daban veneración (Abreu & Brittez, 2006).

El agua, como componente ha sido principal compañía para el hombre, desde sus inicios, inclusive en otras culturas donde el mismo se considera como un elemento esencial para su desarrollo (Tortolero, 2000).

En la antigua Grecia se realizaban incrementos de los balnearios, los cuales eran llamados también asclepia, donde algunos religiosos en aquella época realizaban tratamientos a los enfermos, con los diferentes procedimientos que existían, tales como: baño de vapor, compresas húmedas, baño de barro, chorros, etc., aquellas técnicas en la actualidad son los más utilizados en los spa (Abreu & Brittez, 2006).

En la época Romana a partir del siglo XVII se reestructuraron diversas infraestructuras, tal como: carretera de castilla, balnearios, por ende a partir de aquello empieza a realizarse instalaciones balnearias, en casi todas las grandes ciudades, por lo cual se fue extendiendo por toda Europa, allí se aplicaba técnicas hidroterápicas, para el mejoramiento de la salud (Quiros, 2006).

En cambio, en el mundo árabe los médicos más prestigiosos de esta cultura desarrollaron ampliamente su aplicación en forma de baños, bebidas y afanes locales. También se otorgaba gran prestigio a la hidroterapia, dando mucha importancia a la higiene y los cuidados corporales (Fernández, 2006).

Sin embargo, no es hasta la aparición de la imprenta, cuando se difunde los conocimientos sobre las aguas micromedicinales, en el período 1485, se da a conocer “De Balneis et Thermis, de Juan Miguel Savonarola”, primer tratado sobre termalismo y balneoterapia. A partir de lo cual en el siglo XVII se llevó acabo el empleo de medicamentos anorgánicos como los purgantes, enemas, asimismo se recomendaba el uso de balneoterapia y la hidrocinesiterapia. En los siglos XVIII y XIX va tomando mayor afluencia esta nueva tendencia, hasta llegar acooger popularidad en todos los países, además de contar con los avances tecnológicos de hoy en día (Arango, 1998), (Fernández, 2006).

A nivel mundial y especialmente en Europa, los balnearios son considerados como centros medicinales por los tratamientos corporales que se pueden dar en estos, tanto para enfermedades traumatológicas, dermatológicas, respiratorias, etc. Sin embargo, las aguas utilizadas no es una simple agua, sino que esta posee muchas características como ser termales donde contiene un sin número de elementos químicos y minerales, estos balnearios generalmente se los ven representados por solárium, saunas, tinas a vapor, etc. En España, por ejemplo, estos balnearios son considerados un centro sanitario, siempre y cuando hayan pasado revisión de las autoridades de la sanidad.

En Latinoamérica, los balnearios son catalogados de una forma distinta, que generalmente se representa como un lugar que está cerca del mar, laguna, lago o cualquier otro que contenga agua. Pues también existen balnearios en otros sectores que pueden ser dentro o fuera de la ciudad y son conocidos con este mismo nombre, pero estos para Latinoamérica no cumplen con la misma función de aguas medicinales o de relajación, sino como áreas de diversión. Es en el caso de Ecuador y otros países cercanos donde los balnearios se consideran un atractivo turístico, que al igual que otros a nivel mundial se requiere de la medición de la calidad de sus servicios, donde nace la importancia de este estudio.

Por citar algunos ejemplos, en Ecuador ya se han realizados algunos estudios de esta naturaleza, es el caso de un estudio para la promoción de un balneario turístico ubicado en el cantón Manabí que consistía en el levantamiento de

información de opiniones de los turistas para promocionarlo, dejando como propuesta de trabajo las volantes para la promoción del balneario. Pero estos estudios también se los realiza en otras partes del mundo, como por ejemplo en Rumania, estudio que consistió en el análisis de la situación actual de estos balnearios medicinales en Europa, y proponiendo estrategias de mejora en el aprovechamiento de los recursos y la promoción de los mismos, destacando su importancia en la salud humana.

En Guayaquil, a raíz de que fuera transformada en puerto fluvial por el año 1960 y por estar rodeada de ríos y puertos fue desarrollando balnearios como atractivos turísticos y que permitieran embellecer a la ciudad, situación que tuvo más empuje a partir del año 2000, donde esta ciudad comenzó a tener mayor transformación como una ciudad cosmopolita, estos balnearios se empezaron a desarrollar más en sector sur donde se concentraba la mayor parte de la población de la ciudad. Es así que las actualidades se hablan de muchos balnearios ubicados en la ciudad en todos sus sectores, como, por ejemplo: playita del Guasmo, balneario Coviem, parque acuático Sauces 6, etc.

Por otro lado, el balneario Coviem, como lo sostiene la Empresa Pública de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, desde su creación viene siendo uno de los balnearios con mayor acogida en la ciudad de Guayaquil por su gran extensión de las de 23 mil metros cuadrados y por sus distintos juegos y entretenimientos de los que dispone dentro de su cerramiento. Cada año este balneario se vuelve más turísticos, especialmente para las personas que no salen de la ciudad de Guayaquil cuando se trata días feriados o fines de semana.

Pues en la antigüedad, el turismo era una actividad limitada a un grupo minoritario y selecto de personas que tenían disponibilidad de tiempo y recursos económicos para realizar viajes; no obstante, hoy en día, en cuanto a la mayor disposición de tiempo, disminución de la jornada laboral, ampliación de vacaciones e ingresos económicos a nivel que las personas ha permitido disfrutar del turismo, ya sea en viajes, tour de varias paradas en una ciudad o país, el mismo que en la actualidad

existen varias compañías dedicadas a esta actividad, de lo cual genera mayor rentabilidad (Rodríguez & Martínez, 2009).

Entre los diferentes tipos de turismo se encuentran:

Turismo de recreo.- Se refiere a los viajes que realizan aquellas personas, con la finalidad de salir de la rutina, conocer lugares diferentes, cultura, política (Quesada, 2000).

Turismo de salud.- Este tipo de turismo lo realizan aquellas personas que por sus condiciones específica, buscan aquellos lugares que le proporcionan condiciones especiales y ventajas para mejoramiento y recuperación en la salud (Quesada, 2000).

Actualmente, con el avance tecnológico, todas las personas pueden acceder a paquetes turístico de gran variedad, a cualquier parte del mundo, inclusive mediante aplicaciones por el celular, el mismo que incluye varios servicios, tales como: alimentación, spa, visita a lugares turístico, etc.

2.1.1. Impactos del turismo sobre el destino a visitar

2.1.1.1. Impactos económicos

Incluye los beneficios e ingresos obtenidos por el giro de negocio de turismo, el mismo que conlleva desde la realización de tours, servicios contratados, paquetes de viajes, etc., así mismo, los costos derivados de los mismos, pueden ser directos e indirectos, sin embargo, en la actualidad existen gran cantidad de empresas de agencias de viajes, que deben siempre innovar en el servicio, es decir brindar valor agregado, para así diferenciarse de la competencia (Rodríguez & Martínez, 2009).

2.1.1.2. Impactos en el empleo

Actualmente, para la agencias de viajes, es indispensable la mano de obra, sobre todo mantener a personal especializado en cada uno de las actividades, en especial en servicio al cliente, dado que tiene contacto directo con el mismo, y depende de aquello obtener la fidelización del cliente, además es importante

recalcar que en cierto épocas del año tiene bastante acogida por parte de los clientes en las agencias de viaje, por lo que existe un mayor incremento de puesto de trabajo (Rodríguez & Martínez, 2009).

2.1.1.3. Impactos sociales

Se refiere al cambio de vida de las personas de destinos turísticos, puesto que a mayor ingreso que obtenga, mejor calidad de vida y por ende van a preferir escoger una agencia de viaje en caso de realizar tour (Rodríguez & Martínez, 2009).

2.1.1.4. Impactos medio ambientales

Se incluye las repercusiones medioambientales de la relación entre el turista con el medio ambiente, es necesario poner en práctica sobre el turista el cuidado al medio ambiente, es decir procurar no arrojar basura, cuidar de las plantas, etc. (Rodríguez & Martínez, 2009).

Efectos culturales en los destinos visitados y sobre los turistas visitantes.

2.2 Fundamentación teórica

2.2.1. Servicio

Es la prestación que el consumidor o cliente espera recibir, además del producto o servicio, además que el cliente evalúa el valor que el proveedor brinda, este valor agregado puede ser:

1. Brindar ayuda para resolver problema, es decir suplir las necesidades del cliente.
2. Otorgar apoyo financiero, es decir brindar crédito, de tal manera que pueda obtener el bien o servicio requerido.
3. Apoyo postventa.- Formación, reparación, garantías.
4. Rapidez y flexibilidad.- En cuanto a la entrega inmediata del bien o servicio (Publicaciones Vértice S.L., 2008).

2.2.2. Calidad

Característica del bien o servicio, así mismo es importante para las organizaciones brindar calidad en el servicio para así conseguir la fidelización del cliente, y así generar mayor ingreso (Publicaciones Vértice S.L., 2008).

Bennett & Brown (1989) establecen que: *“Un servicio de calidad no es ajustarse a las especificaciones, como a veces se le defina, sino más bien, ajustarse a las especificaciones del cliente”*, en este contexto es importante tener claro que se tiene que suplir las necesidades del cliente, y brindar solución al respecto.

La gestión de la calidad total permite mejorar constantemente la calidad de la organización en los procesos, productos y servicios que se brinda, por lo que hoy en día la mayoría de empresas busca implementar diferentes modelos de calidad, con la finalidad de mejorar los procesos y así eliminar los cuellos de botella existentes (Publicaciones Vertice S.L., 2008).

2.2.3. Calidad del servicio

Grönroos (1982) establece que: *“La calidad de un servicio es un concepto de naturaleza compleja”*, por tal razón ajustarse a las especificaciones del cliente tanto en realidad como percepción determina la calidad del servicio, puesto que se puede cumplir o no cumplir las necesidades y expectativas de un cliente.

Un buen sistema de calidad del servicio se puede constituir en el diferenciador de los servicios que se ofrecen, las empresas de mayor éxito son aquellas que ofertan un mejor servicio, en la actualidad la calidad del servicio para el cliente se ha convertido en un factor esencial en la toma de decisiones al momento de realizar alguna compra, en todos los sectores comerciales la competencia es cada vez mayor; por tal razón es primordial ofertar un servicio de calidad y crear ventajas competitivas que permitan crear valor a los productos o servicios. (Publicaciones Vertice S.L., 2008).

2.2.4. Cinco dimensiones de la calidad

Las cinco dimensiones del trabajo del servicio dirigen el viaje hacia la calidad del servicio para determinar la excelencia, esto se fundamenta en los siguientes conceptos.

Fiabilidad

Se define como la habilidad que se posee para suministrar el servicio propuesto de una manera segura, cuidadosa y confiable, es decir brindar un buen servicio desde el primer momento (Cottle, 2000).

Seguridad

Representa la seguridad que tienen los clientes al ir a un sitio donde pueden estar confiados de que están en las mejores manos, esto incluye el conocimiento y la actitud de atención que tiene el personal (Cottle, 2000).

Elementos tangibles

Generar expectativas y satisfacción a través de la utilización de elementos tangibles como la señalización y distribución de elementos físicos en el lugar de concurrencia, incorpora un valor agregado al cliente (Cottle, 2000).

Capacidad de respuesta

Contar con un servicio rápido, ágil y estar listo para responder las peticiones del cliente (Cottle, 2000).

Empatía

Tener la disposición de ofrecer a los clientes atención y cuidado personalizado. Esto requiere un alto compromiso e implicación con el cliente (Cottle, 2000).

2.2.5. Modelos de calidad

Un modelo de calidad es una metodología que permite realizar en cualquier organización una autoevaluación o autodiagnóstico, mediante la revisión sistemática de sus prácticas de gestión y estrategias, el modelo está compuesto por un conjunto de criterios y preguntas sistemáticas por áreas de gestión, que forma una valoración crítica de los aspectos selectos de la gestión de la organización. Al mismo tiempo, identifica cuáles son las prácticas que se necesitan mejorar (Edelman, 2001).

Normas ISO 9000

Conjunto de normas y estándares internacionales que ayudan a una organización con la gestión, el aseguramiento y el control de la calidad. La familia ISO 9000 se compone básicamente de tres normas: la norma ISO 9000 que es como un diccionario de calidad que define términos del vocabulario ISO, la norma ISO 9001 que se encarga de certificar la calidad de los productos, servicios y procesos de una empresa, y la norma ISO 9004 que brinda a las empresas una serie de directrices de calidad para la mejora de sus procesos (Online Browsing Platform (OBP), 2015).

Norma ISO 9901

Estándar internacional de calidad que garantiza la calidad de los productos, servicios y procesos de una empresa. Como dato podemos decir que obtener la certificación ISO 9001 toma cerca de seis meses dependiendo del tamaño de la empresa, y tiene un tiempo de validez por tres años, el cual incluye seguimientos semestrales o anuales por parte de la certificadora (Online Browsing Platform (OBP), 2015).

2.2.6. Estrategias

Las estrategias son acciones específicas formuladas que llevan a cumplir un objetivo, estas pueden ser aplicadas en tres dimensiones, entre las que están: usuario, organizacional y competencia. Las estrategias que se propondrán en este trabajo serán la de usuarios, dado que el servicio está orientado a la ciudadanía

2.2.7. Mejora de servicios

El servicio como un conjunto de recursos y actividades, busca responder a la sociedad y la mejora de este se encuentra en la calidad que le damos a este al momento de ofrecerlo al cliente. Pues la mejora se enfoca las capacidades y recursos, en esta primera se encuentran las estrategias, procesos y la competencia de talento humano, mientras que en los recursos están los financieros, la información que se posee, los tecnológicos, la infraestructura y el equipamiento. Básicamente, las mejoras se acentúan en las estrategias y los procesos que el cliente no los llega a percibir sino a través de la calidad.

2.2.8. Método para mejorar los servicios

La mejora de servicios puede ser desarrollada de diversos enfoques, la más usada es la aplicada en los procesos, porque de la ejecución de estos, dependerá la satisfacción al usuario final, pues este método consiste en definir y aplicar una encuesta de satisfacción de los servicios brindados o a evaluarse, se procesa y se analizan los resultados, determinando las posibles causas, para luego proponer la estrategia de mejora (Secretaría Nacional de la Administración Pública, 2016).

2.3 Fundamentación legal

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador (2008)

De conformidad con lo establecido en el capítulo II, sección tercera artículos 16, 18 y el capítulo III de la sección novena artículo 53 que en su parte pertinente establece:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de

estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación (Constitución del República del Ecuador, 2008).

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información (Constitución del República del Ecuador, 2008).

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación (Constitución del República del Ecuador, 2008).

2.3.2. Ley de Turismo

Capítulo II

“Art. 5 se consideran actividades turísticas al desarrollo de establecimientos que se dediquen al servicio de alimentos y bebidas” (Ministerio de Turismo, 2008)

2.3.3. Objetivos del Buen Vivir

El Plan Nacional del Buen Vivir materializa cada uno de los objetivos de la norma constitucional que institucionaliza el sumak tasa, a través de estrategias de cambio que sustentan la planificación a la que deben someterse los órganos de la Administración Pública (Plan Nacional de Desarrollo, 2017-2021).

Objetivo 9

“Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017-2021)

2.4 Marco contextual

El Balneario Coviem está ubicado en el cantón Guayaquil, al sur de la ciudad, en la provincia del Guayas. Cuenta con una laguna y playa artificial de más de 23.985 metros cuadrados con una superficie de una hectárea para los bañistas. La ciudad de Guayaquil se encuentra limitada al norte por el cantón Daule, Lomas de Sargentillo, Nobol y Samborondón, al sur por el Golfo de Guayaquil, al este por el cantón Duran y oeste por el cantón Playas, posee una población de más de 2.3 millones de habitantes en zona urbana y rural.

El objeto de estudio es el Balneario Coviem, de la parroquia Ximena de Guayaquil, donde a partir de las personas que transiten en el sector al momento de la encuesta se evalúa la calidad del servicio, reputación y los estándares de calidad con los que se maneje el mencionado balneario y valorar el impacto de este centro de recreación.

En el proceso de revisión que conllevó la investigación no se encontraron estudios previos en este lugar, pero se tiene versiones que la Municipalidad de Guayaquil, luego de haber realizado un estudio por quejas realizadas por los visitantes, determina condiciones de horario, consumo de alimentos, límite de visitantes por días, así como, restricción del tipo de servicio a usar.

2.5 Marco conceptual

Balneario: baños públicos, especialmente curativos y con aguas termales, o que tiene relación con estos lugares o establecimientos.

Calidad: Conjunto de pertenencias inherentes a una cosa que consiente caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie.

Servicio: Realizar un trabajo a otra persona a cambio de una compensación monetaria así dispuesta por las partes.

Estándar: Cumplir con requerimientos básicos exigidos por un determinado organismo.

Visitante: Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad.

Morador: Que mora, o que habita determinado local; habitante, residente

Insatisfacción: Sentimiento interior que experimenta una persona cuando siente que una realidad determinada no cumple sus expectativas.

Satisfacción: Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad.

Afluencia: Llegada de personas o cosas en abundancia o concurrencia en gran número hacia una dirección.

Influencia: Poder de una persona o cosa para determinar o alterar la forma de pensar o de actuar de alguien.

Producto: Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación.

Observación directa: Observación de un fenómeno por medio de la toma de información para su posterior análisis.

Asclepia: Planta leñosa o de forma de arbusto.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la investigación

El trabajo de investigación es mixto pues contiene dos enfoques: cualitativo y cuantitativo (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2016).

El cualitativo que contribuirá para el desarrollo de la descripción de la información recopilada en la presente investigación, y el cuantitativo porque se obtendrán datos numéricos a través de la realización de una encuesta, con los que se convertirán en datos estadísticos que permitirán proponer estrategias de mejora en los servicios del balneario.

3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación empleado en este trabajo es el de campo, ya que la aplicación de la encuesta implica la visita insitu al Balneario Coviem realizada un fin de semana, no obstante, se realizó una revisión de revistas, publicaciones, libros, y demás fuentes de consulta bibliográfica, para reforzar los conocimientos teóricos sobre el concepto de la calidad que es una de las variables para proponer las estrategias de mejoras.

3.3 Método de investigación

El método de la investigación contribuye a los objetivos de trabajo para obtener resultados alcanzables en su realización. El empleado en este trabajo es de tipo analítico por el proceso después de la recolección de datos mediante la encuesta, que luego aportará a la formulación de estrategias de mejoras (Urgiles, 2014).

3.4 Software que se utilizó

El software empleado en este trabajo básicamente estuvo conformado por el paquete office, en sus principales como Word que sirvió para la elaboración y organización del informe de este proyecto, Excel que se usó para la tabulación de los datos de los formularios de la encuesta con el que se organizaron y graficaron

los mismos y como apoyo o guía para la sustentación de este proyecto la herramienta Power Point.

3.5 Técnicas utilizadas en la investigación

La técnica usada en este trabajo es la encuesta, donde a través de esta se consiguió obtener datos específicos, con las preguntas planteadas, las personas encuestadas fueron los visitantes al balneario. La encuesta se aplicó a 106 personas que finalmente conformó la muestra, cantidad en la cual están incluidos los visitantes, moradores del sector y empleados del balneario. La encuesta consta de 11 preguntas entre las que están informativas y de satisfacción de visita a este lugar turístico, estas preguntas se encuentran en el Anexo 1.

Además, se aplicó a los mismos visitantes encuestados la técnica por observación mediante un formulario de observación que consta en el Anexo 2, esta misma ficha fue realizada a dos empleados del balneario quienes también respondieron mencionando como se da el movimiento de los visitantes y los vendedores en el balneario.

3.6 Población y muestra

De acuerdo con una publicación realizada por Diario El Universo en un extracto sostiene que *“El Cabildo determinó que el ingreso de las personas al balneario será de hasta completar un cupo diario de 3500 usuarios”* (EL UNIVERSO, 2014). Por lo que se tomó este número como población, a partir del cual se calculó la muestra con una distribución normal, basado en un nivel de confianza del 95%, dando como resultado un total de 346 formularios a aplicarse.

Para tener datos específicos y claros de la investigación se usó las opiniones vertidas en las encuestas de todos los involucrados con el balneario Coviem como se mencionó anteriormente, visitantes del balneario, moradores del sector y empleados del balneario, quienes dieron su criterio acerca de la implementación de un plan de mejora (estrategias) en los servicios que ofrece el balneario Coviem a todos sus visitantes.

3.6.1 Simbología

Tamaño de la muestra.

N: Población total, N = 3500

P: Posibilidad de que ocurra un evento, se considera 5%, $p = 0,05$.

Q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, se considera 5%, $q = 0,05$.

E: Error, se considera 5%, $E = 0.05$.

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, $z = 1,96$.

3.6.2 Fórmula

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 3500 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = 3361,4$$

$$n = 3361,4$$

n

n

3.7 Análisis e interpretación de los resultados

3.7.1 Análisis del registro de observación del balneario Coviem

Infraestructura: Las vías de acceso al balneario se encuentran en buenas condiciones, lo que necesitan es señalización, sin embargo, en la ficha de observación se pide la opinión de los visitantes, por lo que más adelante se corrobora lo percibido por la ciudadanía.

Figura 1 Calle principal de acceso al balneario, toma 1

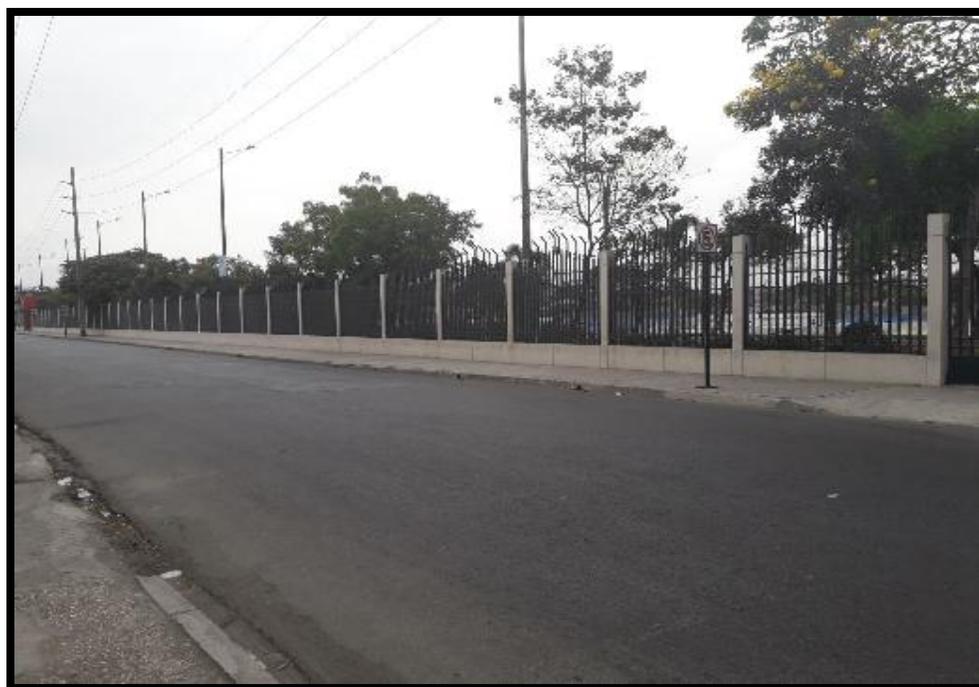
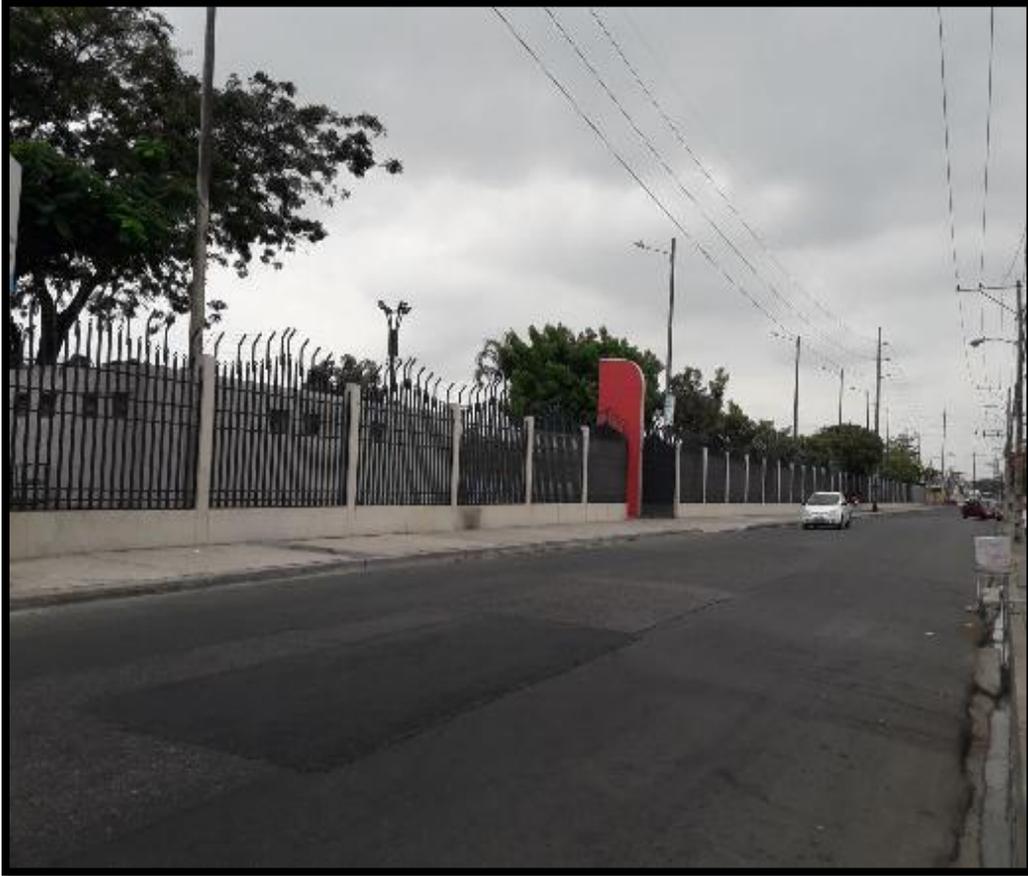


Figura 2 Calle principal de acceso al balneario, toma 2



El balneario cuenta con amplias instalaciones para ocio, realizar ejercicios, alimentos y bebidas, cambiadores además de que cuenta con servicios adicionales como seguridad, paramédicos, salvavidas lo que lo convierte en un atractivo muy potencial para promocionarse.

Figura 3 Área de recreación



En esta imagen se puede observar una pequeña área de recreación y descanso, bajo la poca sombra que brinda la palmera, pero con buena vista y reforestación.

Figura 4 Centro de información



Esta área es acudida por los visitantes, por ser un centro de información de ingreso al balneario.

Figura 5 Piscina niños y adultos, toma 1



Figura 6 Piscina niños y adultos, toma 2

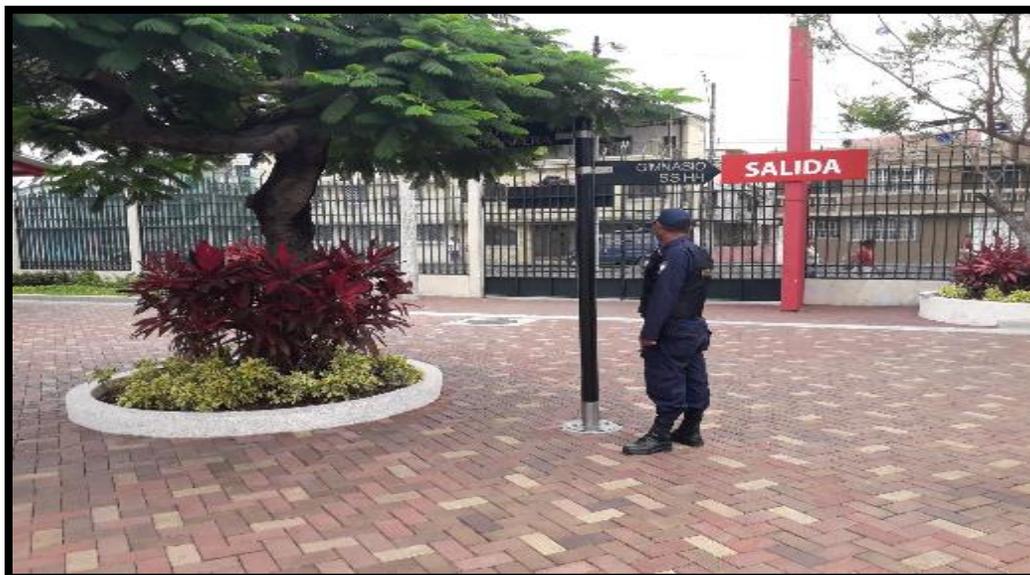


La afluencia de personas es notoria en el balneario, siendo un fin de semana ordinario (no feriado).

Figura 7 Camino a piscina



Figura 8 Punto de guardianía



Se pueden observar en estas imágenes que las áreas se mantienen limpias, los arboles están a su tamaño adecuado para brindar sombra y muy buena atracción al balneario, se puede observar además que los guardias de seguridad están en distintos puntos.

Figura 9 Piscina, toma aérea



Figura 10 Servicio de ambulancia



En esta figura se puede observar que el balneario cuenta con su propia ambulancia en caso de accidentes ocurridos en su área.

Figura 11 Utilería, toma a distancia



Figura 12 Utilería, toma cerrada



El servicio de limpieza es constante en el sitio, se puede visualizar que el lugar se encuentra muy limpio, seguro siendo el caso de un día no tan acudido por los visitantes.

Figura 13 Barandas de separación



Como control de seguridad, la Municipalidad de Guayaquil implementó barandas de separación que permitan mantener la organización de los visitantes o usuarios que acuden al lugar.

Figura 14 Lugar de espera de usuarios para ingreso al balneario



Existen barandas para facilitar el ingreso organizado de las personas al balneario.

Figura 15 Otros juegos



Dentro del balneario, hay otros servicios gratuitos de diversión para niños e inclusive adultos como gimnasio.

Figura 16 Baños y vestidores



Este balneario cuenta con amplios y modernos baños, duchas y vestidores, que brindan mayor confianza al usuario.

Figura 17 Bar interno



Existen también lugares o quioscos donde expenden alimentos para el consumo interno, que todo bañista luego de un baño consume por las actividades físicas.

Figura 18 Vista balneario, toma a distancia



3.8 Análisis de las encuestas

La encuesta se la realizó un fin de semana a los visitantes del Balneario Coviem por ser un día de mayor afluencia, con lo cual se extrajo la información necesaria para el diseño de estrategias de mejora en los servicios que ofrece el Balneario Coviem.

A continuación, se analizan cada una de las preguntas del formulario de encuesta:

1) ¿De qué sector de la ciudad es?

Tabla 1 Frecuencia pregunta 1

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Norte	29	8%
Sur	271	78%
Este	26	8%
Oeste	13	4%
Otro lugar	7	2%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 19 ¿De qué sector de la ciudad es?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

En esta pregunta se puede observar que la mayoría de visitantes al balneario Coviem están situados en el sector sur de la ciudad con un 78%, seguido por el norte y este con un 8% cada uno, y de muy poca concurrencia de visitantes extranjeros con un 2%. El mayor porcentaje recae en el sur, dado que la ubicación de este balneario es en ese sector, lo que atrae la concurrencia masiva de los moradores del sector sur de la ciudad.

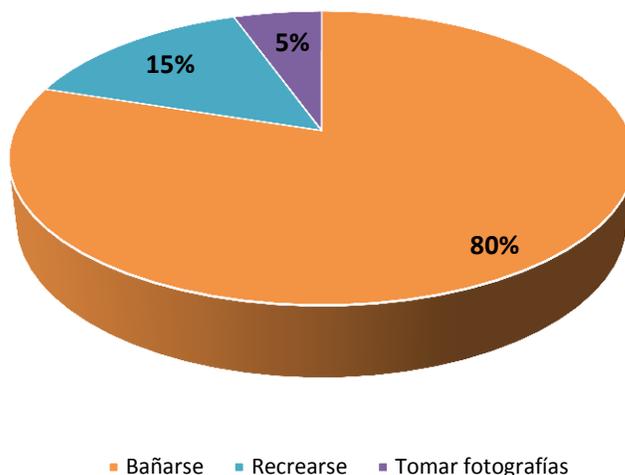
2) ¿Qué actividad prefiere hacer cuando llega al balneario?

Tabla 2 Frecuencia pregunta 2

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Bañarse	277	80%
Recrearse	52	15%
Tomar fotografías	17	5%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 20 ¿Qué actividad prefiere hacer cuando llega al balneario?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Mediante esta pregunta se pretende conocer los motivos de visita al balneario, ya que por ejemplo los turistas pueden visitar el balneario con el fin de recolectar fotografías. Es de conocerse que la razón principal por el cual las personas visitan este balneario es por disfrutar de un baño con una aceptación del 80%. Sin embargo, también se dirigen personas al balneario con el único fin de tomarlo como un lugar para la recreación con un 15%, o solo tomar fotografías que generalmente la respondieron los visitantes extranjeros con un 5%.

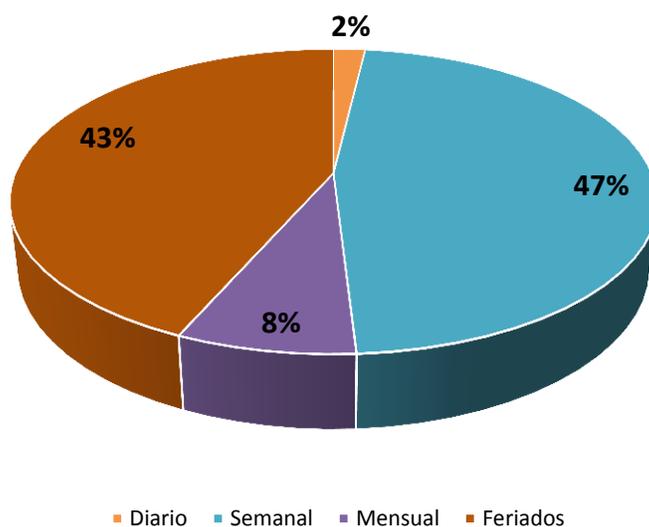
3) ¿Con qué frecuencia visita el balneario?

Tabla 3 Frecuencia pregunta 3

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Diario	7	2%
Semanal	163	47%
Mensual	28	8%
Ferados	148	43%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 21 ¿Con qué frecuencia visita el balneario?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

En la figura anterior se puede observar que el visitante acude al Balneario Coviem con mayor frecuencia de forma semanal con el 47%, seguramente por la disponibilidad de tiempo por parte de las personas que visitan este lugar turístico. No obstante, similar porcentaje de aceptación tiene la visita en días feriados con un 43%, ubicándose estas dos frecuencias como las más acertadas, el 8% representa la visita mensual y 2% visitas diarias, este último obedece a motivos de otras ocupaciones por parte de los visitantes.

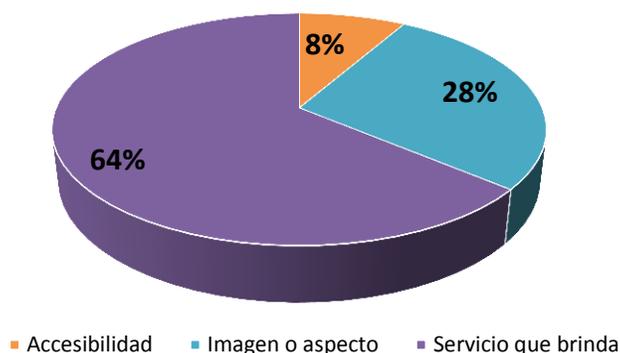
4) ¿Por qué visita el balneario?

Tabla 4 Frecuencia pregunta 4

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Accesibilidad	28	8%
Imagen o aspecto	97	28%
Servicio que brinda	221	64%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 22 ¿Por qué visita el balneario?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Esta pregunta fue formulada con el objetivo de conocer la persuasión de la gente por el motivo que le llevó a visitar el balneario. Se dio a conocer a los encuestados que la accesibilidad se refiere a que tan ventajoso es el ingresar al balneario, si este tiene restricciones de ingresos por edad de las personas, tiempos, etc., por otra parte, la imagen o aspecto se refiere a la atracción visual del balneario y el servicio que brinda por las distintas actividades que se puedan realizar en el balneario. De todo esto la pregunta fue respondida con un 64% de visitas al balneario por el servicio que se brinda en este, seguramente por el amplio número de actividades que se pueden realizar en este balneario, como siguiente motivo de visita al balneario se tiene la imagen o aspecto con un 28%, y la accesibilidad con un 8%.

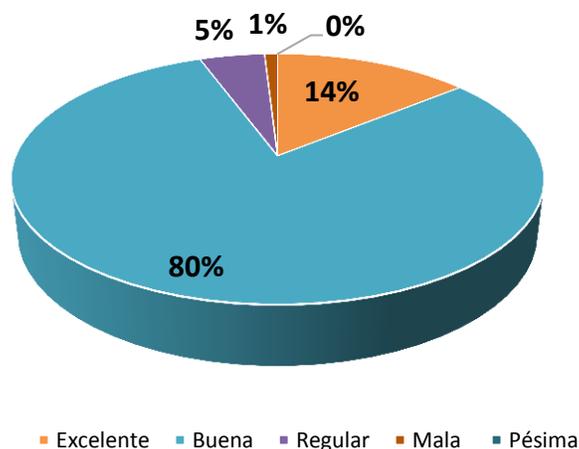
5) ¿El servicio que recibió de los miembros del balneario fue?

Tabla 5 Frecuencia pregunta 5

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Excelente	48	14%
Buena	277	80%
Regular	17	5%
Mala	4	1%
Pésima	0	0%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 23 ¿El servicio que recibió de los miembros del balneario fue?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Dentro de la calidad de los servicios brindados ya sea por una empresa, una organización, un ente o cualquier otro lugar donde se maneja personal es importante conocer cómo se siente la gente ante la actitud del personal que brinda la atención, en este caso el 80% de los entrevistados sostienen que el servicio brindado por estas personas es bueno, inclusive gran parte la califica como excelente, esto es un 14%, el 5% califica la atención como regular, el 1% cree que la atención es mala y ninguno la considera como pésima.

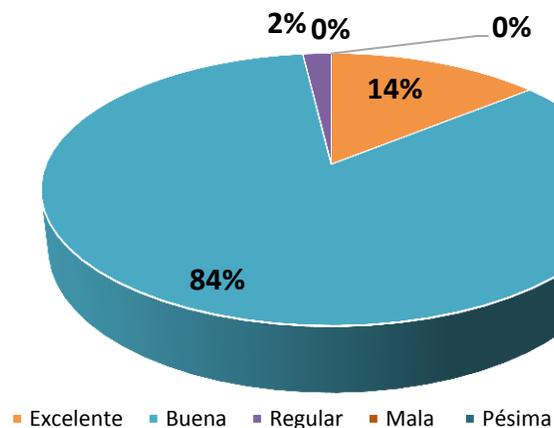
6) ¿Su experiencia dentro del balneario fue?

Tabla 6 Frecuencia pregunta 6

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Excelente	48	14%
Buena	291	84%
Regular	7	2%
Mala	0	0%
Pésima	0	0%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 24 ¿Su experiencia dentro del balneario fue?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Con esta pregunta central en la investigación y estableciendo una comparación con el resto de las otras, determina mayormente la satisfacción del visitante, que en este caso favorablemente está representada por el 84% valorada como buena, el 14% como muy buena, lo que significa que la gente sale de una u otra manera satisfecha, sin embargo en la ficha de observación se establecieron preguntas específicas relativa a esta pregunta “¿Su experiencia dentro del balneario fue?”, tales preguntas cuestionan zonas de descanso, condiciones de los servicios higiénicos, áreas de ejercicio, accesibilidad y servicio de bar. El 2% califica su experiencia de visita como regular y ninguno la cataloga como mala o pésima.

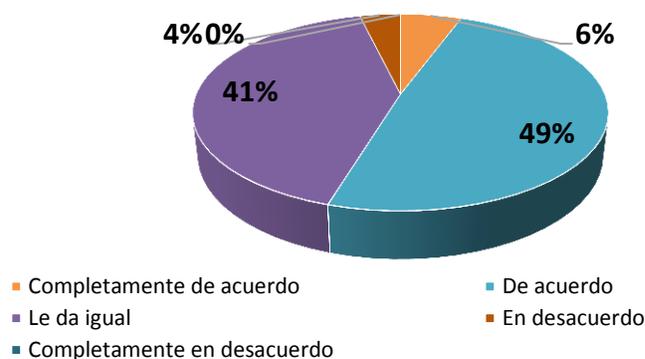
7) Considera usted que un plan de mejora sobre el balneario sea necesario?

Tabla 7 Frecuencia pregunta 7

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Completamente de acuerdo	21	6%
De acuerdo	170	49%
Le da igual	145	42%
En desacuerdo	10	3%
Completamente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 25 ¿Considera usted que un plan de mejora sobre el balneario sea necesario?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Las estrategias de mejora del que refiere este trabajo tienen como principal objetivo proveer de una buena base para que en un futuro se diseñe un buen plan de mejora que procure el buen manejo y trato al personal o visitante. Pues el 49% está de acuerdo que haya un plan de mejora para el balneario, así mismo casi igual proporción dice ser igual que haya o no un plan de acción, esta representa el 41%, el 6% está completamente de acuerdo y otro 4% está en desacuerdo. Las estrategias de mejora propuestas en esta investigación se realiza independientemente de la opinión del encuestado en estar de acuerdo o no con que se implemente un plan de mejora.

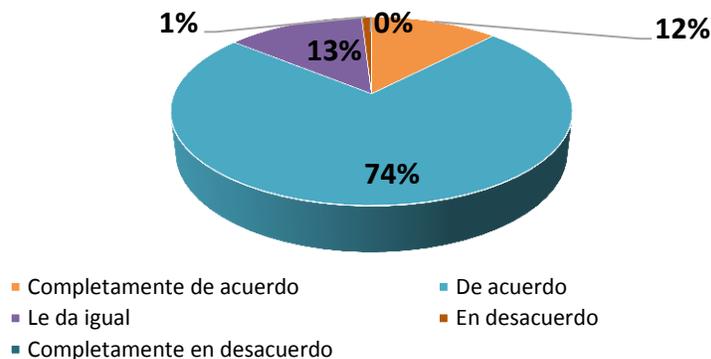
8) Cree que mejorarían las áreas sobre la cual se aplique un plan de mejora en el balneario?

Tabla 8 Frecuencia pregunta 8

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Completamente de acuerdo	42	12%
De acuerdo	256	74%
Le da igual	45	13%
En desacuerdo	3	1%
Completamente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes "Balneario Coviem", según anexo 1

Figura 26 ¿Cree que mejorarían las áreas sobre la cual se aplique un plan de mejora en el balneario?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes "Balneario Coviem", según anexo 1

Esta pregunta a pesar de su ambigüedad de cómo sería un plan de mejora en cada área del balneario, fue respondida por las personas encuestadas con el asesoramiento en su finalidad u objetivo, es así, como los encuestados que generalmente están de acuerdo con un plan de mejoras creen que este tendría buenos resultados, teniendo una aceptación del más de 80%, de los cuales el 12% dice estar completamente de acuerdo, mientras que el 74% solo está de acuerdo, pues el 13% de los encuestados cree que el plan de mejora no tendría efecto alguno y daría igual si se lo aplica o no. En esta pregunta se pudo evidenciar que las personas al no estar de acuerdo con un plan de mejora según pregunta 7, de

alguna forma dieron su opinión respecto a un plan que mejoraría al menos alguna área o proceso del balneario, y tan solo el 1% cree que no habría mejora en las áreas del Balneario Coviem.

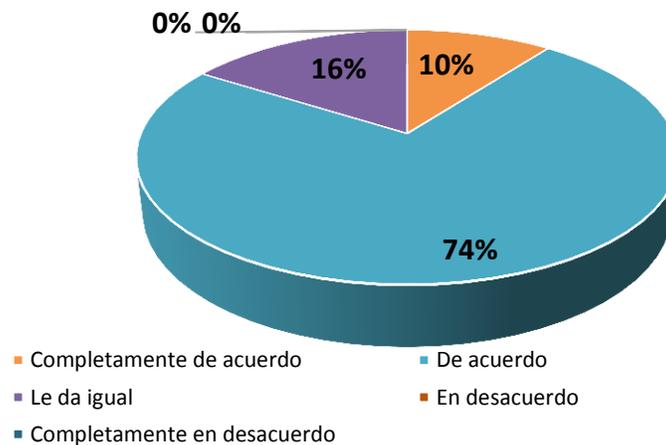
9) ¿Cree usted que con las mejoras en el balneario tendrá nuevos visitantes?

Tabla 9 Frecuencia pregunta 9

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Completamente de acuerdo	35	10%
De acuerdo	256	74%
Le da igual	55	16%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 27 ¿Cree usted que con las mejoras en el balneario tendrá nuevos visitantes?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

A pesar de que tan solo el 49% está de acuerdo con la implementación de un plan de mejora, el 79% de los visitantes cree que con las mejoras se aumentará el número de personal. Esto muestra que el visitante se encuentra seguro que un buen plan de mejora aumentaría la calidad del servicio brindado por el Balneario

Coviem. El 10% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo que con mejoras en el balneario se incrementarían los visitantes, pues al 16% le da igual.

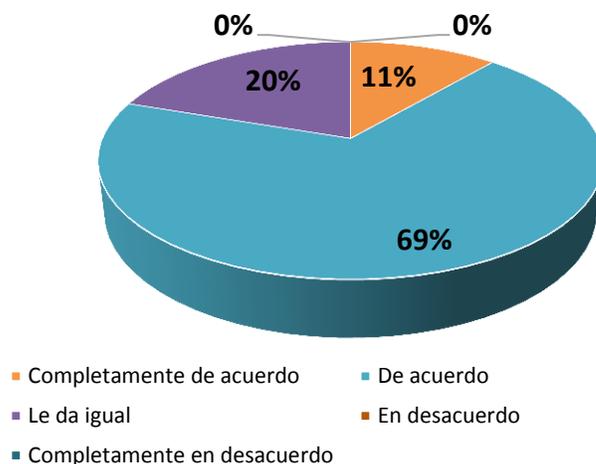
10) Una vez aplicado el plan de mejora sobre el balneario lo recomendaría a sus conocidos?

Tabla 10 Frecuencia pregunta 10

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Completamente de acuerdo	38	11%
De acuerdo	239	69%
Le da igual	69	20%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Figura 28 ¿Una vez aplicado el plan de mejora sobre el balneario lo recomendaría a sus conocidos?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes “Balneario Coviem”, según anexo 1

Los visitantes opinan que una vez aplicado un plan de mejora al balneario, si recomendarían este sitio para turismo, pues es de entenderse que esto es

afirmativo si el plan tuviera un efecto positivo en el servicio del balneario. Esta proporción estará representada por un 69% en estar de acuerdo y 11% estar totalmente de acuerdo, sin embargo, el 20% le da igual un plan de mejora, porque cree que este no agregaría mayor valor de calidad al servicio del balneario.

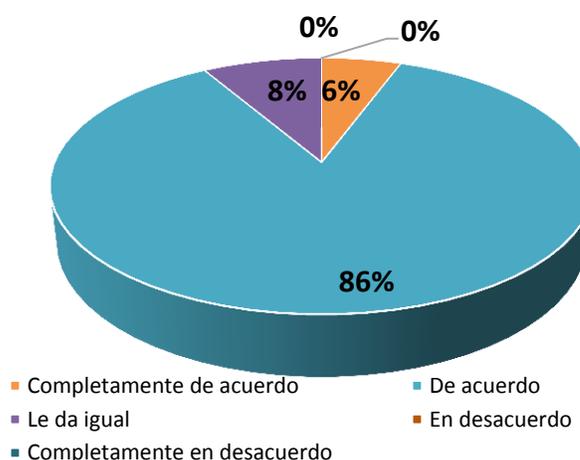
11) Le gustaría que exista un buzón de sugerencias?

Tabla 11 Frecuencia pregunta 11

OPCIONES	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Completamente de acuerdo	20	6%
De acuerdo	298	86%
Le da igual	28	8%
En desacuerdo	0	0%
Completamente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a visitantes "Balneario Coviem", según anexo 1

Figura 29 ¿Le gustaría que exista un buzón de sugerencias?



Fuente: Encuesta realizada a visitantes "Balneario Coviem", según anexo 1

Cerca del 92% de los encuestados está de acuerdo con que exista un buzón de sugerencias en el balneario, estos es el 86% de acuerdo y el 6% total acuerdo,

mientras que el 8% comenta que le da igual y ninguno se encuentra en desacuerdo.

Resumiendo, todas estas preguntas, se puede concluir que los visitantes quienes fueron encuestados muestran un nivel de satisfacción del 82% en promedio.

A continuación, se procede con el análisis de las preguntas de la ficha de observación, las mismas que son más específicas en su contexto, con el fin de poder definir adecuadamente las estrategias de mejoras en acciones específicas. Al igual que el formulario de encuesta, esta ficha fue aplicada al mismo número de visitantes que fueron encuestados para no causar sesgos estadísticos:

Tabla 12 Resumen ficha de observaciones - frecuencia absoluta

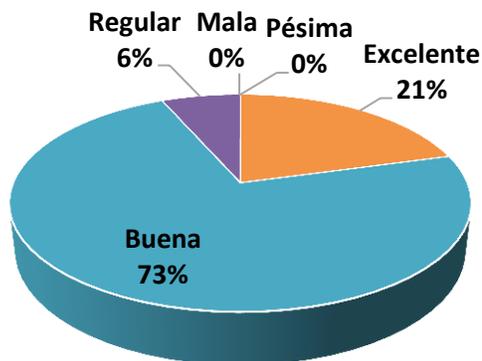
OBSERVACIONES	Excelente	Buena	Regular	Mala	Pésima	TOTAL
La actitud de los visitantes al balneario es:	73	253	20	0	0	346
La actitud de los trabajadores del balneario es:	66	270	10	0	0	346
Las condiciones de la zona de balneario son:	38	284	24	0	0	346
Las condiciones de la zona de descanso son:	24	294	28	0	0	346
Las condiciones de los baños son:	38	249	49	10	0	346
Las condiciones del área de ejercicios son:	32	228	86	0	0	346
Las vías de acceso al balneario son:	31	246	48	21	0	346
El servicio del bar del balneario es:	31	294	21	0	0	346
La limpieza del balneario es:	17	287	21	21	0	346
Los servicios adicionales que tiene el balneario son:	48	291	7	0	0	346

Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

La primera variable de calificación es la actitud de los visitantes en al balneario que fue del más del 90% que aseguran entre ser buena y muy buena.

Figura 30 Variable “Actitud de los visitantes al balneario”

La actitud de los visitantes al balneario es:

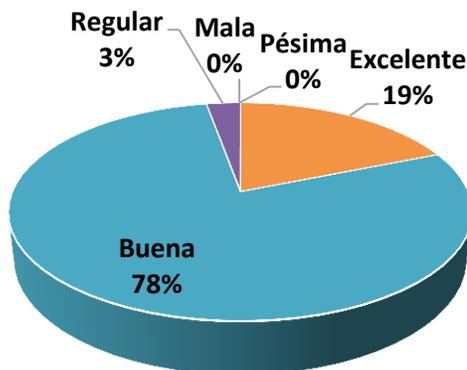


Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

La segunda variable califica el servicio desde el punto de vista de los trabajadores del balneario, se obtuvo más del 90% de calificación entre excelente y buena, lo que significa que los visitantes muy bien toleran la actitud del personal que labora en el balneario Coviem.

Figura 31 Variable “Actitud de los trabajadores del balneario”

La actitud de los trabajadores del balneario es:

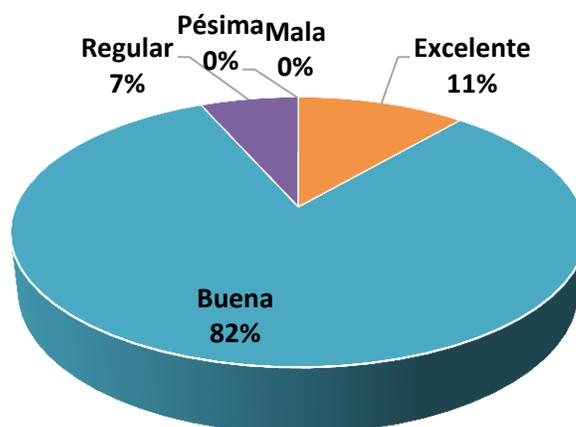


Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

La tercera variable evalúa la percepción de los visitantes hacia las condiciones de las zonas del balneario, en esta observación se tiene que más del 90% confía en la actitud del personal.

Figura 32 Variable “Condiciones de las zonas del balneario”

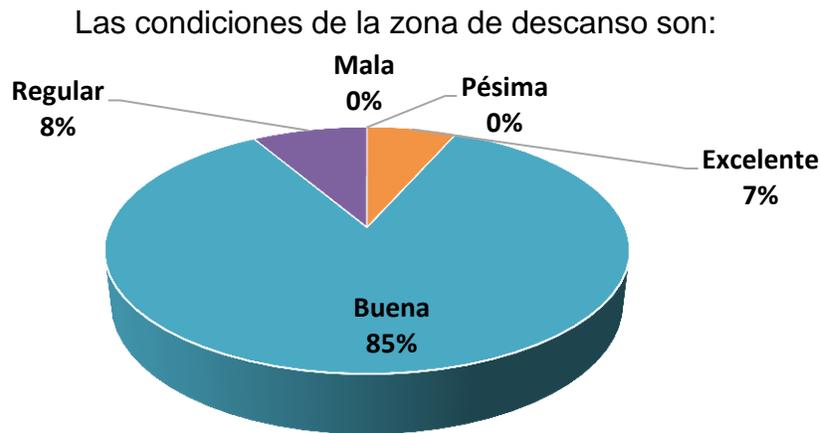
Las condiciones de la zona de balneario son:



Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

La siguiente variable cuestiona las zonas de descanso del balneario, en esta pregunta más del 90% está de acuerdo con las zonas de descanso del balneario, sin embargo, el 8% piensa que es regular, donde entre las causas refieren la aglomeración de la gente en el lugar.

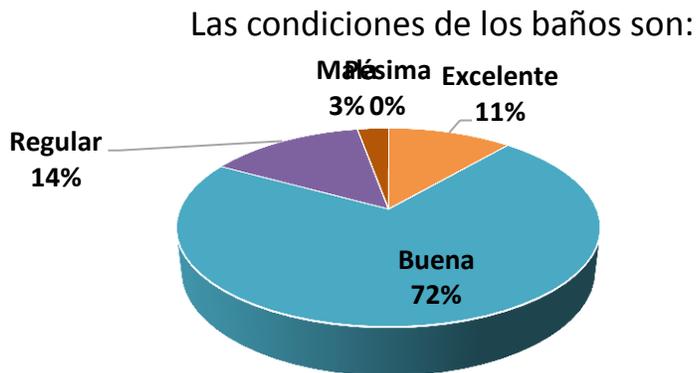
Figura 33 Variable “Condiciones de las zonas de descanso del balneario”



Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

La variable condiciones de los baños, fue calificada con más del 80% entre buena y muy bien la infraestructura y aseo de los baños, formará parte del diseño de las estrategias de mejora la parte que no estuvo de acuerdo con esta pregunta que está representada por más del 17%

Figura 34 Variable “Condiciones de los baños”



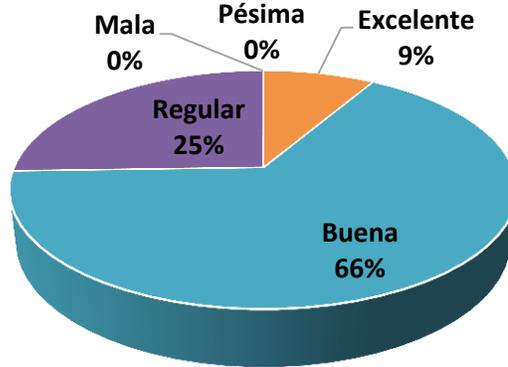
Fuente: Ficha de observación realizada visitantes “Balneario Coviem”

Si de los encuestados, el 95% consideran que el área de ejercicios es entre muy buen y buena, un plan de mejora estaría orientado al 25% de los que creen que las condiciones del área de ejercicios son regulares.

Figura 35 Variable “Condiciones del área de ejercicios”

Las condiciones del área de ejercicios

son:

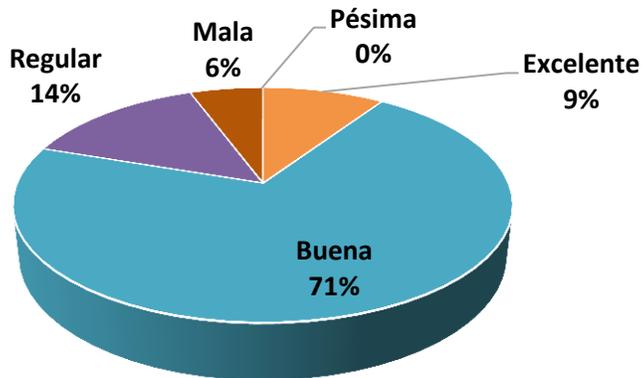


Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

La siguiente pregunta se la realizó con el fin de conocer la satisfacción de los usuarios cuando requieren llegar al balneario e inclusive al parquearse. El 71% de los encuestados señalan que las vías de acceso al balneario son buenas.

Figura 36 “Vías de acceso al balneario”

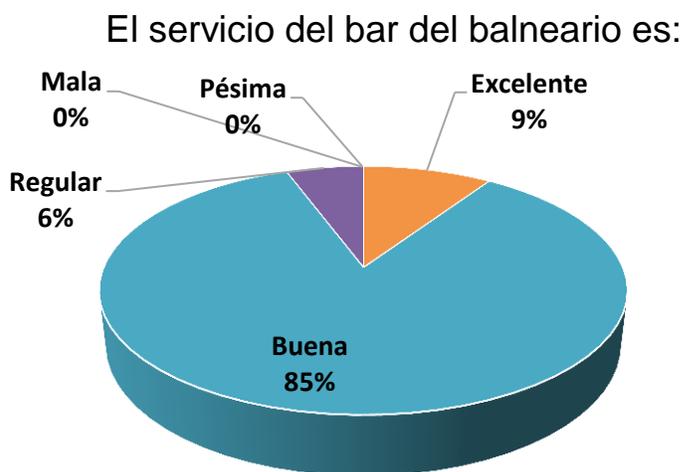
Las vías de acceso al balneario son:



Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

La pregunta mostrada en la siguiente figura muestra la aceptación del servicio de bar del balneario por parte de los visitantes teniendo una aceptación del 85% como buena. Pues en el plan de mejora se considera un perfeccionamiento en la puntuación de esta variable.

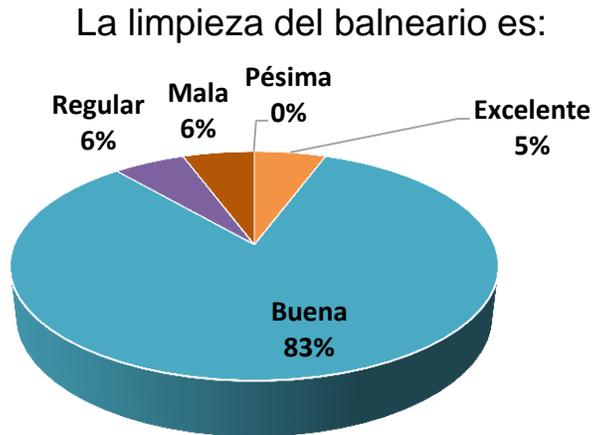
Figura 37 Variable “Servicio del bar del balneario”



Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

Otras de las variables evaluadas para conocer la calidad del servicio brindado por el Balneario Coviem es la “limpieza del balneario”, donde más del 80% de los encuestados están de acuerdo con el servicio de limpieza brindado. Esto seguramente por los mantenimientos programados por parte del Cabildo para este tipo de lugares.

Figura 38 Variable “Limpieza del balneario”

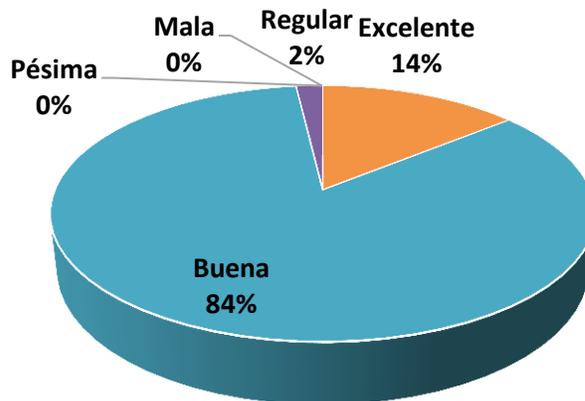


Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

Esta última variable observable, muestra el nivel de aceptación o satisfacción en general de los servicios que no pudieron ser especificados en una sola pregunta, pues más del 84% de los encuestados opinan ser bueno los servicios adicionales del balneario.

Figura 39 “Servicios adicionales del balneario”

Los servicios adicionales que tiene el balneario son:



Fuente: Ficha de observación realizada a visitantes “Balneario Coviem”

Dentro de las dos entrevistas realizadas al personal administrativo del balneario, se pudo extraer las siguientes versiones:

“El visitante al balneario sale contento después de visitarlo, especialmente los niños, el problema está en los fines de semana y con más razón los feriados o para carnaval, porque la cantidad de personas que acuden quieren ingresar rápido y no es permitido tanta cantidad, tienen que esperar su turno y eso es que a la gente no le gusta.”, Raúl Domínguez.

“En general este balneario tiene muy buena acogida especialmente los feriados, solo que es difícil decirle a la gente que solo se permite hasta un determinado número de personas, esta acción la tomo el Municipio por la cantidad excesiva de gente que entraba al balneario, habiendo destrucción de bienes, los niños e incluso personas adultas botaban desechos en cualquier parte, habiendo tachos de basura.”, Martha Echeverría.

Después de observar los resultados tanto de las encuestas como de la ficha de observación, una de las razones principales por el cual los visitantes al Balneario Coviem se encuentran satisfechos es por la variedad de servicios que este balneario brinda, es así que el 82% promedio de los encuestados se encuentran satisfechos o totalmente satisfechos.

A partir de esta encuesta, se pudieron identificar los siguientes servicios que brinda el Balneario Coviem:

- Servicio de baño en laguna y playa artificial
- Servicio de juegos de parque y máquinas de gimnasio
- Servicio de bar
- Servicio de enfermería
- Servicio de información y guía
- Servicio de vigilancia y parqueo

CAPITULO IV

PROPUESTA

Estrategias de mejora para los servicios del Balneario Coviem.

Con las estrategias de mejora enfocadas en las áreas que tienen oportunidad, lo que se espera es un incremento en la calidad de los servicios que brinda el Balneario Coviem y poder lograr una mayor satisfacción de los visitantes, teniendo como objetivo a mediano plazo el ser un atractivo turístico de gran posicionamiento turístico en la ciudad de Guayaquil y muy conocido por visitantes locales o extranjeros.

4.1 Introducción

El Balneario Coviem está ubicado en el cantón Guayaquil, al sur de la ciudad, en la provincia del Guayas. Cuenta con una gran infraestructura, pues es considerado el balneario más grande de la ciudad de Guayaquil, por lo que atrae muchos visitantes, especialmente en días festivos y fines de semana.

4.2 Justificación

Con el trabajo de investigación que se realizó mediante encuestas, observación directa y entrevistas, se puede reconocer que el Balneario Coviem es un lugar de gran afluencia singular, conyugal y familiar, pues ofrece amplios espacios de recreación a todos sus visitantes, sin embargo, sus servicios se ven limitados en aspectos de calidad, lo cual genera un porcentaje de insatisfacción a los visitantes, representada por el 18% de la muestra. Por lo que, se torna fundamental el generar estrategias de mejora en los servicios brindados por este balneario.

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo general

Diseñar estrategias de mejora sobre los servicios que tengan áreas de oportunidad en el balneario.

4.3.2 Objetivos específicos

- Determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Balneario Coviem, con base en el análisis realizado.
- Diseñar las estrategias de mejora y acciones o procedimientos a seguir.
- Determinar un presupuesto por las acciones a seguir en las estrategias propuestas.

4.4. Análisis actual del entorno

A partir de los resultados obtenidos en las encuestas, se deduce el siguiente análisis FODA para el balneario:

Figura 40 Análisis FODA



4.5. Identificación de causas/efecto

Conforme los servicios identificados en el capítulo 3 y a pesar de que los resultados de las encuestas en su gran mayoría son satisfactorios de acuerdo con la opinión de los visitantes que formaron para de la muestra, en variables tales como: aptitud de visitantes y trabajadores, zonas de descanso, servicio de bar, servicio de limpieza y otros; también existe una pequeña proporción de visitantes

que simplemente no está de acuerdo con el servicio brindado, a partir de estos se identifican los problemas mostrados a continuación:

1. Incomodidad de los usuarios para entrar al balneario.
2. Desperdicios arrojados en las instalaciones del balneario, que dan mal aspecto.

A continuación, se detallan las principales causas que podrían originar estos problemas identificados:

Tabla 13 Análisis causa efecto

PROBLEMA:	CAUSAS:
1. Incomodidad de los usuarios para entrar al balneario	No se definen adecuadamente los horarios.
	Los guardias de seguridad y demás personal no son entrenados al mismo tiempo para el buen manejo de la información a brindar.
	No programar e informar los horarios de mantenimiento
2. Desperdicios arrojados en las instalaciones del balneario, que dan mal aspecto	Los tachos de basura no se encuentran de forma cercana.
	Los tachos de basura se encuentran llenos.
	La cultura propia de los bañistas no responde al aseo que debe mostrar el balneario y depositar los desperdicios en los botes de basura.

Elaboración: Autor

4.6. Estrategias

Las estrategias muestran las pautas a seguir para lograr objetivos o cumplimiento de metas que aportan a la mejora en la calidad de los servicios que se brindan, después de haber tenido un análisis FODA y determinación de posibles causas a dos de los problemas detectados, se proponen las siguientes estrategias de mejora:

Estrategia # 1

Fortalecer la comunicación de los empleados y personal de seguridad hacia el usuario.

Acciones:

- Elaborar procedimientos de entrada y salida de personal e instructivo de como orientar al usuario en caso de que esta desconozca de los servicios que brinda el balneario.
- Capacitar al personal sobre los procedimientos elaborados, de forma constante y evaluar su comprensión o preparación.
- Preparar al personal de rescate constantemente para esta actividad, así como el personal paramédico.
- Comunicar a todo el personal por igual, las actividades que se realizarán en las instalaciones del balneario y los cambios que se susciten, para mantener uniformidad en la información brindada a los usuarios.
- Brindar o proveer cursos de manejo y atención al cliente al personal administrativo, conserjes y de guardianía.
- Elaborar programas de mantenimiento preventivo y correctivo a las instalaciones del balneario e informar a la ciudadanía del mismo, para que no se lleven de sorpresa los trabajos en horarios que el usuario desconozca.
- Informar a la ciudadanía por todos los medios posible de los horarios establecidos de ingreso al balneario, condiciones de entrada y cambios suscitados

Estrategia # 2

Preparar un plan de acción o protocolos en días de mayor concurrencia al balneario, para evitar problemas de desorganización e incomodidad en los usuarios.

Acciones:

- Formular un plan de acciones a seguir cuando la concurrencia de usuarios es masiva es de vital importancia, de tal forma que se organice a vendedores y se capacite al personal de seguridad en la atención de los usuarios cuando se dan aglomeraciones.

- Informar a los usuarios por los medios de mayor acogida en la actualidad como las redes sociales, de los horarios de atención brindado en el balneario y especificación exacta de los servicios brindados y cantidad de personas admisibles de acuerdo a la capacidad del balneario.
- Establecer protocolos de seguridad perimetral, para brindar mayor seguridad al visitante y reforzar el servicio médico/paramédico y/o de ambulancia.
- Los dueños de bares deberán procurar la preparación de alimentos adecuados en buenas condiciones de salubridad, para evitar que el visitante se lleve una mala impresión de los alimentos, así mismo mantener vacíos los tachos de basura para evitar derrames y/o malos olores, que causen malestar a los visitantes.

Estrategia # 3

Fomentar la buena cultura de los visitantes y de todo el personal presente en las instalaciones del balneario.

Acciones:

- Elaborar señalética e instalarla en lugares visibles, las mismas deben contener procedimientos simplificados, instrucciones y reglas de buena convivencia.
- Impartir charlas que motiven a los padres a enseñar a sus hijos que la basura debe ser desechada en los tachos de basura.
- Promover a través de charlas el buen uso y cuidado de los bienes del balneario.
- Informar a la ciudadanía que el actuar conforme las reglas, llevaría al balneario a un certificado de calidad turística, bien visto para la ciudad y el país.
- Promover mingas voluntarias de limpieza.
- Establecer controles de rutina, para evitar los casos de acoso sexual a los bañistas.

Estrategia # 4

Publicitar el balneario como destino turístico, dando a conocer los tipos de servicio que brinda y los horarios habilitados para su ingreso.

Acciones:

- Establecer un plan de marketing
- Dar a conocer el balneario por publicidad mediante redes sociales
- Elaboración, impresión y entrega de material promocional

Estrategia # 5

Establecer programa de mejora de acceso a los servicios del balneario y calidad del servicio

Acciones:

- Equipar y acondicionar vestidores, baños y duchas, es indispensable la limpieza continua.
- Aplicar servicios especiales, para personas con discapacidad, como tarifas, infraestructura y zonas de descanso.
- Monitorear la calidad del agua usada en las piscinas, lagunas, playas artificiales, baños, duchas, y tratarla de acuerdo con los análisis químicos.
- Establecer procedimientos de manejo de desechos orgánicos e inorgánicos, aplicando las 4R.
- Instalar buzones de sugerencia en distintos puntos del balneario, para conocer las necesidades de los visitantes y sus opiniones, que ayuden a tomar mejores acciones por el personal administrativo.
- Establecer, medir y evaluar indicadores de satisfacción a los usuarios, para mejorar los procesos que intervienen en la entrega del servicio.

4.7 Presupuesto

De acuerdo a las acciones a seguir en cada una de las estrategias, se define el siguiente presupuesto:

Tabla 14 Presupuesto implementación de estrategias

ACTIVIDADES	COSTO UNITARIO	TOTAL
Curso de manejo y atención al cliente	\$ 100,00 por persona	\$ 500,00
Curso de rescate	\$ 235.00 por persona	\$1.175,00
Curso de primeros auxilios	\$ 120.00 por persona	\$ 600,00
Ampliación de la señalética (vinil)	\$780,00	\$780,00
Elaboración de un plan de marketing	\$1.200,00	\$1.200,00
Elaboración de material promocional	\$640,00	\$640,00
Instalación de buzones de sugerencias en todo el balneario	\$25,00 por unidad	\$400,00
TOTAL		\$5.295,00

Elaboración: Autor

Notas:

- Los costos proporcionados en este presupuesto corresponden a valores promedios de cotizaciones realizadas en empresas que brindan estos servicios.
- De las acciones descritas en cada una de las estrategias, algunas de estas se las puede desarrollar con personal propio de la administración del balneario.
- Todos los costos descritos en este presupuesto son únicos, a excepción de la necesidad de impartir actualización de cursos o al nuevo personal que ingrese a la administración del balneario.

CONCLUSIONES

- Las nuevas normas que el Cabildo de la ciudad de Guayaquil a través de la administración implementó en este balneario, tales como: cambio de horarios, prohibiciones de productos al ingreso, límite del número de visitantes por día, restricciones en los servicios, se convirtió en un problema para los visitantes, generándoles malestar, que pudo haber ocasionado una crisis comunicacional, por lo que se hizo imperiosa la investigación de este tema.
- La revisión teórica y literaria de la información en el capítulo 2, permitió conocer los orígenes de los balnearios, y sus motivos de visita por parte del personal, así mismo, se pudieron conocer los parámetros de la calidad del servicio y la importancia de la mejora de estos, con lo que se tuvo una mejor directriz para el desarrollo de la presente investigación.
- La metodología empleada en esta investigación que fue de tipo no experimental transversal con alcance descriptivo, apoyada en una encuesta, permitió el logro de los objetivos planteados en este estudio, dado que se llegó a conocer el nivel de satisfacción de los visitantes que alcanzó el 82%, identificación de los servicios y propuesta de estrategias de mejora.
- Con la propuesta de las estrategias de mejora para los servicios del Balneario Coviem, se pudieron identificar cuáles son los servicios que requieren de una mayor atención para la satisfacción del usuario, siendo esenciales los de: servicio de información y guía, servicio de vigilancia y servicio de bar, determinando como mejora: la planificación de horarios de entrada al balneario y de mantenimiento, mejoramiento de los controles de vigilancia, capacitación en cursos propios para el servicio, mejoramiento de la señalética, acondicionamiento de baños y vestidores, así como el equipamiento con buzones de sugerencia.

RECOMENDACIONES

1. Establecer normas y condiciones de uso de lugares que prestan servicios públicos, apoyada en parte por la opinión ciudadana, y no dictada como regla estricta o imponente, que finalmente genera malestar y crisis comunicacional por parte de la ciudadanía.
2. Diseñar y/o publicar nuevos métodos de mejora de servicios, que basado en nuevas técnicas de análisis, den lugar a una conclusión mucho más rápida y determinante, que la encuesta por tabulación de datos.
3. Elaborar modelos de encuesta de satisfacción al cliente por secciones, para establecer modelos comparativos como regresión lineal, a fin de conocer la dependencia o influencia de las distintas variables que se utilizan en este tipo de estudio, permitiendo conclusiones puntuales de cada factor analizado.
4. Aplicar las estrategias de mejora de los servicios del Balneario Coviem propuestas en el capítulo 4 de esta investigación, llevándolas a un plan de mejora continua y gestionando las acciones a seguir, que a futuro permitan posicionar este balneario como un lugar buen atractivo turístico en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, P., & Brittez, F. (2006). Arqueología histórica en América Latina. Michigan: Ediciones Suarez.
- Arango, C. (1998). Hidrología Médica y terapias complementaria. España: Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Bennett, & Brown. (1989). Customer service. Inglaterra.
- Constitución del República del Ecuador. (2008). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Cottle, D. (2000). El Servicio Centrado en el Cliente . España: Ediciones Díaz Santo.
- Edelman, A. (2001). Modelos de excelencia en la gestión. Memoria de trabajos de difusión científica y técnica(1). Obtenido de http://www.um.edu.uy/_upload/_descarga/web_descarga_171_ModelosdeCalidadEdelmanMemoriaN1.pdf
- EL UNIVERSO. (07 de 05 de 2014). Solo cinco horas al día para entrar al balneario Coviem. GRAN GUAYAQUIL, págs. <https://www.eluniverso.com/noticias/2014/05/07/nota/2927751/solo-cinco-horas-dia-entrar-balneario-coviem>.
- Fernández, R. P. (2006). Historia del agua como agente terapéutico.
- Gronroos, C. (1982). An Applied Service Marketing Theory (Vol. 16). doi:10.1108
- Guerrero, P., & Roberto, R. (2014). Introducción al turismo. México: Patria S.A.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2016). Metodología de la Investigación. Iztapalapa, Mexico: Mc-Graw-Hill. Recuperado el 18 de 01 de 2018
- Ministerio de Turismo. (2008). Ley de Turismo. Ecuador.
- Municipalidad de Guayaquil. (14 de 01 de 2018). Guayaquil es mi destino. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/diversion-y-esparcimiento/balnearios/laguna-de-cristal-coviem>
- Online Browsing Platform (OBP). (2015). www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es:fig:1. Obtenido de www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es:fig:1.
- Pérez, P. (2014). Obra balneario "Coviem". (D. E. Universo, Entrevistador)

- Plan Nacional de Desarrollo. (2017-2021).
- Publicaciones Vertice S.L. (2008). Aspectos prácticos de la calidad en el servicio. España: Editorial Vertice S.L.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). La calidad en el servicio al cliente. España: Publicaciones Vértice S.L.
- Quesada, R. (2000). Elementos de turismo teoría, clasificación y actividad. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Quiros, F. (2006). Estudios de Geografía Histórica e Historia de la Geografía. Oviedo: Ediciones de la Universidad de Oviedo.
- Rodríguez, G., & Martínez, F. (2009). Nuevos retos para el turismo. España: Gesbiblo, S. L. .
- Secretaría Nacional de la Administración Pública. (04 de 04 de 2016). Norma Técnica de Administración por Procesos y Prestación de Servicios R.O. 739. Quito, Ecuador.
- Tortolero, A. (2000). El agua y su historia. España: Editores S.A.
- Urgiles, C. (04 de 02 de 2014). Metodo Historico Logico.

Bibliografía adicional consultada

- Aguilar, A. S. (2004). Capacitación y desarrollo de personal. En A. S. Aguilar, Capacitación y desarrollo de personal (pág. 17). México: Editorial Limusa.
- HR Focus, A. D. (abril 1993). Las 5 etapas del proceso de capacitación desarrollo. En A. d. HRFocus, Las 5 etapas del proceso de capacitación desarrollo. Nueva York: American Management Association Internacional.

Anexo A: Formulario de encuesta sobre el Balneario Coviem

1. De qué sector de la ciudad es usted?

Norte

Sur

Este

Oeste

Otro lugar

2. Que actividad prefiere hacer cuando llega al balneario?

Bañarse

Recreación

Fotografías

3. Con que frecuencia visita el balneario?

A diario

Cada semana

Cada mes

Feridos

Ninguna ocasión

4. Por qué visita el balneario?

Accesibilidad

Imagen o aspecto

Servicios que brinda

5. El servicio que recibió de los miembros del balneario fue?

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

6. Su experiencia dentro del balneario fue?

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

7. Considera usted que un plan de mejora sobre el balneario sea necesario?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Le da igual

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

8. Cree que mejorarían las áreas sobre la cual se aplique un plan de mejora en el balneario?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Le da igual

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

9. Cree usted que con las mejoras en el balneario tendrá nuevos visitantes?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Le da igual

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

10. Una vez aplicado el plan de mejora sobre el balneario lo recomendaría a sus conocidos?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Le da igual

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

11. Le gustaría que exista un buzón de sugerencias?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

Le da igual

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

Anexo B: Ficha de Observación Balneario Coviem

La actitud de los visitantes al balneario es:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

La actitud de los trabajadores del balneario es:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

Las condiciones de la zona de balneario son:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

Las condiciones de la zona de descanso son:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

Las condiciones de los baños son:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

Las condiciones del área de ejercicios son:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

Las vías de acceso al balneario son:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

El servicio del bar del balneario es:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

La limpieza del balneario es:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

Los servicios adicionales que tiene el balneario son:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima