

EQUIPO MULTIDISCIPLINAR TÉCNICO

Consultor termalismo

ANTONIO FREIRE MAGARIÑOS

Médico especialista en Hidrología Médica e Hidroterapia

- **Experto en Hidrología Médica.**
- Licenciado en Medicina y Cirugía por la Universidad de Santiago de Compostela.
- Especialista en Hidrología Médica e Hidroterapia por la Escuela Profesional de Hidrología Médica de la Universidad Complutense de Madrid.
- Profesor en el CAMPUS VIRTUAL de la Asociación Iberoamericana de Termalismo y Bienestar (AITB) y Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) impartiendo cursos de Conocimientos Esenciales de Turismo de Salud y Bienestar.
- Fue profesor asociado Universidad de La Coruña. Departamento Ciencias de la Salud. Máster Universitario en Ciencia y Tecnología en Termalismo y Balneoterapia.
- Ha realizado 11 informes de usos sanitarios y terapéuticos de aguas minerales y mineromedicinales de España y Andorra
- Tiene 6 libros publicados relacionados con el mundo termal.
- Tiene 7 artículos publicados en revistas médicas.
- Tiene 30 artículos publicados en revistas del sector termal y afines.
- Ha realizado más de 200 intervenciones en Jornadas, Seminarios, Cursos y Congresos como experto en Termalismo Terapéutico y Turismo Termal en España, Portugal, Perú, Argentina, Colombia, Costa Rica y Chile.

CV COMPLETO SE APORTA COMO ANEXO

Consultor Empresarial

IRIA FREIRE PUY

- **Graduada en Gestión Hotelera**

Contenido

EQUIPO MULTIDISCIPLINAR TÉCNICO	2
Consultor termalismo.....	2
Consultor Empresarial	2
Contexto y finalidad del estudio: los objetivos del Ayuntamiento	4
ESTUDIO DE MERCADO	5
a.1.- Análisis de la demanda: expectativas, públicos objetivos, proyecciones de flujos de ocupación local, regional, nacional y turística	5
Tendencias de mercado actual; Expectativas	5
Público Objetivo.....	8
Proyecciones de flujos de ocupación local, regional, nacional y turística	9
Conclusión	16
a.2.- Análisis de la oferta: benchmarking, localización e identificación comparativa	17
Aproximación histórica y visión de futuro	17
Análisis SWOT del destino Alhama de Murcia	17
Benchmarking	19
EDIFICIO CENTRO THERMAL	29
b.1.- Espacios y usos.....	29
b.2.- Adaptación de Gala Thermal para cálculo gastos energéticos y capacidades.....	30
ESTUDIO DE PROYECCIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS.....	32
d.1.- Hipótesis de explotación.....	32
Previsión de Ingresos	32
Previsión de gastos.....	36
d.3.- Evaluación de la viabilidad operacional y financiera	43

-

Contexto y finalidad del estudio: los objetivos del Ayuntamiento

En el año 2017, el Ayuntamiento de Alhama de Murcia comienza un proyecto que pretende poner en valor su pasado histórico de antiguas termas romanas y árabes y sus recursos de agua termal. Las aguas termales mineromedicinales suponen un elemento diferenciador y clave en el desarrollo de la calidad de vida de los habitantes de Alhama de Murcia, así como una oportunidad de actividad y de desarrollo económico.

Convencidos del gran potencial turístico, de ocio y cultural que tiene este recurso natural y considerando las limitaciones por falta de infraestructura, el ayuntamiento encomienda a Gala Thermal el desarrollo de un estudio de mercado de viabilidad económica.

El estudio presentado concluía con los siguientes datos:

- Según las posibilidades del mercado potencial en la situación geográfica del centro, las **dimensiones idóneas** serían de un centro hidrotermal de 2000m² y con capacidad para atención teórica de 950 personas diarias.
- El **resultado de explotación operativa** tras restar los capítulos de gastos a los ingresos obtenidos sale positivo desde el primer año de ejercicio, con un promedio de beneficio de explotación anual operativo antes de amortizaciones, tasas e impuestos de unos 123m€ (21m€ - 193m€), con un volumen anual de asistencias en periodo de madurez de la instalación entre 50 y 60m

En los años consecutivos, de desarrollo y puesta en marcha del proyecto, surge en el año 2020 la pandemia de coronavirus y en el año 2022 comienza la guerra Rusia-Ucrania. Ambos acontecimientos cambian por completo el sector económico financiero, el sector turístico, y también da un vuelvo al modelo de mercado de las últimas décadas. Por este motivo, el estudio realizado en 2017 queda obsoleto y se solicita, por lo tanto, una actualización del mismo.

Este estudio tiene por lo tanto como objetivo estudiar un nuevo concepto y programa adaptado al nuevo contexto social, turístico y económico.

ESTUDIO DE MERCADO

a.1.- Análisis de la demanda: expectativas, públicos objetivos, proyecciones de flujos de ocupación local, regional, nacional y turística

Tendencias de mercado actual; Expectativas

El turismo wellness está en auge, las escapadas orientadas a la salud y la desconexión son más habituales, debido a un contexto de mayor preocupación por el bienestar físico y mental.

La pandemia de coronavirus ha supuesto grandes impactos en el sector turístico. Varios autores (Fernández, 2020; Güliz and Akbiyik, 2020; Mulder, 2020, entre otros) han analizado el nuevo escenario. Los próximos años, se espera que haya un crecimiento turístico motivado por la búsqueda de sensación de libertad que se ha visto restringida en la pandemia. Por otro lado, también se ha observado que en épocas de crisis el turismo de salud incrementa por ser considerado la solución a los problemas de ansiedad y estrés. (Fernández, 2021)

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define salud como “Un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”

Por otro lado, el **concepto wellness** se define como:

- Suma de todas las relaciones y fenómenos resultantes de un viaje y residencia de personas cuyo principal motivo es preservar o promover su salud. Se alojan en un hotel especializado que les proporciona el conocimiento profesional adecuado y la atención personalizada. Requieren de un paquete de servicios completo que incluya acondicionamiento físico, cuidados de belleza, nutrición y dieta saludable, relajación, meditación y educación mental. (Müller y Kaufmann, 2000)
- Tipo de actividad turística cuyo objetivo es mejorar y equilibrar todos los dominios principales de la vida humana, incluidos el físico, mental, emocional, ocupacional, intelectual y espiritual. La principal motivación del turista wellness es participar en actividades preventivas, proactivas y que mejoren el estilo de vida tales como el fitness, la alimentación saludable, la relajación, cuidados y tratamientos de curación. (OMT, 2018)
- El turismo de bienestar se define como un viaje asociado con la búsqueda de mantener o mejorar el bienestar personal. (Global Wellness Institute, 2021)

Todas ellas coinciden en que la motivación principal del turismo wellness es el bienestar y el equilibrio físico y mental.



En relación a los **turistas wellness**, se pueden clasificar en primarios y secundarios. (Global Wellness Institute, 2021)

Los turistas wellness primarios son aquellos que se ven motivados principalmente por el wellness y eligen el destino en función de la actividad wellness que quieren realizar. Por otro lado, los turistas wellness secundarios son aquellos cuya motivación principal no es el wellness, sin embargo, mientras viajan buscan su bienestar y participan en actividades wellness, donde se puede considerar wellness llevar una buena alimentación, mantenerse activo durante la estancia o hacer uso de spas o tratamientos termales en el destino elegido. Se trata de un/una turista que indirectamente lleva a cabo conductas características del turismo wellness.

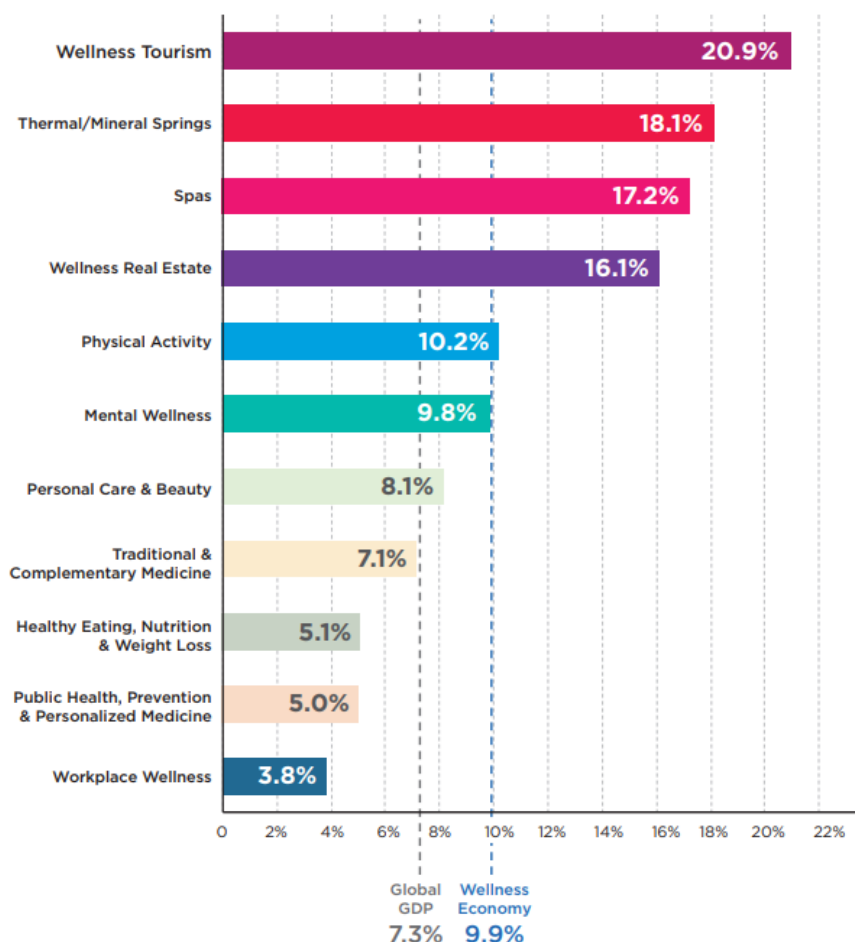
La oferta wellness se ha convertido en un componente importante en los viajes, y más tras los años de pandemia. La plataforma de business intelligence Travellyze (Travellyze Travellers Analysed, s.f.) tras encuestar a más de 23.000 viajeros europeos, afirma que tres de cada diez turistas buscan experiencias de salud y bienestar. Españoles (29%), italianos (26%) y alemanes (24%) destacan como principales consumidores de este tipo de turismo, siendo nuestro país el segundo destino de referencia.

A nivel global, se calcula que este mercado alcanzó los 735,8 mil millones de dólares en 2020 y se proyecta alcanzar los 1200 mil millones de dólares en 2027, de acuerdo con estimaciones de (RreportLinker, s.f.)

Según (Global Wellness Institute, 2021) “La pandemia de COVID-19 ha acelerado el ascenso del bienestar como valor de consumo dominante en todo el mundo. Los consumidores son cada vez más conscientes de que todos los aspectos de sus vidas - dónde viven, cómo trabajan, qué comen y cómo hacen ejercicio, socializan y viajan – impacta en su salud, su resistencia mental y su sensación general de bienestar.”

(Global Wellness Institute, 2021) estima que el turismo wellness crecerá un 20,9% del 2020 al 2025 y el sector de termalismo con aguas mineromedicinales crecerá un 18,1%.

Projected Average Annual Growth Rate by Sector, 2020-2025



Source: Global Wellness Institute and IMF

Por último, cabe destacar que las tendencias de mercado son:

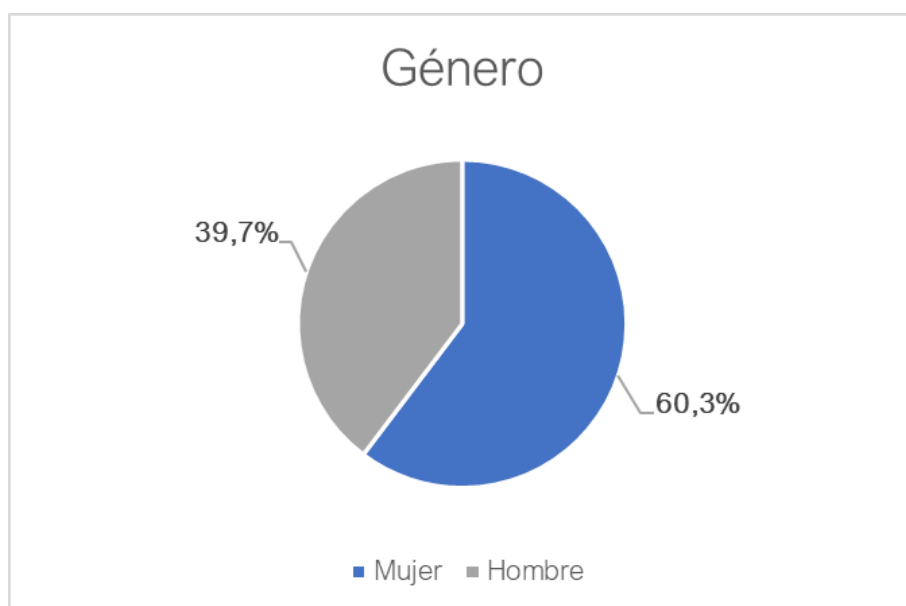
1. Un mayor protagonismo de los viajes de bienestar en los que se buscarán experiencias transformadoras, más lentas, cercanas, conscientes, significativas y sostenibles.
2. La preferencia por espacios con diseños y arquitecturas que emocionen y los lugares abiertos.
3. La combinación de experiencias de bienestar con otras tipologías de turismo, como el MICE, el deportivo o el gastronómico
4. La búsqueda de desconexión digital y el mayor contacto con la naturaleza.

(Bergara & Santos, 2021)

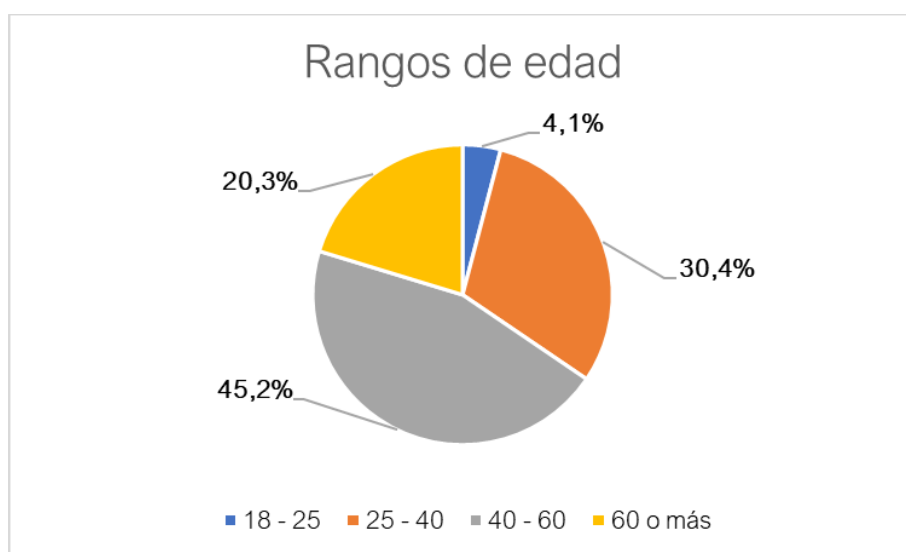
Público Objetivo

En junio de este año 2022, Aida Pinos Navarrete. Profesora del Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Granada. Desarrolla un estudio con datos cuantitativos, trabajados para la sección de resultados y facilitados por el director de marketing del Balneario de Archena (Alfonso Vilaseca). (Pinos-Navarrete, 2022)

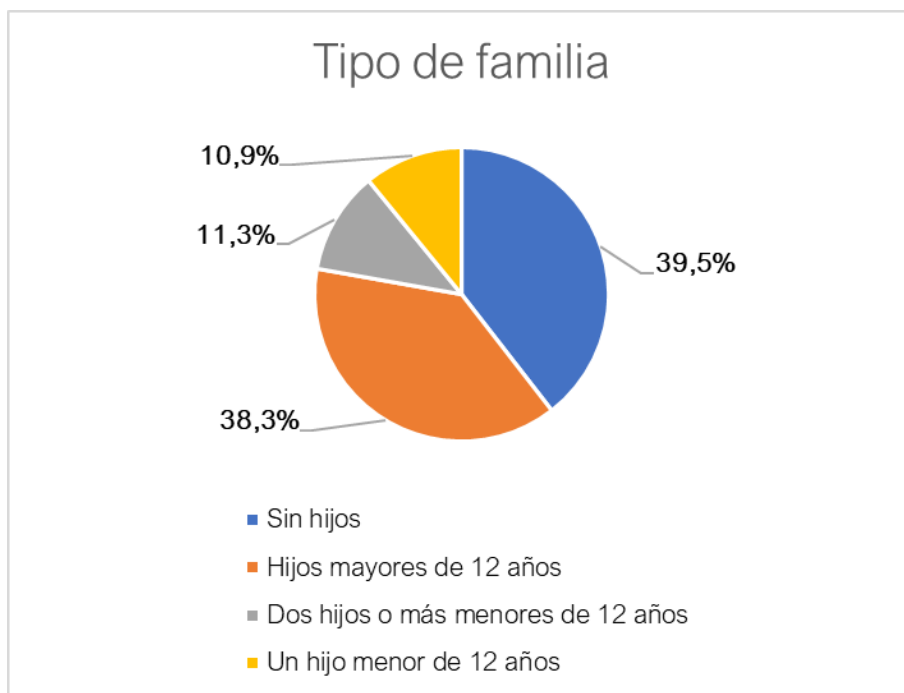
En él determina el perfil de cliente que frecuenta los establecimientos termales en un contexto de reapertura tras la pandemia de COVID-19. El cuestionario analizado, elaborado por el Balneario de Archena, cuenta con 1406 respuestas de usuarios. Incluye preguntas iniciales que pretenden conocer el perfil del cliente a partir de la identificación de su género, grupo de edad, tipología familiar y lugar de residencia.



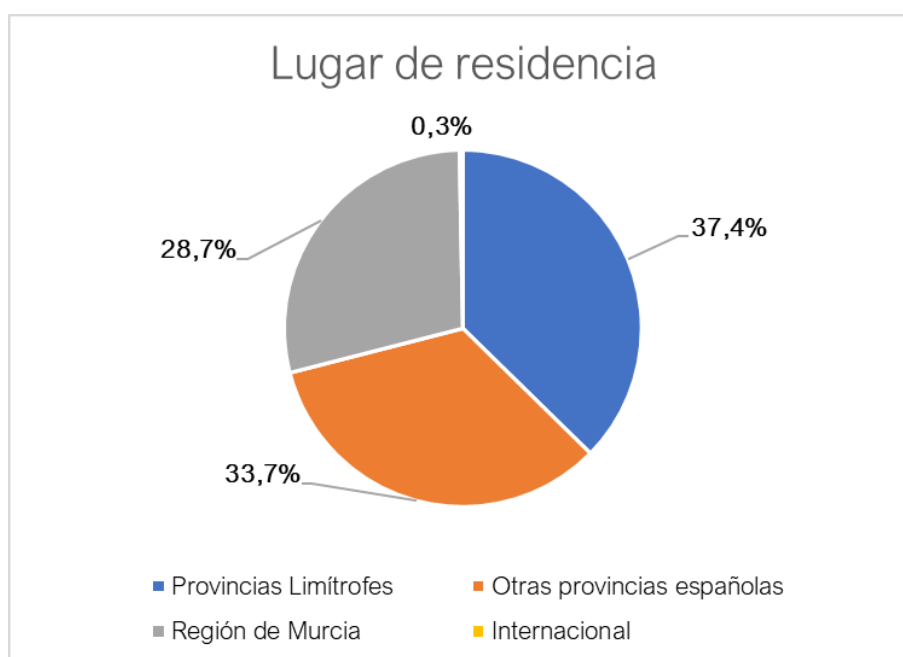
Fuente. (Pinos-Navarrete, 2022) a partir de (Vilaseca, 2020a)



Fuente. (Pinos-Navarrete, 2022) a partir de (Vilaseca, 2020a)



Fuente. (Pinos-Navarrete, 2022) a partir de (Vilaseca, 2020a)



Fuente. (Pinos-Navarrete, 2022) a partir de (Vilaseca, 2020a)

Proyecciones de flujos de ocupación local, regional, nacional y turística

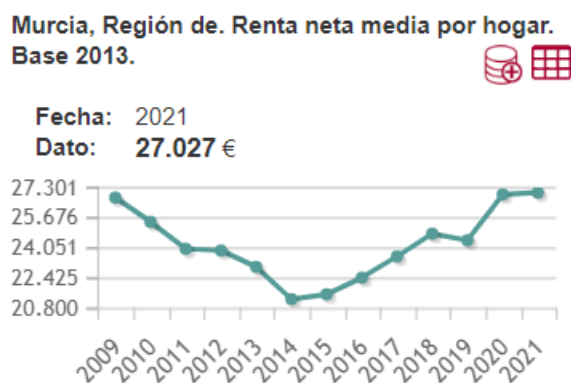
Los datos de perfil de cliente, nos permitirán identificar los flujos de ocupación. Para ello los segmentaremos por un lado Cliente particular (70%) según su lugar de procedencia y por otro Cliente Termalismo Social (30%)

Región de Murcia

Residente local

El residente local representa casi 30% de los usuarios totales.

La Región de Murcia contaba en 2019 con 1,488 Millones de habitantes (Instituto Nacional de Estadística, s.f.), con una renta media por hogar de 27.027€



Fuente. (Instituto Nacional de Estadística, s.f.)

De estos habitantes 1,138 Millones son mayores de 25 años.

Por otro lado, Alhama de Murcia tiene 22.240 habitantes (Según censo 2021).

El objetivo es fidelizar al cliente local y para ello es común que los balnearios ofrezcan pases o abonos para que el residente local pueda acceder durante todo el año principalmente durante la semana o en horas con menos frecuentación.

Asimismo, este tipo de cliente es más susceptible de utilizar servicios complementarios a la propia actividad termal como por ejemplo pueden ser un gimnasio o restaurantes.

Entre 25 y 40 años	Entre 40 y 60 años	Más de 60 años
-Búsqueda de experiencias transformadoras, significativas y sostenibles -Short Breaks (Escapadas de 2-3 días) -Parejas jóvenes y familias con niños menores de 12 años -Menor poder adquisitivo	-Búsqueda de viajes de bienestar más lentos, cercanos y conscientes -Viajes de 4-5 días -Parejas con hijos adultos o mayores de 12 años -Mayor poder adquisitivo	-Termalismo clásico -Viajes de 7-8 días -Mayor poder adquisitivo



Residente Extranjero

Dada la situación y las condiciones privilegiadas con las que cuenta la Región de Murcia, con una temperatura media de 19,5°C durante todo el año y alrededor de 300 días de sol, es una de las regiones del país que cuentan con mayor número de residentes extranjeros en todo el país.

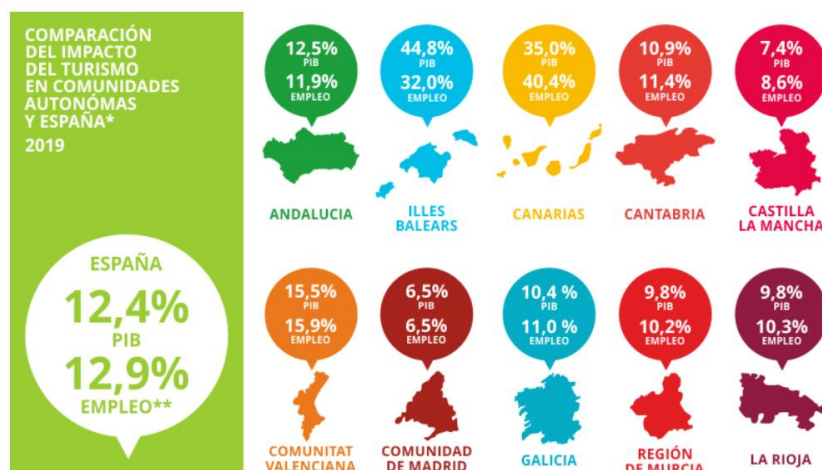
En 2022, el número de residentes extranjeros en la Región de Murcia es de 222.324 personas, de los cuales casi 55.000 mil son residentes de origen europeo. Estos números, si bien han visto una reducción considerable desde los años, representan un indicador importante ya que este tipo de residente se suele asociar a un perfil de visitante con un alto poder adquisitivo.

Cabe destacar que, para este efecto, consideramos principalmente a aquellos residentes extranjeros que se han instalado en la región para disfrutar de su jubilación dadas las óptimas condiciones climatológicas, principalmente de regiones del norte de Europa.

Asimismo, además de los residentes en la región de Murcia se puede contar con aquellos residentes que se encuentren en un radio de en torno a una hora o una hora y media del balneario, con lo cual también se pueden incluir a residentes extranjeros en otras provincias limítrofes como Alicante (373.423 hab extranjeros) o Almería (155.128 hab extranjeros).

Edades de 55 años en adelante (jubilados)
- Alto nivel adquisitivo - Activo y realiza actividades en pareja - Nivel cultural elevado - Busca experiencias y productos que le aporte un aprendizaje “local”

Provincias Limítrofes y Otras provincias españolas



* Datos para Canarias relativos a 2018, para Galicia a 2017, para Castilla-La Mancha y Comunidad de Madrid relativos a 2016 para Cantabria e Islas Baleares relativos a 2014, La Rioja relativos a 2013. Datos para Región de Murcia relativos a 2011, para Andalucía relativos a 2007 (Estudios IMPACTUR).

** Diferencias observadas entre comunidades se explican en un elevado porcentaje a los diferentes niveles de estacionalidad dado que los datos de empleo en los Estudios IMPACTUR están contabilizados en puestos de trabajo equivalentes año.

Fuente. (Exceltur, 2021)

En 2011, el Turismo representaba un 9,8% del PIB de la Región de Murcia y se estima que en 2014 esta cifra ascendía al 10,4%. La región de Murcia recibió en 2018 y 2019, 1,3 Millones de visitas de las cuales 77% eran de turistas nacionales y un 22% de turistas extranjeros. (Instituto Nacional de Estadística, s.f.) En el año 2022 hasta el mes de octubre recibió 1,1 Millones con los mismos porcentajes por procedencia. Por lo que se estima que ya se ha recuperado las tendencias tras los años de pandemia.

A la hora de analizar al turista de provincias limítrofes como potencial cliente del futuro balneario de Alhama, conviene incluir a aquellos turistas y residentes que se sitúan en un radio de 1h30 alrededor de Alhama de Murcia.

El cliente nacional sigue siendo el principal visitante de los balnearios en España. El estudio realizado por el Balneario de Archena en 2013 revela que la demanda de los balnearios de Archena y Leana procedía principalmente del mercado español, con un 86,5%. Tomaremos este dato como referencia, ya que los datos extraídos en 2020 están condicionados por la pandemia. Estimando que el cliente nacional supone un 86,5% sobre el total, tomaremos los porcentajes de reparto de procedencia del estudio realizado en 2020. Por lo que un 28,7% procede de la Región de Murcia, un 37,4% de provincias limítrofes y un 37,7% de otras provincias españolas.

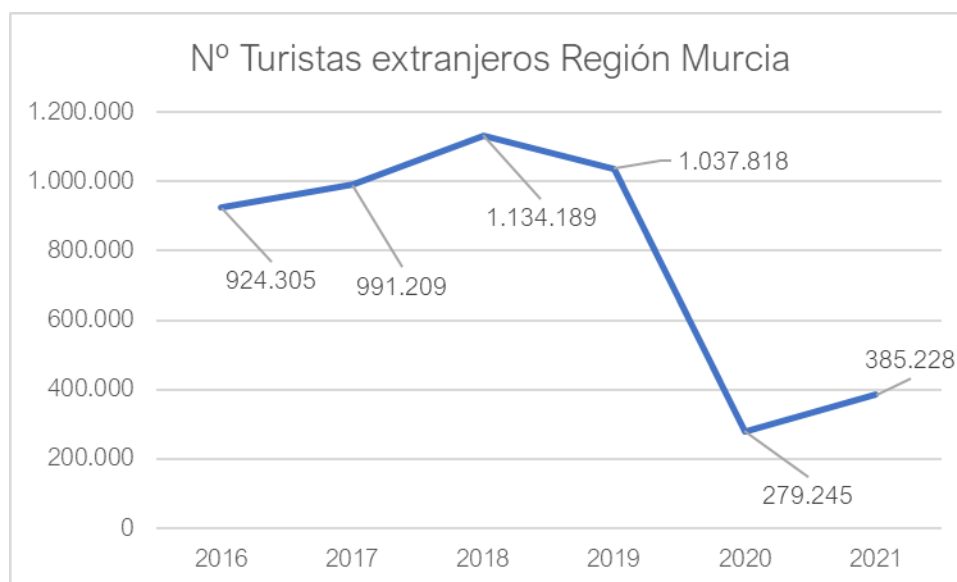
El perfil de turista que visita la Región de Murcia busca principalmente sol y playa, naturaleza y cultura. A pesar de ello, es una oportunidad para captarlo como turista wellness secundario. Que tal como se planteaba anteriormente, es el turista cuya motivación principal no es el Wellness pero que si lo consume como complemento de su viaje.

Edades entre 30 y 60 años

- Gasto medio en balnearios 63,11€
- Viajes de **7-10 días**
- Alto nivel de fidelización (el 88% repite la experiencia)
- Viaja principalmente en pareja

Turista Internacional

El turismo internacional en la Región de Murcia ha bajado considerablemente tras la época pandémica, en el año 2020 sufrió una variación anual de -73%. El año 2021 con respecto al 2020 aumentó un 37,95%. Según datos de la web oficial de la Región de Murcia (CARM, s.f.), en 2022 recibió 671.210 turistas internacionales en el periodo de enero a septiembre, lo que supone un crecimiento de 191,7% con respecto al mismo intervalo del año anterior.



Fuente. (Instituto Nacional de Estadística, s.f.)

El turismo internacional de la Región de Murcia se caracterizaba por una fuerte dependencia del mercado británico. No obstante, el plan estratégico de la Región para el periodo de 2015 a 2019 marcó como objetivo principal reducir esta dependencia al mercado británico y diversificar mercados. Los datos de los últimos años confirman el logro del objetivo, ha bajado a cuota y ha aumentado la francesa. Actualmente el mercado británico supone un 32,1%, el mercado francés un 20,7% y el alemán un 8,4%. Otros mercados emisores con cierto peso en la región son el mercado belga (6,4%), Países Bajos (6,3%), Países Nórdicos (5,0%) y Italia (3,6%). (CARM, s.f.)

El incremento de la cuota de mercado francés supone un punto a favor para el Balneario de Alhama, ya que este mercado, junto con el alemán y el de los Países Nórdicos tiene una cultura termal mayor a la del mercado británico.

Con estos datos, resulta difícil establecer previsiones de afluencia potencial a los balnearios por parte del turista extranjero que visita la región, sin embargo, el plan estratégico de turismo de la Región de Murcia para el periodo 2022-2032 tiene como objetivos:

- La desconcentración de la afluencia turística con mercados y productos menos estacionales. Combatir la alta estacionalidad y prolongar la temporada alta.
- Aumentar el grado de internacionalización del turismo regional e impulsar la diversificación de los mercados emisores. La mejora del posicionamiento y percepción de la identidad del destino. Impulsar el posicionamiento del Costa Cálida-Región de Murcia como destino único, incidiendo en las ventajas y potencialidades específicas de cada uno de sus productos.
- Aumentar la notoriedad de la marca Costa Cálida-Región de Murcia en los mercados objetivo y prestar una especial atención a la marca e imagen del Mar Menor. Nueva estrategia de promoción y comercialización diferenciada por productos y mercados. Puesta en marcha de nuevas herramientas de mercadotecnia, mediante acuerdos con turoperadores, mayoristas y portales online sobre los productos turísticos más relevantes.

Estos objetivos permiten la creación de productos mixtos entre el termalismo y otros tipos de turismo más tradicionales en la zona, como por ejemplo son el turismo de golf o el turismo de naturaleza.

No obstante, el turista extranjero debe ser considerado como una fuente de visitantes e ingresos relevante, siempre y cuando se ofrezca un producto de calidad y debidamente promocionado. Un dato significativo y muestra del potencial de este sector es que entre 2017 y 2019, los beneficios de los turistas extranjeros que visitaron los balnearios y centros de talasoterapia de España ascendieron a 9,9 mil millones y 10,8 mil millones de dólares respectivamente.

Gráfico 2.3: Región de Murcia. Variación de viajeros por zonas. Años 2018-2019

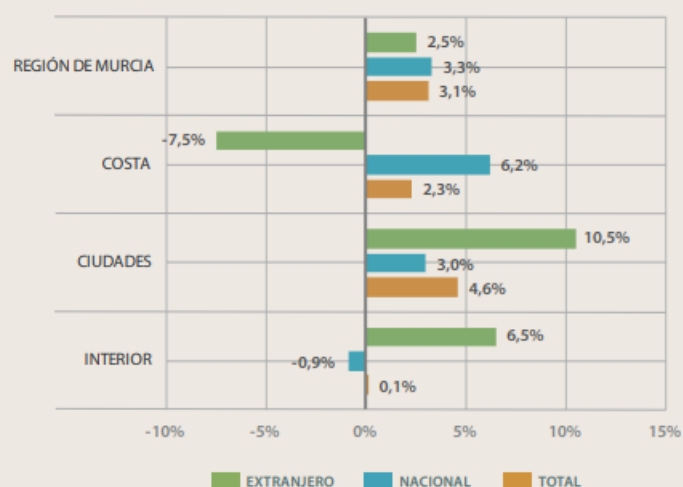
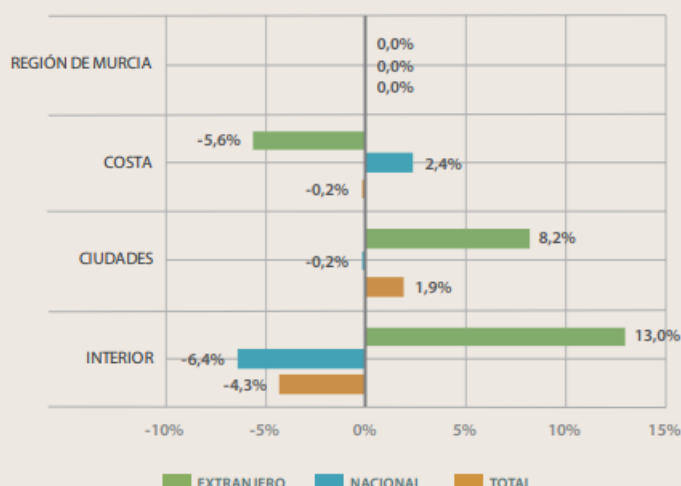


Gráfico 2.8: Región de Murcia. Variación de pernoctaciones por zonas. Años 2018-2019



Edades entre 30 y 60 años

- Origen del Reino Unido y Francia mayoritariamente
- Alto poder adquisitivo (gasto medio diario por persona de 104,69 euros en balnearios)
- Busca turismo de golf y sol y playa principalmente
- Estancias de larga duración (en torno a 12,5 días)
- Viaja principalmente en familia

Termalismo Social

En este grupo se incluyen aquellos usuarios que se benefician del Programa de Termalismo Social, establecido en 1989. El IMSERSO convoca cada año plazas disponibles en los establecimientos termales concertados, entendiendo como tales a aquellos que *“cuenten con un manantial de agua minero-medicinal, declarado de utilidad pública, con las instalaciones adecuadas para la impartición de los distintos tipos de tratamiento, acordes a las características de las aguas y las afecciones a tratar, y que efectúa la prescripción y seguimiento del tratamiento bajo control médico”*.

Hoy en día, la gran mayoría de balnearios españoles han adoptado este programa ya que, por lo general, la actividad de los balnearios se ha visto claramente incrementada desde la entrada en vigor del Programa de Termalismo Social. Este Programa ha contribuido notablemente a la desestacionalización de estos centros, muchos de los cuales abrían únicamente durante 3 o 4 meses en la época estival.

Dado el reducido número de balnearios con los que cuenta la Región de Murcia en comparación a otras comunidades españolas, el número de plazas ofertadas en la región se mantiene entre las más bajas del país.



Edades a partir de los 60 años

- Pensionistas de jubilación e invalidez y con otros tipos de pensión
- Búsqueda de tratamientos tradicionales
- Estancias de larga duración
- 60% mujeres – 40% hombres
- Entorno al 70% tienen ingresos < 1.200 €/mes

Conclusión

Identificados los cinco tipos de clientes potenciales que podrían visitar el balneario, observamos que existe un mix de cliente interesante que ayudaría a mantener una oferta atractiva durante todo el año, evitando así el problema de la estacionalización que es tan común en muchos balnearios.

Como mencionamos anteriormente, cabe destacar que la Región de Murcia ofrece una amplia variedad de productos turísticos, entre los cuales el turismo de salud tiene aún un porcentaje bastante residual, por lo que el potencial de crecimiento tanto con turistas nacionales como extranjeros es extraordinario.

a.2.- Análisis de la oferta: benchmarking, localización e identificación comparativa

Aproximación histórica y visión de futuro

Alhama de Murcia está históricamente ligada a la presencia de las aguas termales. La conjunción de estas aguas con el entorno natural propició la presencia humana en el año 3.000 a.C.

Los Baños Romanos son los restos arqueológicos más importantes del municipio, datando de hace más de 2000 años. Estos baños fueron también utilizados en la Edad Media por los musulmanes, hasta el siglo XIX, fecha en la que fue construido el nuevo balneario.

El propio nombre de la Ciudad viene de la época musulmana debido a la existencia de un hamma o baño termal frente a hâmmam o baño. De tal forma que Alhama vendría a significar “el baño”.

Es, desde 1983, Monumento Histórico-Artístico, de carácter nacional (B.I.C). Actualmente estas instalaciones albergan el Museo del Sitio, un museo de gran calidad y lugar indispensable de visita para descubrir el patrimonio histórico y cultural de la ciudad. Este museo constituye un activo muy importante para el futuro desarrollo del proyecto del nuevo centro termal.

La comunicación y el marketing del futuro establecimiento podrá sin lugar a dudas apoyarse en la presencial ancestral del agua en Alhama y en una práctica que se remonta a hace más de dos milenios de beneficios del agua termal, los placeres y la convivialidad de los baños termales.

Hasta ahora hemos podido comprobar que la población de Alhama de Murcia ha perdido un poco el enlace con la tradición y con la cultura del agua termal. Por ello recomendamos que tanto los titulares y promotores del proyecto, así como el futuro operador del centro termal, compartan y permitan que los propios habitantes y ciudadanos de Alhama de Murcia se “apropien” de ese patrimonio, tanto a través de la información y la comunicación, como por ejemplo a través de la realización de un pequeño estanque o fuente exterior donde la población pueda disfrutar de forma gratuita del “agua que tantos beneficios aporta”, de “su agua”.

Análisis SWOT del destino Alhama de Murcia

Antes de entrar en el análisis del benchmarking, conviene establecer un panorama global del atractivo del proyecto y del destino Alhama de Murcia, para lo cual se elabora un análisis de alcance o análisis SWOT, que se centra en las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del contexto en el que se va a enmarcar el proyecto del balneario termal y que resulta un elemento clave para el desarrollo estratégico del proyecto.

En tanto que las “fortalezas” y “debilidades” tienden a centrarse en cuestiones internas y la experiencia adquirida, el análisis de las “oportunidades” y “amenazas” se ocupa de aspectos externos y está orientado hacia el futuro.

Oportunidades

- Desarrollo de un producto turístico diferenciador que gire alrededor del balneario.
- Desestacionalización de la oferta turística.
- Desarrollo de sinergias con otros productos turísticos de la zona como el golf o el turismo activo.
- Complementariedad con la oferta de sol y playa para atraer turistas de la Costa Cálida.
- Alta demanda de servicios de spa en la sociedad actual.
- Auge del concepto Wellness
- Contar con una institución local como El Pozo como socio potencial para desarrollar un marketing de alcance.
- Disponibilidad de medios para implantar técnicas de Revenue Management.

Amenazas

- Demanda poco desarrollada de producto termal en la región de Murcia.
- Fuerte liderazgo del Balneario de Archena dentro de la oferta termal en la región.
- Importante presencia de otros servicios de bienestar más consolidados en la región como la Talasoterapia.
- Incremento de los costes energéticos de gas y electricidad.
- Costes laborales.
- Contexto de crisis económica a nivel global y bajo poder adquisitivo.

Fortalezas

- Tanto Alhama de Murcia como el balneario se encuentran situados en un enclave único.
- Una historia y un nombre estrechamente ligados al termalismo.
- Cercanía y buenas conexiones con grandes núcleos de población de la región (Murcia, Cartagena...).
- Cercanía y buenas conexiones con aeropuertos y grandes capitales del país (Madrid, Alicante...).
- Calidad de las instalaciones termales.

Debilidades

- Capacidad hotelera escasa y de poca calidad.
- Fuerte inversión inicial requerida.

AMENAZAS	DEBILIDADES
-Demanda poco desarrollada en la región -Liderazgo del Balneario de Archena -Alternativas de turismo Wellness -Contexto crisis económica -Costes energéticos y laborales	-Capacidad hotelera escasa y de poca calidad -Fuerte inversión inicial
OPORTUNIDADES	FORTALEZAS
-Producto turístico diferenciador -Desestacionalización -Desarrollo de sinergias turísticas -Complementariedad -Auge concepto Wellness -El Pozo como socio potencial de promoción -Medios para implantación de RM	-Enclave único -Importante historia termal -Buenos accesos locales -Buenas conexiones externas -Calidad de instalaciones

Asimismo, hemos identificado otras oportunidades, que pueden actuar como factores de motivación externos para los turistas, del destino “Alhama de Murcia”:

- Temperatura agradable y sol durante gran parte del año.
- Importantes recursos naturales.
- Riqueza patrimonial de monumentos y cultura.
- Deportes de aventura y actividades de ocio.
- Experiencias intangibles conectadas con las escapadas, el reposo y la relajación.
- Visitas y excursiones múltiples.
- Entretenimiento.

Benchmarking

Apenas cuatro o cinco Comunidades Autónomas concentran más del 60% de los balnearios existentes en el país. Por su parte, la Región de Murcia apenas cuenta con dos balnearios regulados, lo cual representa una oferta muy escasa con respecto a otras regiones del país. No obstante, cuatro son las poblaciones existentes en la región con importantes fuentes de aguas termales: Archena, Fortuna y Mula, además de Alhama de Murcia, de las cuales sólo las dos primeras explotan sus aguas de forma reconocida. La referencia indiscutible en la Región de Murcia es sin lugar a dudas el Balneario de Archena, situado en la localidad del mismo nombre. A continuación, presentamos las principales características de estos balnearios, así como de otros complejos de turismo de salud y bienestar, no necesariamente termales pero que sí suponen una oferta alternativa dentro de este tipo de turismo en la región, entre los que se incluyen baños termales no regulados o centros de talasoterapia, además de los spas que en este estudio no hemos recogido.

BALNEARIO DE ARCHENA, ARCHENA



Sin lugar a dudas, la referencia de los balnearios en la Región de Murcia y uno de los referentes en el país. Con más de 8.000 m² de instalaciones, el Balneario de Archena combina una oferta lúdica y de tratamientos termales de primer nivel.

Actividades e infraestructuras

En interior: Piscina de agua termal, piscina infantil, Circuito Termal Balnea (saunas, estufa húmeda, piscinas, iglú, contrastes térmicos, pasillos de marcha y zonas de descanso, salas de masaje) y cafetería.

En exterior: Piscina de agua termal y restaurante.



Oferta de alojamiento y restauración

Hotel Termas****S (67 habitaciones)

Hotel Levante*** (70 habitaciones)

Hotel León** (117 habitaciones)

Restaurante Del Agua

Cafetería El Chiringuito, Snack-Bar La Piscina y Bar Casino



Precios y abonos

Spa termal: adultos 12/23 €, niños 9/15 €

Circuito Termal: adultos 30/40 €, alojados 25/35 €

Tratamientos 30/45 €

Público objetivo

Residentes de la región de Murcia

Personas con tratamientos prescritos

Turistas y clientes de los hoteles asociados

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
-Instalaciones modernas, con una amplia gama de servicios de calidad -Encuadre natural -Oferta complementaria hotelera y de restauración	-No existen abonos

BALNEARIO DE LEANA, FORTUNA



Históricamente uno de los balnearios más populares de la región, los vestigios del Balneario de Leana se remontan a la época romana. Por la composición de sus aguas, que tienen una gran potencia curativa y están indicadas para tratar el reuma, artrosis, y afecciones de las vías respiratorias, su carácter hipotónico las hace adecuadas también en tratamientos de belleza.

Actividades e infraestructuras

En interior: Circuito Spa Romano (con piscinas de hidromasaje, volcán de burbujas, piscina de leche, duchas aromáticas y vaporario de sensaciones) y salas de masaje.

En exterior: Dos grandes piscinas termales calientes al aire libre abiertas todo el año.



Oferta de alojamiento y restauración

Hotel Balneario*** (58 habitaciones)

Hotel Victoria*** (71 habitaciones)

Hotel España** (43 habitaciones)

Café Teatro y Sala de conciertos

Precios y abonos

Piscina termal: adultos 13/17 €, niños 7/10 €

Circuito Spa de Sensaciones: adultos 25 €, alojados 19 €

Tratamientos 13/85 €

Público objetivo

Residentes de la región de Murcia

Personas con tratamientos prescritos

Turistas y clientes de los hoteles asociados

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
-Abierto todo el año	-Poca oferta de restauración
-Oferta complementaria hotelera y de restauración	-No existen abonos

BAÑOS DE MULA

La pedanía de los Baños de Mula se sitúa a tan sólo 20 minutos del centro de Murcia, encuadrada en plena naturaleza en un ambiente tranquilo.

Aprovechando el nacimiento de las aguas termales de los Baños de Mula, los tres establecimientos existentes, entre los que destacan los Baños el Pozo, los Baños el Delfín y los Baños Intendente, son establecimientos de gestión familiar que apenas ofrece baños termales en sus diferentes piscinas.

Estos establecimientos no están reconocidos como balnearios dado que no tienen ni las instalaciones adecuadas ni cuerpo médico. Aun así, son una opción bastante popular entre los residentes de la región.

Actividades e infraestructuras

En interior: Salas de baño individuales con capacidades entre 2 y hasta 16 personas, algunas de ellas equipadas con hidromasaje.

En exterior: Terrazas.



Oferta de alojamiento y restauración

Apartamentos el Delfín

Apartamentos Intendente

Precios y abonos

A partir de 18 € por hora (suplemento de 3 € por persona según la capacidad del baño)

Público objetivo

Residentes de la región de Murcia

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
-Muy popular entre los locales -Oferta complementaria de restauración -Tranquilidad y ambiente familiar	-Ausencia de cuerpo médico en las instalaciones -Falta de servicios como SPA termal o tratamientos -Gestión poco profesional -Caudal de agua en descenso pronunciado

THALASSO AGUAS SALINAS, SAN PEDRO DEL PINATAR



Al igual que los otros dos centros thalasso existentes en la Región de Murcia, el Centro de Salud Vital Aguas Salinas se encuentra en la localidad de San Pedro del Pinatar, ubicado a orillas del Mar Menor y junto a la zona de baños de lodos conocida como Las Charcas donde se puede disfrutar de los beneficios que ofrecen y las aguas del Mar Menor, cuyas propiedades terapéuticas son muy conocidas.

Actividades e infraestructuras

En interior: Duchas Vichy, bañeras de hidromasaje, ducha Kneipp, y más de cinco salas con camas de agua caliente para la aplicación de envolturas corporales.

En exterior: Piscina exterior.



Oferta de alojamiento y restauración
Apartamentos Aguas Salinas

Precios y abonos

Tratamientos entre 35€ y 70€

Público objetivo

Residentes de la región de Murcia

Turistas y clientes de los apartamentos y de otros alojamientos de la zona

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
-Situación ideal en primera línea de playa -Oferta complementaria de restauración y alojamiento -Línea de productos naturales de barros del Mar Menor	-Instalaciones antiguas -Capacidad de alojamiento escasa

HOTEL LODOMAR SPA & TALASOTERAPIA, SAN PEDRO DEL PINATAR



HOTEL LODOMAR

SPA & TALASOTERAPIA

El Hotel Lodomar****, situado a orillas del Mar Menor, cuenta con un spa marino y centro de talasoterapia que propone servicios y tratamientos como envolturas en lodos del Mar Menor, cabinas de masajes y tratamientos estéticos, bañera de hidromasaje, ducha Vichy y ducha Jet, programas de belleza y salud.

Actividades e infraestructuras

En interior: Spa Marino con sauna finlandesa, jacuzzi, baño turco, cabina tonificante de hielo y piscina climatizada de agua salada con hamacas de hidromasaje, suelo de burbujas, cascada cervical, cañón cuello de cisne, zona contracorriente y Centro Reumatológico con consulta médica.

En exterior: Piscina exterior.



Oferta de alojamiento y restauración

Hotel Lodomar**** (80 habitaciones, 8 suites y 35 apartamentos turísticos)

Restaurante y cafetería

Precios y abonos

Tratamientos relax desde 10 € (Ducha jet)

Circuito terapéutico: 60 €

Bono adultos LaV 120€

Bono mensual desde 85 € (Mayores de 60 años)

Público objetivo

Residentes de la región de Murcia

Turistas y clientes de los apartamentos y de otros alojamientos de la zona

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
-Situación ideal en primera línea de playa	-Spa sin beneficios para clientes alojados
-Variedad de servicios y tratamientos	
-Línea de productos naturales de barros del Mar Menor	

THALASIA HOTEL Y THALASSO CENTER, SAN PEDRO DEL PINATAR



El Thalasia Hotel es un complejo hotelero con uno de los mejores centros thalasso de la Región de Murcia. El spa, de acceso gratuito para clientes, cuenta con 4.500 m² de instalaciones, como piscinas e hidromasaje. También se ofrece una amplia gama de tratamientos por un suplemento, entre los que se incluyen masajes, mascarillas de barro marino, servicio de fisioterapia y programas de adelgazamiento.

Actividades e infraestructuras

En interior: Área de Salud con tratamiento de hidrología marina y fisioterapia; Área de Bienestar con salas de masaje para relajación, ayurveda, masajes energizantes y masajes de cuidado y prevención; Área de Estética con tratamientos corporales, faciales, capilares y estética decorativa.

En exterior: Piscina exterior, tenis, pádel y parque infantil.



Oferta de alojamiento y restauración

Thalasía Hotel****

Restaurante La Sal

Precios y abonos

Tratamientos relax desde 11 € (Ducha jet)

Otros tratamientos entre 28€ y 72€

Masajes entre 39€ y 53€

Rituales entre 66€ y 108€

Público objetivo

Residentes de la región de Murcia

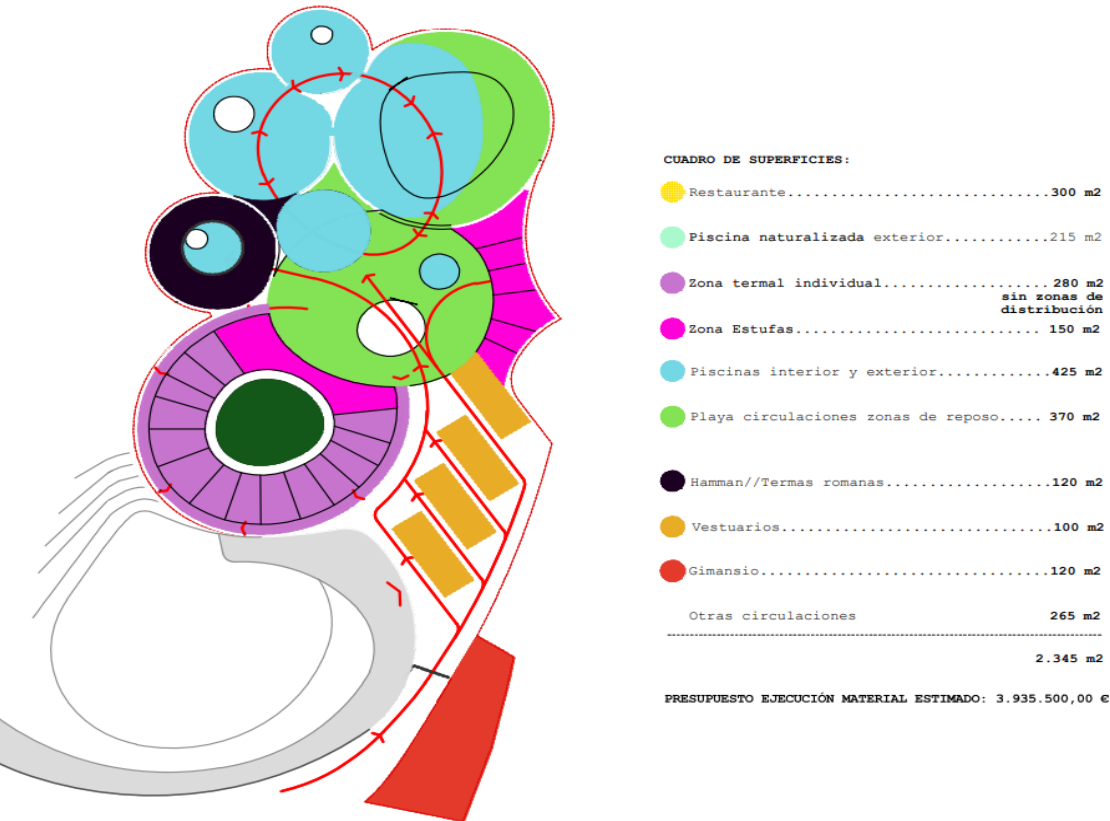
Turistas y clientes de los apartamentos y de otros alojamientos de la zona

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
-Situación ideal en primera línea de playa -Variedad de servicios y tratamientos -Línea de productos naturales de barros del Mar Menor	-No dispone de circuitos

EDIFICIO CENTRO TERMAL

b.1.- Espacios y usos

La distribución de espacios propuesta por los arquitectos Pau Batalla Soriano, Miguel Martínez Castillejo y Paco Leiva Ivorra es la siguiente:



EDIFICIO CENTRO TERMAL DE ALHAMA DE MURCIA

DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS PROPUESTA ARQUITECTOS BML (m2)

(Faltan zonas técnicas) GT

Restaurante	300	
Piscina naturalizada exterior	215	
Zona Termal individual	280	294
Zona Estufas	150	
Piscinas interior y exterior	425	
Playa circualciones zona de reposo	370	800
Hamman / Termas romanas	120	150
Vestuarios	100	180
Gimnasio	120	120
Otras circulations	265	156
	2.345	1.700

b.2.- Adaptación de Gala Termal para cálculo gastos energéticos y capacidades

Para determinar la capacidad de las instalaciones y así poder estimar afluencia, y por otro lado, para determinar los m³ de agua totales y por lo tanto, los gastos energéticos, Gala Termal parte de los siguientes datos, tomando como referencia los datos proporcionados por los arquitectos.

La zona termal colectiva dispondría de un total de 800 metros, lo que implica una capacidad de personas simultánea de 121 personas. 484 al día.

ZONA THERMAL COLECTIVA. ZONA PISCINAS

	Tamaño	Número	Total m2	Capacidad pax Simult
Zona Piscinas	585			
Piscinas	215	4	215	86
Playa piscina activa	370	1	370	
Pediluvio	6	0	0	0
Zona Estufas	120			
Estufas	8	4	32	24
Poza Fria	6	1	6	2
Cabina de Hielo	6	1	6	2
Ducha /Cubo contraste	2	3	6	3
Duchas esencias y peeling	2	4	8	4
Zona reposo estufas	60	1,03	61,5	
Otros espacios necesarios	95			
Aseos	4	2	8	
Office limpio	10		0	
Office sucio	10		0	
Sala de curas	10	1	10	
Pasillos y Zonas Distribución		11%	77	
TOTAL			800	
<i>Pax max /día</i>		484	<i>Pax simultáneas</i>	121

ZONA THERMAL COLECTIVA. ZONA PISCINAS

				Detalle	
PISCINAS	UD	Nº Puestos	M3 Agua	M2 Lámina Ag	
Piscinas 1,30	2	80	234	100	
Piscinas 0,90	1	6	12	15	
Piscina terapeutica (0,60-0,90-1,20)	0	0	0		
Poza Fria	1	1	1	1,2	
TOTAL PISCINAS	4	87	246	215	
SAUNAS	UD	Nº Puestos	m2	Potencia KW	
SECA	2	13	16	48	
HUMEDA	2	13	16	54	
TOTAL SAUNAS	4	26		102	

DUCHAS ZONA COLECTIVA	UD	Nº Puestos
Duchas Peeling	3	3
Duchas de esencias	1	1
Duchas de contraste	1	1
Fuente de Hielo	1	1
Cubo de contraste	2	2
TOTAL DUCHAS	8	8

El circuito temático tendrá capacidad para 30 personas simultáneas, lo que suponen 120 al día. Y un total de 28m3 de agua. La modalidad de esta zona será un circuito dirigido, con entradas de 8 personas cada media hora, lo que permite utilizar la capacidad al completo.

ZONA THERMAL COLECTIVA. CIRCUITO TEMATICO

Detalle

TERMA ROMANA / HAMMAN	150	UD	Nº Puestos	M3 Agua	M2 Lám Ag
Sauna romana		1	12		
Piscinas 0,90		1	8	16	20
Piscinas 0,60		1	8	12	20
Poza fria		1	1	1	1,2
Ducha inicio		1	1		
TOTAL PISCINAS		5	30	28	40
Total m2 150					
<i>Pax max /día</i>		120		<i>Pax simultáneas</i>	
				30	

ZONA DEPORTIVA

ZONA DEPORTIVA	Tamaño	Número	Total m2	Capacidad pax Simult
Sala cardiovascular	60	0,5	30	10
Sala Fitness	60	0,5	30	10
Salas actividades blandas	60	1	60	15
TOTAL			120	
Pax max /día		140	Pax simultáneas	
			35	

ZONAS COMUNES

	Tamaño	Número	Total m2	Capacidad pax Simult
Recepción	15	1	15	
Vestuarios clientes	180	1,0	180	180
Despacho dirección	15	1	15	
Hall entrada y distribución	70	1	70	
TOTAL			280	

Por último, la zona de cabinas, se estima el tamaño de cada una, y con ello su capacidad simultánea.

ZONA THERMAL INDIVIDUAL. ZONA CABINAS

	Medidas orientativas	Tamaño	Número	Total m2	Capacidad pax Simult
Salas Balneación	(3,5/4 m x 2,5/3,5 m)	14	3	42	3
Salas Presión	(5 m x 1,5 m)	8	1	8	1
Salas Ducha circular	(3 m x 1,5 m)	5	2	10	2
Salas MBD	(3,5/4 m x 2,5/3 m)	14	2	28	2
Salas FANGOS	(3,5/4 m x 2,5/3 m)	14	2	28	2
Salas Masajes	(3,5/4 m x 2,5/3 m)	14	6	84	6
Sala de Inhalaciones		14	1	14	4
Zona de Reposo		30	1	30	
Office limpio		10	1	10	
Office sucio		10	1	10	
Aseos		4	2	8	
Estufa Humeda		8	1	8	
Despacho médico		14	1	14	
Pasillos y Zonas Distribución			19%	56	
TOTAL				350	
<i>Pax max /día</i>		267		<i>Pax simultáneas</i>	
				20	

ESTUDIO DE PROYECCIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

d.1.- Hipótesis de explotación

Previsión de Ingresos

En la tabla adjunta se detallan los datos de partida que se toman como base para el estudio.

DATOS DE PARTIDA

BALNEARIO DE ALHAMA DE MURCIA ESTUDIO PREVIO CENTRO THERMAL ACTUALIZACIÓN DIC - 2022

Datos de partida	
M2 CENTRO THERMAL	2.300
M2 LAMINAS DE AGUA	215
m3 agua en piscinas	246

ZONA CABINAS INDIVIDUALES	
% asist cabinas s/asist CIRC	13%
Ticket medio zona individual	20,3 €

ZONA COLECTIVA	
% asist CIRCUITO s/pobl <90m	2%
Ticket medio zona colectiva	15,5 €

Técnicas / Asistencia	1,2
Nº Equipos informáticos	4

HORAS APERTURA CENTRO THERMAL	
HORAS /DÍA	8
DÍAS/SEM	7
Horas refuerzo FS	4
Horas apertura / semana	60
Nº días de apertura	353
Horas/año	3.026
JC/PUESTO	1,68

Previsión IPC anual	2%
Precio KW/hr =	0,30 €
Precio kg pellets=	0,40 €
Precio Kg Gas =	1,00 €
Precio M3 Agua=	1,52 €
Coste lavado kgr Felpa =	1,00 €

ZONA COLECTIVA

PISCINAS	UD	SAUNAS	UD	DUCHAS ZONA COLE	UD
Piscina Activa Superior	2	SECA	2	Duchas Peeling	3
Piscinas 0,90	1	HUMEDA	2	Duchas de esencias	1
Piscina terapeutica (0,60-0,90-1,20)	0			Duchas de contraste	1
Pediluvio	0			Fuente de Hielo	1
Pozza Fria	1			Cubo de contraste	2
TOTAL PISCINAS	4	TOTAL SAUNAS	4	TOTAL DUCHAS	8

m2 Zona COLECT 800

ZONA CABINAS INDIVIDUALES

Nº CABINAS	UD
Bañera Hidromasaje	3
Sala Chorros	1
Sala Ducha Circular	2
Sala Inhalaciones	1
SALAS CAMILLAS MIXTAS	10
TOTAL SALAS	17

m2 zona CAB 350

ZONA DEPORTIVA

ZONA DEPORTIVA		m2
Sala Cardiovascular	1	
Sala Fitness	1	
Salas actividades blandas	1	
TOTAL M2	2	m2 Zona DEPORT 120

m2 Zona DEPORT 120

CIRCUITO TEMATICO

Terma romana/hamman	1,0	m2 Zona TEMATICA
TOTAL M2	150	

m2 Zona TEMATICA 150

	Espacio recomendado
ZONA THERMAL INDIVIDUAL. 2	350 15%
ZONA THERMAL COLECTIVA. 2	800 35%
ZONA DEPORTIVA	120 5%
TERMA ROMANA / HAMMAN	150 7%
ZONAS COMUNES	280 12%
ZONAS TÉCNICAS	600 26%
TOTAL	2.300 m2

Capacidad		
Pax simultaneas		pax/día
20	10%	267
121	59%	484
35	17%	35
30	15%	120
206	pax	906

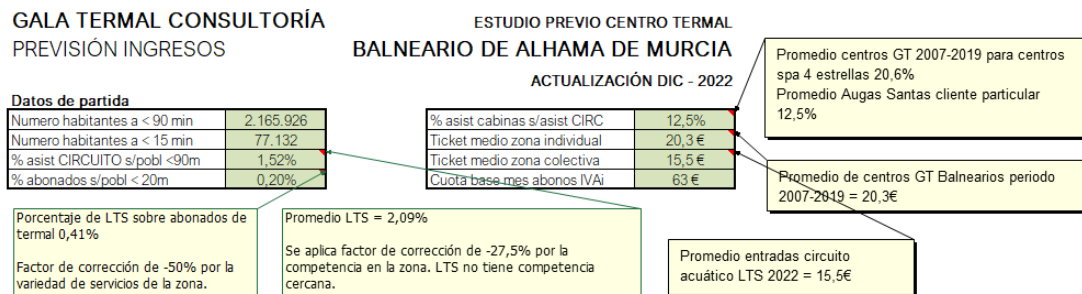
Los ingresos del centro se desglosan para cada área productiva, estimando las asistencias a cada zona y estableciendo el ticket medio para cada zona en base a datos promedios de esa misma tipología de zonas en centros en funcionamiento adscritos a la red Gala Termal.

Así se estiman los porcentajes de asistencia, número de asistencias, tickets medios de cada área de producción y producción para cada zona, excluyendo en todos estos datos el IVA, pues es un estudio de explotación operativa. Se analizan los datos de la zona colectiva, los datos de la zona de circuito tematizado TERMAS ALHAMA, reproducción de los baños históricos, así como las asistencias de abonados y número de abonos, preparados para ofertar a la población local para que a precios reducidos puedan hacer uso habitual y cotidiano de la instalación termal.

El año 1 pretende ser el primer año de funcionamiento de la instalación, y el año 3 el año de madurez de la misma, esto puede suceder en el tercer año de explotación o bien según

aparezcan factores favorables o desfavorables, podría adelantarse o demorarse esa madurez. El año 5 sería un modelo de evolución favorable de la instalación, el cual podría también adelantarse o retrasarse.

Esos factores podrían ser internos, como el tipo de gestión y gestores que lleven el rumbo de la instalación o podrían ser externos. como cambios socioeconómicos a nivel regional o nacional.



En la estimación de asistencias se toma como dato de partida la población residente a menos de 90 minutos del CTAM para calcular las asistencias al centro, y se toma la población residente a menos de 20 minutos de la instalación para calcular el volumen de abonados a la instalación.

Se aplican ratios de uso de este tipo de instalación basados en un mismo tipo de centro (LTS) de propiedad municipal ubicado en Castilla y León y gestionada por Gala Thermal que lleva 10 años operando, y al ser de un tamaño muy parecido puede servir de base para extrapolar algunos datos aplicándoles los oportunos datos de corrección adaptados al destino Alhama de Murcia. Este mismo centro sirve de referencia para estimar la evolución de los primeros años de apertura en cuanto a crecimientos sobre años anteriores.

Para calcular asistencias a zona cabinas individual se aplican datos del Balneario de Aguas Santas, ya que el promedio de centros operativos de Gala Thermal es elevado por la afluencia de usuarios de Termalismo Social. En Alhama el volumen de asistencias de Termalismo Social será inferior a otros Balnearios, al no poder disponer de alojamiento propio en el mismo edificio, lo cual hará que el peso de ese segmento sea inferior a otros centros balnearios.



El ticket medio de zona individual se obtiene del promedio de centros operados por Gala Termal del año 2007 al 2019 en España.

Debido al reciente incremento de costes energéticos, los centros hidrotermales se han visto obligados a subir la tarifa de acceso al circuito. En general han subido las tarifas en el mercado, lo que significa que el promedio de años anteriores no es correcto. Se considera la tarifa promedio de LTS tras la subida de tarifas. Con la tarifa general en 25€ y la tarifa reducida (nocturna y bonos 10) en 17€ (ambas con IVA incluido), el ticket medio neto en el año 2022 fue de 15,5€. Estas tarifas se fijaron tras un estudio de mercado y un análisis de las tarifas de centros similares.

La tarifa para el circuito temático se propone aplicar la misma tarifa de entrada al circuito termal, pero sin descuentos ni tarifas reducidas, solo aplicando una tarifa especial para entradas puntuales con acceso a circuito termal y temático en el mismo día, pudiendo valorarse un descuento sólo para aquellos casos en que se presente el ticket de visita previa al Museo Arqueológico de Alhama.

Para los abonados, se propone aplicar unas tarifas especiales para los residentes en Alhama de Murcia, pues al ser una instalación municipal debe facilitarse ese acceso al alhameño a precios reducidos. Para ello se propone establecer unas cuotas para abonados no residentes y otra para abonados residentes en Alhama que sean reducidas. Cara a poder dar acceso a todos los segmentos de población se recomienda segmentar el horario de abonos para poder así facilitar cuotas de bajo coste que permitan acceder a la instalación a precios muy reducidos. Una estimación inicial de cuotas sería:

- | | |
|---|------------------|
| - Abonado Termal LV (1 Acceso diario de lunes a viernes): | 50€ IVA Incluido |
| - Abonado Termal TD (1 Acceso diario todos los días): | 63€ IVA Incluido |

Residentes en Alhama de Murcia, aplicación de un 30% de descuento.

MATRICULA - 50€ (A abonar en el momento de abonarse cada usuario, de forma obligatoria y común a cualquier modalidad de abono, imprescindible para poder mantener la fidelidad de los usuarios a la instalación)

Con esas tarifas, la estimación de ticket medio por cuota teniendo en cuenta la segmentación de las mismas, los descuentos promocionales que se puedan hacer, los descuentos por unidad familiar y la exclusión del IVA. Se considera un promedio de descuentos del 30%.

El Año 1 podría corresponder al primer año de funcionamiento del centro, los siguientes modelos denominados Año 2 al 5 no tienen por qué corresponder con esos años de funcionamiento de la explotación. Factores socio económicos globales, económicos de la región, a nivel nacional o mundial podrían hacer retrasar esos modelos anuales o incluso adelantarlos. Un buen o un mal trabajo de gestión operativa del centro podrían adelantar o retrasar esos modelos en el tiempo o incluso si la gestión no es la correcta podría llegarse a no conseguir esos datos. Es por ello de vital importancia el escoger una empresa gestora que aporte conocimientos y experiencia en el sector que permitan sacar el máximo rendimiento al centro termal.

La zona individual vincula sus ratios a la asistencia a zona colectiva, en estos primeros años la incidencia de programas terapéuticos de Termalismo Social no va a ser relevante, pues este tipo de programas precisa de servicio de alojamiento y restauración del que no dispone esta instalación. Sería, no obstante, un segmento a trabajar si pudieran establecerse convenios con hoteles cercanos.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS Zona Colectiva					
% asist CIRCUITO s/pobl <60mn	1,1%	1,2%	1,52%	1,6%	1,7%
Nº Asistencias DIRECTAS	23.014	26.302	32.877	34.521	36.165
TOTAL Promedio Asist / día	82	106	128	131	133
% ocupacion circuito	17%	22%	26%	27%	27%
Precio medio Venta / pax	15,5 €	15,5 €	15,5 €	15,5 €	15,5 €
Ventas Zona Colectiva	356.718 €	407.677 €	509.597 €	535.077 €	560.557 €
INGRESOS Circuito Temático					
% asist / Asist CIRCUITO	10,0%	11,5%	13,2%	15,2%	17,5%
Nº Asist CIRCUITO TEMATICO	2.301	3.025	4.348	5.250	6.325
TOTAL Promedio Asist / día	7	9	12	15	18
% ocupacion circuito	5%	7%	10%	12%	15%
Precio medio Venta / pax	15,5 €	15,5 €	15,5 €	15,5 €	15,5 €
Ventas Zona Colectiva	35.672 €	46.883 €	67.394 €	81.378 €	98.042 €
INGRESOS Abonos					
% abonados s/pobl <20min	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Nº Abonos	158	158	158	142	134
Cuota socio	36,4 €	37,2 €	37,9 €	38,7 €	39,5 €
Escalonado captac socios/mes	13	0	0	-1	-1
Promedio socios/mes	85	158	158	149	138
Nº asist/año/ ABONADOS	71	71	78	78	78
Nº Asist ABONADOS	6.044	11.159	12.293	11.628	10.731
Cuota Base IVA incluido	63,0 €	64,3 €	65,5 €	66,9 €	68,2 €
Promedio Dto x tipos de abonos	30%	30%	30%	30%	30%
Ingresos por cuotas	37.338 €	68.931 €	70.310 €	67.754 €	63.814 €
INGRESOS Zona Individual					
% asist cabinas s/asist CIRC	10,1%	11,3%	12,5%	13,1%	14,4%
Nº Total Asistencias	2.330	2.959	4.110	4.531	5.221
Media Asist / día	6,6	8,4	11,6	12,8	14,8
% ocupacion cabinas	2%	3%	4%	5%	6%
Precio medio Venta / pax	20,3 €	20,3 €	20,3 €	20,3 €	20,3 €
Ventas Zona Individual	47.303 €	60.067 €	83.426 €	91.977 €	105.993 €
TOTAL INGRESOS THERMAL					
TOTAL Asistencias THERMAL	33.690	43.444	53.628	55.930	58.443
Media Asist / día	95	123	152	158	166
TOTAL VENTAS THERMAL	477.030 €	583.558 €	730.727 €	776.186 €	828.405 €
Crecimiento		22%	25%	6%	7%

Los datos de ingresos del centro se comparan con ratios promedios de otros centros operando en el sector a nivel de ingresos por número de cabinas disponibles, ingresos por número de puestos en zona circuito y a promedio de ingresos por metro cuadrado. En este comparativo observamos que los datos estarían en esa línea de resultados de otros centros operando en el sector termal en España.

Zona Cabinas	Nº Cab	17				
Promedio Ingresos / Cabina		2.783 €	3.533 €	4.907 €	5.410 €	6.235 €
Promedio Asist / Cabina	137		174	242	267	307
Promedio Centros GT 2007-2019		Ingr/CAB 8.856 €		Asist/CAB 444		

Zona Colectiva	Nº Ptos	121				
Promedio Ingresos / Puesto		3.257 €	3.939 €	4.793 €	4.982 €	5.160 €
Promedio Asist / Puesto	240		310	373	381	388
Promedio Centros Balnº GT 2007-2019		Ingr/PTO 3.456 €		Asist/PTO 360		

Centro Termal	m2	1.700				
Promedio ingresos/m2		281 €	343 €	430 €	457 €	487 €
Promedio Centros Balnº GT 2007-2019		Ingr/m2 322 €				

El volumen de ingresos estará entre 477.000€ en el modelo “Año 1” y 828.405€ en el modelo “Año 2”.

Los ingresos con respecto a las previsiones de 2017 han aumentado, al aumentar los gastos ha propiciado una subida general de las tarifas, y el mercado lo ha asumido así

Previsión de gastos

En el siguiente cuadro se establecen los datos de partida para el estudio:

GALA THERMAL CONSULTORIA PREVISIÓN GASTOS

ESTUDIO PREVIO CENTRO TERMAL BALNEARIO DE ALHAMA DE MURCIA ACTUALIZACIÓN DIC - 2022

Datos de partida

M2 CENTRO TERMAL	1.700
M2 LAMINAS DE AGUA	215
m3 agua en piscinas	246
Tecnicas / Asistencia	1,2
Nº Equipos informáticos	4

Precio KW/hr =	0,30 €
Precio kg pellets=	0,40 €
Precio Kg Gas =	1,00 €
Precio M3 Agua=	1,52 €
Coste lavado kgr Felpa =	1,00 €

HORAS APERTURA CENTRO TEI	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
HORAS /DÍA	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0
DÍAS/SEM	7,0	7,0	7,0	7,0	7,0
Horas refuerzo FS	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Horas apertura / semana	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0
Nº dias de apertura	353	353	353	353	353
Horas/año	3.026	3.026	3.026	3.026	3.026
JC/PUESTO	1,68	1,68	1,68	1,68	1,68
Previsión IPC anual	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%

Para estimar el precio de KW/hr se considera el total de las facturas de electricidad, incluyendo costes fijos, peajes y tasa compensatoria de gas entre el número de Kw consumidos. Años anteriores, el promedio era de 0,15€. La subida último año ha subido el indicador hasta un promedio de 0,36€ Kw/hr. Los últimos meses el promedio a descendido

a 0,32€ Kw/hr, por lo que se toma como referencia 0,30€. Pero es necesario considerar que dado el contexto actual puede variar en los próximos años o incluso meses.

El precio del kg de pellets también ha aumentado, en 2017 se estimaba una tarifa de 0,25€ el kg y actualmente, el promedio de tarifa en los centros operados por Gala Termal es de 0,42€. Se estima una tarifa de 0,40€/kg.

La tarifa de Agua por m3 está basada en las tasas municipales de Alhama de Murcia para abonados industriales trimestrales.

Las horas de apertura de centro termal se establecen en 8 horas diarias con refuerzo viernes y sábados de 2 horas más cada día para permitir un horario nocturno de apertura hasta las 12 de la noche y cubrir un segmento de demanda de público joven más habituado a usar este tipo de horarios. Con ello, la apertura semanal sería de 60 horas. El número de días de apertura al año sería de 353 días, resultantes de abrir todo el año y cerrar únicamente 12 días para tareas de mantenimiento y de limpieza y desinfección según establece la normativa vigente en el REAL DECRETO 865 / 2003, de 4 de julio, por el que se establecen los criterios higiénico - sanitarios para la prevención y control de la legionelosis.

Las horas anuales de apertura quedarían en 3.026, dato necesario para determinar el número de jornadas laborales necesarias para cubrir un puesto de trabajo operativo durante las horas de apertura del centro. Dado que la jornada laboral anual está fijada en 1800 horas, para cubrir un puesto operativo de atención al público durante las 3.026 horas de apertura anuales sería de 1,68. Se estima para el estudio un IPC anual de 2%, que lógicamente deberá tenerse en cuenta para actualizar el estudio antes de su definitiva puesta en marcha.

Gastos de personal

La partida de gastos más importante es la de personal, que supone aproximadamente un 35% de los ingresos generados.

El número de jornadas completas representa el número de trabajadores que se necesitan para cubrir un puesto durante las horas previstas de apertura del centro, Dado que las horas previstas de apertura son 3.026 horas al año y aplicando una jornada laboral de 1.800 horas anuales, se necesitan 1,68 jornadas completas de trabajo para poder cubrir puestos operativos en las áreas de recepción y de zona colectiva.

En el caso de la zona de cabinas las jornadas completas van vinculadas al número previsto de técnicas termales aplicadas en cabina, con una ratio de 2.000 técnicas/año por jornada completa de trabajo, que significaría un rendimiento del 50%, muy razonable de alcanzar con este tipo de instalación

También se contempla como personal propio el de limpieza, mantenimiento y gestión del centro, con una ratio de una jornada completa por cada 1000 m2 de centro, y media

jornada de personal técnico de mantenimiento propio, el resto de tareas de mantenimiento se plantea subcontratarlas, incluyendo esa partida en gastos generales. Se aplica para el cálculo salarial el convenio de instalaciones deportivas, puesto que al no disponer de alojamiento no es aplicable el convenio de hostelería, siendo el convenio de instalaciones deportivas el que mejor se encuadra en este sector de trabajo.

El cálculo del número de trabajadores se estima cubriendo con jornadas parciales de trabajo, que permitan solventar la estacionalidad que tiene la demanda.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Personal	192.949 €	206.335 €	226.892 €	239.094 €	255.427 €
% sobre total INGRESOS	40%	35%	31%	31%	31%
Convenio aplicado	IV Convenio instalaciones deportivas				
Previsión increm salarial anual		3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
Nº Jornadas Completas	9,6	10,0	10,7	11,0	11,4
Nº trabajadores	16	17	18	18	19
Dpto Recepción					
Nº Puestos	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Salario Base Bruto	1.225 €	1.261 €	1.299 €	1.338 €	1.378 €
Total Coste empresa/JC	19.546 €	20.132 €	20.736 €	21.358 €	21.999 €
Nº Jorn Completas	1,68	1,68	1,68	1,68	1,68
PERSONAL RECEPCION	32.856 €	33.841 €	34.857 €	35.902 €	36.979 €
% sobre total INGRESOS	7%	6%	5%	5%	4%
Auxiliares Z Colectiva					
Nº Puestos	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Salario Base Bruto	1.225 €	1.261 €	1.299 €	1.338 €	1.378 €
Total Coste empresa/JC	19.546 €	20.132 €	20.736 €	21.358 €	21.999 €
Nº Jorn Completas	3,36	3,36	3,36	3,36	3,36
Total Dpto	65.712 €	67.683 €	69.713 €	71.805 €	73.959 €
% sobre INGRESOS Circuito	18%	17%	14%	13%	13%
Auxiliares Z Cabinas					
Salario Base Bruto	1.225 €	1.261 €	1.299 €	1.338 €	1.378 €
Total Coste empresa/JC	19.546 €	20.132 €	20.736 €	21.358 €	21.999 €
Nº Técnicas en cabina	2.796	3.551	4.932	5.437	6.266
Nº Jorn Completas teoricas	1,40	1,78	2,47	2,72	3,13
Nº Jorn Completas redondeo	2,0	2,5	3,5	4,0	5,0
Total Dpto	27.327 €	35.742 €	51.131 €	58.063 €	68.919 €
% sobre INGRESOS Cabinas	58%	60%	61%	63%	65%
Auxiliares Limpieza					
Salario Base Bruto	1.225 €	1.261 €	1.299 €	1.338 €	1.378 €
Total Coste empresa/JC	19.546 €	20.132 €	20.736 €	21.358 €	21.999 €
Nº Jorn Completas	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Total Dpto	33.228 €	34.225 €	35.252 €	36.310 €	37.399 €
% sobre total INGRESOS	7%	6%	5%	5%	5%
Auxiliar Mantenimiento					
Salario Base Bruto	1.225 €	1.261 €	1.299 €	1.338 €	1.378 €
Total Coste empresa/JC	19.546 €	20.132 €	20.736 €	21.358 €	21.999 €
Nº Jorn Completas	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Total Dpto	9.773 €	10.066 €	10.368 €	10.679 €	11.000 €
% sobre total INGRESOS	2%	2%	1%	1%	1%
Gestion					
Salario Base Bruto	1.407 €	1.449 €	1.493 €	1.537 €	1.583 €
Total Coste empresa/JC	22.453 €	23.127 €	23.820 €	24.535 €	25.271 €
Nº Jorn Completas	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Total Dpto	22.453 €	23.127 €	23.820 €	24.535 €	25.271 €
% sobre total INGRESOS	5%	4%	3%	3%	3%
Formación y vestuario	1.600 €	1.650 €	1.750 €	1.800 €	1.900 €

Gasto de material y lavandería

Corresponde al gasto en materiales consumibles, se desglosa por áreas de spa en el que supone el 5% de los ingresos de esa área, y el material de limpieza que supone el 0,4% de los ingresos, aplicando para ello ratios de otros centros abiertos y funcionando que dispone Gala Termal.

Gasto Material	25.760	31.512	39.094	41.526	44.320
% sobre total INGRESOS	5%	5%	5%	5%	5%
MATERIAL SPA	23.851	29.178	36.536	38.809	41.420
% sobre INGRESOS SPA	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
LIMPIEZA	1.908	2.334	2.558	2.717	2.899
% sobre TOTAL INGRESOS	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%

El gasto de lavandería corresponde al gasto en lavado de toallas, albornoces y otra lencería habitual en estos centros, como el número de prendas a lavar depende directamente del número de usuarios, va siempre vinculado al número de usuarios y consecuentemente a la producción, cifrándose en el 3% de la misma.

LAVANDERÍA	14.311	17.507	21.922	23.286	24.852
% sobre total INGRESOS	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%

Con el fin de rebajar el impacto medioambiental que supone el lavado de las toallas tras un solo uso, además de la subida del coste de lavandería. En los centros operados de Gala Termal se está cobrando 1,5€ el alquiler de la toalla, para fomentar que cada usuario traiga la suya.

Gasto de suministros

Incluye las partidas de electricidad, energía y gas.

El consumo eléctrico tiene un componente fijo, en cuanto a la electricidad consumida en la depuración de las piscinas, estufas secas, iluminación y climatización. Y un componente variable, dependiendo del número de usos de los elementos activos de la piscina y del consumo en la zona cabinas. A este respecto el consumo fijo es elevado, y a medida que el número de usuarios es mayor, se reparte este gasto entre más usuarios y mayor cantidad de ingresos bajando el porcentaje de este gasto en la medida que hay más usuarios y más producción.

En el caso del combustible el consumo será bajo, pues la mayor parte de la energía se sacará de la termalidad propia del manantial, pues al emerger a 40°C podrá cubrir las demandas energéticas de las piscinas y de las técnicas termales, pero será necesario cubrir con generación de energía la demanda de ACS de las duchas de zona vestuarios y la de climatización del ambiente de la zona de circuito.

El capítulo de agua engloba al consumo de agua sanitaria en la instalación, generado principalmente en las duchas de la zona vestuarios y la necesaria para los aseos, sanitarios y para labores de limpieza. La tarifa del m3 se ha aplicado la tarifa vigente en Tasas municipales del ayuntamiento de Alhama de Murcia para abonados industriales trimestrales, tarifa única en vigor en 2019.

SUMINISTROS	133.378	142.342	151.850	155.937	160.263
% sobre total INGRESOS	28%	24%	21%	20%	19%
ELECTRICIDAD (en €)	105.354	113.334	121.779	125.613	129.645
% sobre TOTAL INGRESOS	22%	19%	17%	16%	16%
precio medio kwh	0,30 €	0,31 €	0,31 €	0,32 €	0,32 €
Usos piscinas	218.816 €	24.777 €	30.912 €	32.727 €	34.565 €
Depuración piscinas	12,310.427 €	10.635 €	10.848 €	11.065 €	11.286 €
Consumo estufas	4820.333 €	20.739 €	21.154 €	21.577 €	22.009 €
Iluminación	1714.403 €	14.691 €	14.984 €	15.284 €	15.590 €
Climatización	4840.327 €	41.134 €	41.956 €	42.795 €	43.651 €
Consumos z cabinas	1,51.049 €	1.358 €	1.924 €	2.164 €	2.543 €
Promedio €/m2 28-44€/m	62 €	67 €	72 €	74 €	76 €
Promedio €/asistencia	3,4 €	2,8 €	2,5 €	2,5 €	2,5 €
COMBUSTIBLE	25.289	25.484	25.688	25.734	25.784
% sobre TOTAL INGRESOS	5%	4%	4%	3%	3%
1.350 kwh/m3 agua piscinas con placas solares, sin placas 40% más					
Pellet + Placas Solares	250	25.289	25.484	25.688	25.734
Gas + Placas Solares	100	26.299	26.787	27.296	27.411
AGUA	2.735	3.523	4.384	4.591	4.834
% sobre TOTAL INGRESOS	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%

Se estima por lo tanto que un 20-25% de los ingresos generados cubrirán la partida de suministros. Un 16-20% del porcentaje, corresponde a gastos en electricidad, que es la segunda partida más alta después del gasto de personal.

Gastos Generales

Este capítulo engloba las partidas de Comunicaciones, Reparaciones, Publicidad y Gastos varios.

En Comunicaciones se incluyen los gastos de telefonía y de informática, referido tanto a equipos informáticos y de control de accesos, como al software de los mismos.

En el capítulo de reparaciones se incluyen los contratos con empresas externas de mantenimiento obligatorio como son:

- Las tareas de limpieza y desinfección para prevención de Legionella, según establece la normativa vigente en el REAL DECRETO 865 / 2003, de 4 de julio, por el que se establecen los criterios higiénico - sanitarios para la prevención y control de la legionelosis
- Laboratorio para realización de analíticas obligatorias establecidas en el Real Decreto 742/2013, de 27 de septiembre, por el que se establecen los criterios técnico-sanitarios de las piscinas y las establecidas en el Real Decreto 865/2003, de 4 de julio, por el que se establecen los criterios higiénico-sanitarios para la prevención y control de la legionelosis
- Empresas para mantenimiento de extintores y sistemas de prevención de incendios
- Empresas para mantenimiento de calderas
- Empresa que haga tareas de tratamientos preventivos en toda la instalación (climatización, piscinas, electricidad, fontanería) Aun así, se incluye una partida para reparaciones, que cada año se va aumentando para cubrir el desgaste de la instalación y que llega al 5% de los ingresos para dedicar a este tipo de tareas, con lo que debe cubrir con holgura este gasto como así lo hace en otras instalaciones similares.

La partida para publicidad se hace a la inversa, dedicando un porcentaje más alto de recursos en el primer año para hacer el lanzamiento y luego consolidarlo en el 3% de los ingresos.

El apartado de gastos varios dentro de gastos generales engloba varias partidas como los gastos de servicios profesionales varios (servicio médico, Gestoría fiscal y laboral, Gestión de tesorería y asesorías técnicas), estos apartados son fijos y no dependen del número de usuarios, variando cada año según previsión de IPC anual

En el apartado de SEGUROS se incluyen los de Responsabilidad Civil y multirriesgo edificio, los de Riesgos laborales

En el apartado de TASAS se incluye la Tasa municipal por recogida residuos sólidos urbanos.

En GASTOS BANCARIOS se incluyen Comisiones banco por domiciliaciones recibos y otras comisiones

A mayores se incluye una partida de 5% para otros gastos menores y gastos imprevistos

Gastos Generales	103.569	120.677	144.612	158.801	174.835
% sobre total INGRESOS	22%	21%	20%	20%	21%
COMUNICACIONES	3.500	3.570	3.641	3.714	3.789
% sobre total INGRESOS	1%	1%	0%	0%	0%
TELEFONO	1.500	1.530	1.561	1.592	1.624
% sobre TOTAL INGRESOS	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
Mantenim INFORMATICA	2.000	2.040	2.081	2.122	2.165
% sobre TOTAL INGRESOS	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
REPARACIONES	23.267	30.537	41.165	50.676	61.441
% sobre total INGRESOS	5%	5%	6%	7%	7%
CONTRATOS MANTENIMIENT	18.496	18.866	19.244	19.628	20.021
% sobre TOTAL INGRESOS	3,9%	3,2%	2,6%	2,5%	2,4%
Limpieza y desinf Legionella	1.231	1.255	1.280	1.306	1.332
Analíticas	4.415	4.504	4.594	4.686	4.779
Extintores	850	867	884	902	920
Calderas	1.800	1.836	1.873	1.910	1.948
Preventivos	10.200	10.404	10.612	10.824	11.041
Otros		0	0	0	0
REPARACIONES	4.770	11.671	21.922	31.047	41.420
% sobre TOTAL INGRESOS	1,0%	2,0%	3,0%	4,0%	5,0%
PUBLICIDAD	25.552	19.241	23.690	25.090	26.692
% sobre total INGRESOS	5%	3%	3%	3%	3%
FOLLETOS, Redes sociales,	1.700	1.734	1.769	1.804	1.840
% sobre TOTAL INGRESOS	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
PUBLICIDAD Y PROMOCION	23.851	17.507	21.922	23.286	24.852
% sobre TOTAL INGRESOS	5,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
VARIOS	51.251	67.329	76.115	79.321	82.913
% sobre total INGRESOS	11%	12%	10%	10%	10%
SERVICIOS PROFESIONALES	30.000	30.600	31.212	31.836	32.473
% sobre TOTAL INGRESOS	6%	5%	4%	4%	4%
Servicios médicos	12.000	12.240	12.485	12.734	12.989
Gestoria Fiscal y RRHH	6.000	6.120	6.242	6.367	6.495
Gestion Tesoreria	6.000	6.120	6.242	6.367	6.495
Asesoría Técnica	6.000	6.120	6.242	6.367	6.495
SEGUROS	3.910	3.988	4.068	4.149	4.232
% sobre TOTAL INGRESOS	0,8%	0,7%	0,6%	0,5%	0,5%
Responsabilidad Civil Edificio	2.890	2.948	3.007	3.067	3.128
Mutua y RRLL	800	825	875	900	950
Otros		0	0	0	0
TASAS	645	645	645	645	645
	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
GASTOS BANCARIOS	2.385	2.918	3.654	3.881	4.142
% sobre TOTAL INGRESOS	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
VARIOS	14.311	29.178	36.536	38.809	41.420
% sobre TOTAL INGRESOS	3%	5%	5%	5%	5%

d.3.- Evaluación de la viabilidad operacional y financiera

El resultado de restar ingresos obtenidos menos gastos da positivo desde el primer año de ejercicio, con un promedio de beneficio de explotación anual operativo antes de amortizaciones, tasas e impuestos de 109.000€ de promedio (7.000€ - 168.000€), con un volumen anual de asistencias en periodo de madurez de la instalación entre 50 y 60 mil. La actualización de este estudio refleja que, a pesar del incremento de gastos, el centro termal y de bienestar en Alhama de Murcia es viable.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedios
TOTAL INGRESOS	477.030 €	583.558 €	730.727 €	776.186 €	828.405 €	679.181 €
TOTAL GASTOS	469.966 €	518.372 €	584.370 €	618.644 €	659.696 €	570.210 €
Beneficio explotación	7.063 € 1%	65.186 € 11%	146.356 € 20%	157.542 € 20%	168.710 € 20%	108.971 € 16%

El nuevo diseño del centro, integrado en el nuevo Parque de la Cubana se adapta a las nuevas necesidades del mercado, en las que se detalla la preferencia por espacios con diseños y arquitecturas que emocionen y los lugares abiertos.

Bibliografía

- Bergara, S. S., & Santos, R. (2021). Turismo de Bienestar: Tendencias y desafíos en tiempos de COVID. *OSTELEA Tourism Management School*.
- CARM. (s.f.). Obtenido de [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=114611&IDTIPO=10&RASTRO=c\\$m122,70](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=114611&IDTIPO=10&RASTRO=c$m122,70)
- Exceltur. (2021). Obtenido de <https://www.exceltur.org/pib-y-empleo-turistico-por-c-c-a-a/>
- Fernández, I. C. (2021). *Conceptualización y Caracterización del Turismo Wellness*. . Sevilla.
- Global Wellness Institute. (2021).
- Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). Obtenido de <https://www.ine.es/>
- Müller y Kaufmann. (2000).
- OMT. (2018).
- Pinos-Navarrete, A. (2022). *Nuevas necesidades y preferencias post-pandemia en el turismo de balneario en España: el caso de Archena (Murcia)*. Granada.
- ReportLinker. (s.f.). Obtenido de <https://www.reportlinker.com/>
- Travellyze Travellers Analysed. (s.f.). Obtenido de <https://travellyze.com/>
- Vilaseca, A. (2020a). *Informe del balneario de Archena 2020*. Balneario de Archena. Murcia.