

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Consecuencias que provoca la Saturación Turística de visitantes en Destinos de Naturaleza de acuerdo a aspectos medioambientales. Caso de Estudio: Baños de Agua Santa, Ecuador

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo


Autor:

Bryan Efraín Fárez Coronel

Juan Pablo García Guevara

Director:

Marcela Alexandra Galarza Torres

ORCID: :  0000-0002-58496059

Cuenca, Ecuador

2023-09-19

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo primordial determinar las consecuencias derivadas de la saturación de visitantes en el destino turístico de naturaleza Baños de Agua Santa - Ecuador, con un enfoque particular en el aspecto medioambiental. A través de una rigurosa observación y análisis de la percepción de los investigadores y de los actores locales, se exploran minuciosamente las implicaciones ocasionadas por la alta afluencia turística en el destino. El estudio se fundamenta en un enfoque observacional del territorio, un análisis exhaustivo de la oferta y la demanda, utilizando fuentes bibliográficas especializadas y entrevistas a los actores clave en la localidad. Además, se lleva a cabo un análisis georeferencial detallado para identificar las concentraciones de turistas según la estacionalidad y sus correspondientes impactos en el entorno.

Los resultados de este estudio, obtenidos de forma concluyente y respaldados por evidencia sólida, revelan las principales consecuencias derivadas de la saturación turística en el entorno medioambiental, permitiendo además cuantificar el nivel de impacto en cada uno de los aspectos investigados. Mediante un análisis meticuloso, se brinda una visión en profundidad de las implicaciones medioambientales ocasionadas por la saturación turística en el destino de Baños de Agua Santa, presentando valiosas recomendaciones prácticas que apuntan a abordar estos desafíos y promover un desarrollo turístico sostenible en el cantón.

Palabras clave: saturación turística, consecuencias, destino de naturaleza, Baños de Agua Santa, turismo



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

The main objective of this study is to determine the consequences derived from the saturation of visitors in the nature tourist destination Baños de Agua Santa - Ecuador, with a particular focus on the environmental aspect. Through rigorous observation and analysis of the perception of researchers and local actors, the implications caused by the high tourist influx in the destination are thoroughly explored. The study is based on an observational approach to the territory, an exhaustive analysis of supply and demand, using specialized bibliographic sources and interviews with key actors in the locality. In addition, a detailed georeferential analysis is carried out to identify the concentrations of tourists according to seasonality and their corresponding impacts on the environment. The results of this study, obtained conclusively and supported by solid evidence, reveal the main consequences derived from tourist saturation in the environmental environment, also allowing to quantify the level of impact in each of the aspects investigated. Through a meticulous analysis, an in-depth view of the environmental implications caused by tourist saturation in the destination of Baños de Agua Santa is provided, presenting valuable practical recommendations that aim to address these challenges and promote sustainable tourism development in the canton.

Keywords: tourism saturation, consequences, natural destination, Baños de Agua Santa, Tourism



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Trabajo de titulación : Consecuencias que provoca la Saturación Turística de visitantes en Destinos de Naturaleza de acuerdo a aspectos medioambientales.
Caso de Estudio: Baños de Agua Santa, Ecuador

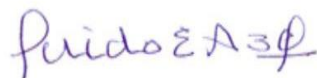
Autores: Bryan Efraín Fárez Coronel - Juan Pablo García Guevara

Directora: Marcela Alexandra Galarza Torres

ORCID: 0000-0002-58496059

Certificado de Precisión FCH-TR-LicTur-349

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 12 de junio de 2023

Elaborado por: GEAV

Abstract en formato MsWord enviado a correo institucional de director/a de trabajo de titulación/UIC y estudiante/s.

Índice de contenido

Dedicatorias	13
Agradecimientos	14
CAPÍTULO I	17
Oferta y demanda Turística del destino Baños de Agua Santa	17
Introducción.....	17
1.1. Descripción de la oferta turística en el Cantón Baños desde fuentes oficiales	18
1.1.1. Infraestructura de Alojamiento.....	19
1.1.2. Restauración	23
1.1.3. Oferta complementaria	26
1.1.4. Transporte turístico.....	26
1.1.4. Productos turísticos	29
1.4.5. Eventos Culturales y Deportivos	31
1.4.6. Perspectivas de los actores locales sobre la oferta turística en Baños	33
1.2. Descripción de la demanda turística del Cantón Baños	35
1.2.1. Demanda turística desde fuentes oficiales	35
1.2.2. Demanda turística desde un análisis propio	37
1.2.2.1. Diseño del estudio	38
1.2.2.2. Variables y preguntas del estudio.....	39
1.2.2.2.1 Género.....	39
1.2.2.2.2. Lugar de procedencia.....	41
1.2.2.2.3. Preferencias de Viaje	42
1.2.2.2.4. Medio de transporte para viajar a Baños.....	44
1.2.2.2.5. Gasto promedio en Baños de Agua Santa	46
1.2.2.2.6. Atractivos y Recursos turísticos de preferencia de los visitantes de Baños de Agua Santa.....	48
1.2.2.2.7. Percepciones de qué se debería mejorar turísticamente en Baños de Agua Santa.....	50
1.2.2.2.8. Tiempo de permanencia en Baños de Agua Santa.....	52
1.2.2.2.9. Tipo de alojamiento de preferencia de los Visitantes de Baños	54
1.2.2.2.10. Motivos de Visita a Baños.....	56
1.2.2.2.11. Fechas de preferencia de los visitantes para ir a Baños	58
1.2.2.2. Resultados del Estudio	59
1.2.3. Perspectivas de los actores locales sobre la demanda turística en Baños	60
1.3 Diagnóstico situacional del turismo en el cantón Baños antes y después de la pandemia por COVID 19.....	62
1.3.1. Reseña de Baños de Agua Santa como destino turístico	62
1.3.2. El impacto del COVID-19 en el turismo de Baños: Análisis comparativo pre y post pandemia	63
1.3.3. El impacto del COVID-19 en el turismo de Baños: Análisis basado en el diagnóstico de los actores locales	66
CAPÍTULO II.....	69
Concentraciones de visitantes en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza del destino, de acuerdo a la estacionalidad.....	69

Introducción.....	69
2.1. Atractivos turísticos de naturaleza en Baños de Agua Santa.....	70
2.1.1. El pailón del Diablo.....	72
2.1.2. La ruta de las cascadas.....	74
2.1.3. La Casa del Árbol.....	77
2.1.4. Los miradores del cerro de las antenas o Illuchi.....	78
2.2. Concentración de visitantes según su estacionalidad	80
2.2.1. Diseño del estudio	82
2.2.1.1. Estudio Georeferenciado Observacional 1: Identificación de las concentraciones de visitantes en el Pailón del Diablo	84
2.2.1.1.1. Ubicación.....	84
2.2.1.1.2. Coordenadas	84
2.2.1.1.3. Período de estudio.....	84
2.2.1.1.4. Tiempo promedio de estadía.....	85
2.2.1.1.5. Puntos de observación estratégicos	85
2.2.1.1.6. Individuos que arribaron en el período de estudio.....	85
2.2.1.1.6.1. Feriado de carnaval	86
2.2.1.1.6.2. Feriado Batalla del Pichincha	87
2.2.1.1.7. Nivel de congestión en las rutas de movilidad.....	89
2.2.1.1.8. Impactos negativos observados	89
2.2.1.1.9. Evidencia fotográfica del Estudio.....	90
2.2.1.2. Estudio Georeferenciado Observacional 2: Identificación de las concentraciones de visitantes en la Ruta de las Cascadas	91
2.2.1.2.1. Ubicación.....	91
2.2.1.2.2. Coordenadas	91
2.2.1.2.3. Período de estudio.....	91
2.2.1.2.4. Tiempo promedio de estadía.....	91
2.2.1.2.5. Puntos de observación estratégicos:	92
2.2.1.2.6. Individuos que arribaron en el período de estudio.....	92
2.2.1.2.6.1. Feriado de Carnaval 2023	92
2.2.1.2.6.2. Feriado de la Batalla del Pichincha 2023	93
2.2.1.2.7. Nivel de Congestión en las rutas de movilidad.....	94
2.2.1.2.8. Impactos negativos observados	95
2.2.1.2.9. Evidencia fotográfica del Estudio.....	96
2.2.1.3. Estudio Georeferenciado Observacional 3: Identificación de las concentraciones de visitantes en La Casa del Árbol	97
2.2.1.3.1. Ubicación.....	97
2.2.1.3.2. Coordenadas	97
2.2.1.3.3. Período de estudio.....	97
2.2.1.3.4. Tiempo promedio de estadía.....	97
2.2.1.3.5. Puntos de observación estratégicos:	97
2.2.1.3.6. Individuos que arribaron en el período de estudio.....	98
2.2.1.3.6.1. Feriado de Carnaval 2023	98
2.2.1.3.6.2. Feriado de la Batalla del Pichincha 2023	99

2.2.1.3.7. Nivel de Congestión en las rutas de movilidad	100
2.2.1.3.8. Impactos Negativos observados	101
2.2.1.3.9. Evidencia fotográfica del Estudio	102
2.2.1.4. Estudio Georeferenciado Observacional 4: Identificación de las concentraciones de visitantes en los principales Miradores del Cerro de las Antenas	103
2.2.1.4.1. Ubicación.....	103
2.2.1.4.2. Coordenadas	103
2.2.1.4.3. Período de estudio	103
2.2.1.4.4. Tiempo promedio de estadía	103
2.2.1.4.5. Puntos de observación estratégicos:	103
2.2.1.4.6. Individuos que arribaron en el período de estudio	104
2.2.1.4.6.1. Feriado de Carnaval 2023	104
2.2.1.4.6.2. Feriado de La Batalla del Pichincha 2023	105
2.2.1.4.7. Nivel de congestión en las rutas de movilidad.....	106
2.2.1.4.8. Impactos Negativos observados	107
2.2.1.4.9. Evidencia fotográfica del estudio	109
2.2.2. Resultados Generales del Estudio.....	110
2.3 Ordenanzas municipales que rigen en torno a la actividad turística en el cantón Baños de Agua Santa.....	117
2.3.1. Ordenanza que regula la gestión ambiental provincial y el ejercicio de sus facultades como autoridad ambiental de aplicación responsable en la provincia de Tungurahua.	118
2.3.2. Ordenanza que regula Tarabitas y Canopy en el Cantón Baños de Agua Santa.....	119
2.3.3. Ordenanza de operación turística de aventura	119
2.3.4. Ordenanza que regula el funcionamiento de bares, discotecas, salas de baile y peñas en el Cantón Baños de Agua Santa	120
2.3.5. Ordenanza que regula la actividad y el servicio de transporte terrestre turístico en el cantón Baños de Agua Santa.	121
2.4 Análisis del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Baños en torno al desarrollo turístico	122
CAPÍTULO III.....	125
Percepciones sobre los efectos medioambientales generados por la saturación turística por parte de los actores locales del territorio.....	125
Introducción.....	125
3.1. Percepciones de los líderes de las Comunidades locales	126
3.1.1. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del aire por parte de los líderes de las comunidades de Baños.....	127
3.1.2. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del agua por parte de los líderes de las comunidades de Baños.....	128
3.1.3. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del suelo por parte de los líderes de las comunidades de Baños.....	129
3.1.4. Percepciones de los impactos del turismo en los servicios públicos por parte de los líderes de las comunidades de Baños	130
3.1.5. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad de vida de los	

residentes por parte de los líderes de las comunidades de Baños	131
3.1.6. Percepciones de los impactos del turismo en la biodiversidad por parte de los líderes de las comunidades de Baños	132
3.1.7. Percepciones de los impactos del turismo en las infraestructuras por parte de los líderes de las comunidades de Baños	133
3.1.8. Percepciones de las concentraciones excesivas de visitantes por parte de los líderes de las comunidades de Baños	134
3.1.9. Percepciones de los impactos del turismo en el patrimonio natural por parte de los líderes de las comunidades de Baños	135
3.2. Percepciones de los representantes de los gremios turísticos.....	136
3.2.1. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del aire por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños.....	136
3.2.2. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del agua por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños.....	137
3.2.3. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del suelo por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños.....	138
3.2.4. Percepciones de los impactos del turismo en los servicios públicos por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños	139
3.2.5. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad de vida de los residentes por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños	140
3.2.6. Percepciones de los impactos del turismo en la biodiversidad por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños	141
3.2.7. Percepciones de los impactos del turismo en las infraestructuras por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños.....	142
3.2.8. Percepciones de las concentraciones excesivas de visitantes por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños	143
3.2.9. Percepciones de los impactos del turismo en el patrimonio natural por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños.....	144
3.3. Percepciones de las autoridades de turismo de Baños de Agua Santa	145
3.3.1. Percepciones de los impactos del turismo en el patrimonio natural por parte de las autoridades de turismo de Baños.....	145
3.3.2. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del agua por parte de las autoridades de turismo de Baños.....	146
3.3.3. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del suelo por parte de las autoridades de turismo de Baños.....	147
3.3.4. Percepciones de los impactos del turismo en los servicios públicos por parte de las autoridades de turismo de Baños	148
3.3.5. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad de vida de los residentes por parte de las autoridades de turismo de Baños	149
3.3.6. Percepciones de los impactos del turismo en la biodiversidad por parte de las autoridades de turismo de Baños	150
3.3.7. Percepciones de los impactos del turismo en las infraestructuras por parte de las autoridades de turismo de Baños.....	151
3.3.8. Percepciones de las concentraciones excesivas de visitantes por parte de las autoridades de turismo de Baños	152
3.3.9. Percepciones de los impactos del turismo en el patrimonio natural por parte de las autoridades de turismo de Baños.....	153
3.4. Cuantificación general de las percepciones de afecciones medioambientales	

derivadas de la saturación turística por parte de actores del turismo de Baños	154
3.4.1. El turismo y la calidad del aire	154
3.4.2. El turismo y la calidad del agua	155
3.4.3. El turismo y la calidad del suelo	156
3.4.4. El turismo y la sobrecarga en los servicios públicos	157
3.4.5. El turismo y la calidad de vida de los residentes	158
3.4.6. El turismo y la biodiversidad	159
3.4.7. El turismo y las infraestructuras	160
3.4.8. El turismo y la saturación de visitantes	161
3.4.9. El turismo y el respeto al patrimonio natural	162
3.4.10. Análisis de la cuantificación de los resultados	163
Conclusiones	165
Recomendaciones.....	169
Referencias Bibliográficas.....	172
Anexos.....	182
Diseño aprobado del Trabajo de Integración Curricular	182
Anexos del Capítulo I.....	197
Consolidado Cantonal de establecimientos de alojamiento	197
Consolidado establecimientos de restauración	205
Oferta Complementaria	215
Consolidado entretenimiento nocturno	217
Consolidado Operadoras e intermediación	220
Cálculo de la muestra para la encuesta sobre la demanda turística desde un estudio de los investigadores	227
Modelo de Entrevista Semiestructurada	228
Transcripciones de entrevistas realizadas a los actores locales del turismo en Baños de Agua Santa.....	229
Anexos del Capítulo 2.....	272
Inventario de atractivos turísticos de naturaleza del Cantón Baños de Agua Santa.....	272
Fichas de los Lugares turísticos del estudio georeferencial observacional.....	277
Pailón del Diablo	277
Casa del árbol	283
Ruta de las Cascadas	289
Manos de Dios	295
Evidencia fotográfica extendida de los estudios georeferenciales para determinar concentraciones de visitantes	301
Pailón del Diablo	301
Casa del Árbol.....	302
Megapark Río Blanco	303
Miradores del cerro de las antenas y centro de Baños	304
Congestión vehicular	305
Anexos del Capítulo 3.....	307
Modelo de Encuesta a los actores del turismo de Baños de Agua Santa.....	307

Índice de figuras

Ilustración 1: Tipo de Alojamiento.....	20
Ilustración 2: Categorías de alojamiento.....	22
Ilustración 3: Porcentaje de establecimientos de alimentos y bebidas.....	24
Ilustración 4: Categorías de establecimientos de alimentación y bebida.....	26
Ilustración 5: Clasificación de operación e intermediación.....	29
Ilustración 6: Variable de género.....	39
Ilustración 7: Con quien normalmente prefieren viajar a Baños de Agua Santa.....	42
Ilustración 8: Para viajar, ¿qué medio de transporte prefiere?.....	44
Ilustración 9: ¿Qué lugares le gustaría visitar en Baños?.....	48
Ilustración 10: ¿Qué cree que debería mejorar Baños en relación a la actividad turística?.....	50
Ilustración 11: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en Baños de Agua Santa?.....	52
Ilustración 12: ¿En qué tipo de alojamiento le gustaría descansar?.....	54
Ilustración 13: ¿Cuál sería el motivo de visitar Baños de Agua Santa?.....	56
Ilustración 14: Análisis basado en actores locales.....	66
Ilustración 15: Vista del Pailón del Diablo desde la nueva entrada.....	72
Ilustración 16: Ruta de las Cascada.....	74
Ilustración 17: Megapark Río Blanco	76
Ilustración 18: La casa del Árbol	77
Ilustración 19: Las Manos de Dios	79
Ilustración 20: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo.....	86
Ilustración 21: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo.....	87
Ilustración 22: Mapa de Calor de las concentraciones de visitantes.....	88
Ilustración 23: Concentraciones de visitantes del Pailón del Diablo.....	90
Ilustración 24: Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo.....	92
Ilustración 25: Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo.. ..	93
Ilustración 26: Mapa de Calor de las concentraciones de visitantes en Mega Park Río Blanco.....	94
Ilustración 27: Concentraciones de visitantes del Megapark Río Blanco	96

Ilustración 28: Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo.....	98
Ilustración 29: Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo.....	99
Ilustración 30: Mapa de Calor de las concentraciones de visitantes.....	100
Ilustración 31: Concentraciones de visitantes en la Casa del Árbol.....	102
Ilustración 32: Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo.....	104
Ilustración 33: Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo.....	105
Ilustración 34: Mapa de Calor de las concentraciones de visitantes	106
Ilustración 35: Concentraciones de visitantes en las Manos de Dios.....	109
Ilustración 36: Red de percepción de calidad del aire por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	127
Ilustración 37: Red de percepción de calidad del agua por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	128
Ilustración 38: Red de percepción de calidad del suelo por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	129
Ilustración 39: Red de percepción de sobrecarga en los servicios públicos por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	130
Ilustración 40: Red de percepción de la disminución en la calidad de vida de los residentes locales por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	131
Ilustración 41: Red de percepción de la disminución en la biodiversidad de la región por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	132
Ilustración 42: Red de percepción de la sobrecarga en las infraestructuras de Baños por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	133
Ilustración 43: Red de percepción de concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	134
Ilustración 44: Red de percepción de la falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región por parte de líderes de comunidades de la localidad.....	135
Ilustración 45: Red de percepción de la calidad del aire por parte de los referentes de turismo.....	136
Ilustración 46: Red de percepción de la calidad del agua por parte de los referentes de turismo.....	137
Ilustración 47: Red de percepción de la calidad del suelo por parte de los referentes de turismo.....	138
Ilustración 48: Red de percepción de la sobrecarga en los servicios públicos por parte de los referentes de turismo.....	139
Ilustración 49: Red de percepción de la disminución de calidad de vida de los residentes locales por parte de los referentes de turismo.....	140

Ilustración 50: Red de percepción de la disminución de la biodiversidad de la región por parte de los referentes de turismo.....	141
Ilustración 51: Red de percepción de la sobrecarga en la infraestructura de Baños por parte de los referentes de turismo.....	142
Ilustración 52: Red de percepción de la concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de los referentes de turismo.....	143
Ilustración 53: Red de percepción de la falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región por parte de los referentes de turismo.....	144
Ilustración 54: Red de percepción de la calidad del aire por parte de las autoridades de turismo.....	145
Ilustración 55: Red de percepción de la calidad del agua por parte de las autoridades de turismo.....	146
Ilustración 56: Red de percepción de la calidad del suelo por parte de las autoridades de turismo.....	147
Ilustración 57: Red de percepción de la sobrecarga en los servicios públicos por parte de las autoridades de turismo.....	148
Ilustración 58: Red de percepción de disminución en la calidad de vida de los residentes locales por parte de las autoridades de turismo.....	149
Ilustración 59: Red de percepción de la disminución en la biodiversidad de la región por parte de las autoridades de turismo.....	150
Ilustración 60: Red de percepción de la sobrecarga en las infraestructuras de Baños por parte de las autoridades de turismo.....	151
Ilustración 61: Red de percepción de la concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de las autoridades de turismo.....	152
Ilustración 62: Red de percepción de la falta de respeto al patrimonio natural de la región por parte de las autoridades de turismo.....	153
Ilustración 63: Gráfico pregunta 1.....	154
Ilustración 64: Gráfico pregunta 2.....	155
Ilustración 65: Gráfico pregunta 3.....	156
Ilustración 66: Gráfico pregunta 4.....	157
Ilustración 67: Gráfico pregunta 5.....	158
Ilustración 68: Gráfico pregunta 6.....	159
Ilustración 69: Gráfico pregunta 7.....	160
Ilustración 70: Gráfico pregunta 8.....	161
Ilustración 71: Gráfico pregunta 9.....	162

Índice de tablas

Tabla 1: <i>Tipo de alojamiento</i>	19
Tabla 2: <i>Categoría de alojamiento</i>	21
Tabla 3: <i>Clasificación de establecimientos alimentos y bebidas</i>	23
Tabla 4: <i>Categoría alimentos y bebidas</i>	25
Tabla 5: <i>Consolidado Transporte turístico</i>	27
Tabla 6: <i>Clasificación de operadoras e intermediación</i>	28
Tabla 7: <i>Fechas de celebraciones Baños de Agua Santa</i>	32
Tabla 8: <i>Variable de Género</i>	40
Tabla 9: <i>Lugar de Procedencia</i>	41
Tabla 10: <i>Con quien normalmente prefieren viajar a Baños de Agua Santa</i>	43
Tabla 11: <i>Para viajar, ¿qué medio de transporte prefiere?</i>	45
Tabla 12: <i>¿Cuánto estaría dispuesto a gastar para realizar turismo?</i>	46
Tabla 13: <i>Promedio de gasto</i>	47
Tabla 14: <i>¿Qué lugares le gustaría visitar en Baños?</i>	49
Tabla 15: <i>¿Qué cree que debería mejorar Baños en relación a la actividad turística?</i>	51
Tabla 16: <i>¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en Baños de Agua Santa?</i>	53
Tabla 17: <i>¿En qué tipo de alojamiento le gustaría descansar?</i>	55
Tabla 18: <i>¿Cuál sería el motivo de visitar Baños de Agua Santa?</i>	57
Tabla 19: <i>¿Cuál cree usted que es la mejor temporada para visitar Baños de Agua Santa?</i>	58
Tabla 20: <i>Nivel de presión sonora en dB aceptada dentro del Cantón</i>	113
Tabla 21: <i>Presión sonora en carretera Pelileo - Baños</i>	114
Tabla 22: <i>Presión sonora en Balneario Santa Clara</i>	115
Tabla 23: <i>Presión sonora en Fábrica Agoyán</i>	116

Dedicatorias

Dedico este trabajo a todas las personas que creyeron en mí y en mis capacidades, empezando por mis padres y hermanos. Su apoyo incondicional, paciencia, tiempo y ayuda a lo largo de estos años han sido fundamentales en mi camino.

Agradezco su paciencia y por cubrirme cuando necesitaba tiempo para realizar una tarea o un trabajo. Gracias por cada comida, almuerzo o desayuno, que me brindaron fuerza para seguir adelante.

A mis compañeros y amigos, quienes siempre estuvieron allí, horas y horas, trabajando juntos en las tareas, aguantando las críticas cuando el trabajo no estaba perfecto y compartiendo la alegría al obtener una buena calificación. Todo ese esfuerzo y sacrificio ha dado sus frutos.

Dedico este trabalho e agradeço sinceramente a Iza, por sua influência positiva em minha trajetória acadêmica. É inegável que sua presença e encorajamento foram determinantes para que eu recuperasse a confiança em mim mesmo e vislumbrasse meu potencial como profissional.

Y a todos aquellos que contribuyeron directa o indirectamente, este trabajo es gracias a ustedes y para ustedes.

Efraín Fárez Coronel

Este estudio está dedicado a quienes siempre estuvieron apoyando mi crecimiento, mis padres, hermanas y hermano que han sido un pilar fundamental en la realización de un camino de logros para mí. El apoyo y tolerancia que he percibido de parte de quienes me rodean han logrado que todo este esfuerzo dé frutos.

Un agradecimiento a mis amigos y pareja, que gracias a ellos y su constante paciencia, ayuda y soporte me han motivado a culminar con todo lo que me propongo, a más de hacer que el estrés y cansancio sean mucho más llevables. Y a quienes han sumado así sea un poco en este estudio que espero abra la intriga de conocimiento de más investigadores.

Juan Pablo García Guevara

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me han acompañado y brindado su apoyo en la realización de esta tesis. Sin su paciencia, tiempo y aliento, este logro no habría sido posible.

En primer lugar, deseo agradecer a mis queridos padres, Efraín y Esperanza, y a mis hermanos Leonela Nataly y Joel. Su constante apoyo, comprensión y paciencia fueron fundamentales en cada etapa de este proceso. Gracias por estar a mi lado y por creer en mí.

Mi gratitud se dirige también a la profesora Alexandra Galarza, mi directora de tesis. Agradezco sinceramente su orientación experta, valiosos consejos y dedicación en cada paso de esta investigación. Su liderazgo fue fundamental para dar forma y mejorar este trabajo.

Quiero agradecer especialmente a mi compañero de tesis, Juan. Su colaboración, conocimientos y esfuerzo fueron imprescindibles para llevar a cabo esta investigación. Trabajar juntos fue una experiencia enriquecedora y gracias a su apoyo pudimos alcanzar nuestros objetivos.

Mi reconocimiento se extiende a la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, así como a todos los profesionales que me brindaron su ayuda y apoyo a lo largo de esta Carrera, agradezco su disposición para compartir sus conocimientos y experiencias, lo cual contribuyó significativamente al desarrollo de este trabajo.

No puedo dejar de mencionar a mis compañeros y amigos de la carrera. Su apoyo, aliento y colaboración hicieron una diferencia importante en mi trayectoria académica. Gracias por estar ahí en los momentos difíciles y por celebrar juntos los logros alcanzados.

Quiero expresar mi agradecimiento especial a Iza, la persona que me incentivó a retomar mis estudios. Gracias por tu apoyo constante, por ser mi fuente de inspiración y por creer en mis capacidades. Tu apoyo fue fundamental en este proceso.

Por último, quiero extender mi agradecimiento a todas las personas que participaron en este proyecto de investigación, ya sea aportando datos, brindando su colaboración o dedicando su tiempo para ayudarme. Su contribución fue invaluable y su generosidad es un testimonio del poder del trabajo en equipo y la colaboración.

Efraín Fárez Coronel

Primero que nada mi agradecimiento a quienes me inculcaron la motivación por el estudio, quienes han sido los motores para poder convertirme en lo que soy ahora que son mis padres, Gerardo y Gloria. Gracias por enseñarme a perseverar en todo y siempre conseguir lo que deseo.

A mis hermanas Gabriela y Fernanda quienes se han convertido en ejemplos a seguir de esfuerzo y dedicación por lograr lo que se proponen. A mi hermano David quien me ha acompañado en todo este camino y vida, gracias a quien he aprendido a ser paciente y buscar mis sueños, para mi alguien muy admirable.

Gracias a Daniela, quien me ha motivado a lograr más de lo que esperaba, siempre dándome aliento y demostrando que sí se puede más de lo que me propongo. Su constante apoyo han sido fundamentales para lograr mis objetivos en todo ámbito. Gracias a la confianza que ha puesto en mí en este proceso.

Quienes fueron parte de todo el transcurso universitario y se han convertido en mis amigos Pablo y Camilo, quienes han facilitado que este objetivo haya sido lleno de momentos y alegría y lleguen a formar parte de mi vida, gracias por todos los consejos y todo el apoyo.

Agradezco también a Efraín, mi compañero de tesis, que fue gracias a él que se pudo completar este estudio, quien gracias a su conocimiento y perseverancia fuimos capaces de culminar con lo que se buscaba.

Por último quisiera agradecer a quien nos guió en todo este camino, la PhD. Alexandra Galarza, quien nos pudo orientar y aconsejar a lo largo de este estudio, también nos propició conocimientos necesarios para completar nuestros objetivos, estoy muy agradecido con su ayuda y perseverancia con nosotros.

Juan Pablo García Guevara

CAPÍTULO I

Oferta y demanda Turística del destino Baños de Agua Santa

Introducción

Desde una perspectiva conceptual, la oferta turística se refiere a los bienes y servicios que están disponibles para los consumidores en el lugar al que se desplazan para realizar actividades turísticas, y que influyen directamente en sus preferencias y elecciones de destino (Ayaviri et al., 2017). Estos bienes y servicios incluyen la capacidad técnica para satisfacer los deseos de los visitantes, los precios del mercado y los ingresos generados por la oferta turística (Ayaviri, Quispe, Sánchez, 2017).

Según Flores y Barroso (2012), la demanda turística no solo implica el desplazamiento de los individuos hacia los diferentes destinos, sino también su estancia en los mismos, incluyendo todos los bienes y servicios que se requieren durante el viaje, desde la salida de su lugar de residencia hasta su llegada y estadía en el destino. Estos bienes y servicios incluyen, entre otros, el alojamiento, la restauración y las actividades que se realizan en el destino.

La demanda turística está directamente relacionada con la cantidad de productos turísticos que los potenciales consumidores y visitantes están dispuestos a adquirir a un precio determinado en un momento específico (Ayaviri et al., 2017). Además, la oferta y la demanda turística están estrechamente relacionadas, ya que la última es atraída por los productos turísticos de un lugar, lo que genera un mayor interés por visitarlo. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el exceso de visitantes en un atractivo turístico puede derivar en la concentración de visitantes, lo que puede generar problemas de congestión y deterioro en el destino.

Es importante destacar que el producto turístico es una parte esencial de la demanda, ya que su promoción tiene un impacto significativo en la atracción de visitantes. El producto turístico se define como la combinación de los atractivos, productos y servicios turísticos disponibles en un lugar determinado, junto con un programa de promoción adecuado dirigido a los consumidores potenciales, un plan de distribución eficaz y una estructura de precios que se ajuste a las características del mercado objetivo (Organización Mundial del Turismo, 2019). Por lo tanto, para lograr una oferta turística atractiva y competitiva, es fundamental contar con una oferta variada de productos y servicios turísticos, una estrategia de promoción efectiva y un enfoque en las necesidades y deseos de los consumidores potenciales. La combinación

adecuada de estos elementos permitirá a los destinos turísticos satisfacer las demandas del mercado y alcanzar el éxito en la industria turística.

La oferta turística en el Cantón Baños es sumamente diversa y atractiva para todo tipo de turistas. Desde la aventura extrema hasta la relajación en aguas termales, Baños ofrece una amplia variedad de actividades y lugares para visitar. Su ubicación privilegiada en la cordillera de los Andes, rodeado de Montañas y ríos, convierte al Cantón en un lugar ideal para practicar deportes al aire libre como rafting, canyoning, escalada, parapente y senderismo. Además, sus aguas termales y spas son ideales para aquellos que buscan un descanso y una experiencia de relajación. La cultura y la gastronomía también forman parte de la oferta turística, con lugares históricos y restaurantes que ofrecen platos típicos de la región (Ministerio de Turismo, 2018). Todo esto hace que Baños de Agua Santa sea un destino turístico muy completo y atractivo en Ecuador.

En este primer capítulo del estudio se llevó a cabo un análisis detallado de la oferta y la demanda de visitantes. Para ello, se empleó una revisión bibliográfica exhaustiva que incluyó la consulta de documentos de relevancia, como catastros turísticos, Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, y otros documentos oficiales locales relacionados con el tema de estudio. Además, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con las autoridades correspondientes al sector turístico del cantón en cuestión con el objetivo de profundizar en los datos obtenidos en relación a la oferta y la demanda turística. Este análisis permitió identificar las principales características que conforman la oferta turística de la zona de interés, así como conocer de manera detallada el comportamiento del mercado turístico local en términos de demanda y tendencias de consumo.

1.1. Descripción de la oferta turística en el Cantón Baños desde fuentes oficiales

De acuerdo con el análisis expuesto en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón, se determina que el turismo se ha desarrollado inicialmente en base a una actividad turística de carácter religioso, para posteriormente evolucionar hacia un modelo de turismo extremo y de aventura, adaptado de modelos de venta, lo que ha generado una demanda sostenida y un fuerte régimen de visitas gracias a la innovación en la oferta turística. En efecto, el PDOT (2019) establece que la oferta turística del cantón se basa en cinco actividades principales: Alojamiento, Recreación, Agencias, Alimentación y Artesanías. Se destaca que el cantón ha sido pionero en la implementación de iniciativas de Turismo Sostenible, contando con más de cien atractivos

turísticos que se han convertido en pilares económicos de la zona desde los años 90 y que han sido objeto de particularización a lo largo del tiempo.

1.1.1. Infraestructura de Alojamiento

Según lo establecido en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) de 2019 para Baños de Agua Santa y los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo en su Consolidado Nacional de 2020, la oferta de alojamiento y su infraestructura en el cantón pueden ser analizadas en base a la clasificación de los tipos de alojamiento disponibles. En la sección de anexos del capítulo 1, se ofrece el registro completo de establecimientos. El consolidado nacional 2020 presenta un total de 148 establecimientos de alojamiento, con una sumatoria total de 7158 plazas para pax, el desglosado de estos establecimientos se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 1

Tipo de alojamiento

ALOJAMIENTO	
Hostal	106
Hostería	9
Hotel	25
Casa de Huéspedes	7
Campamento Turístico	1
Total	148
Total de plazas	7158

Tabla N° 1

Título: Tipo de alojamiento

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

El análisis de la tabla mostrada anteriormente dan como resultado un total de 148, en donde su mayoría hacen referencia a hostales con un total de 106 establecimientos, lo que corresponde a 71,5%, seguidos por un total de 25 hoteles que corresponden únicamente a un 16,9% de establecimientos de alojamiento por último, los establecimientos de tipo Campamento Turístico, con únicamente 1 establecimiento de este tipo, que corresponde únicamente al 0,7%, los valores presentados en porcentajes se presentan en la ilustración 1, lo que demuestra una perspectiva del total de establecimientos de alojamiento, clasificado porcentualmente por su ocupación en el territorio:

Ilustración 1

Tipo de Alojamiento

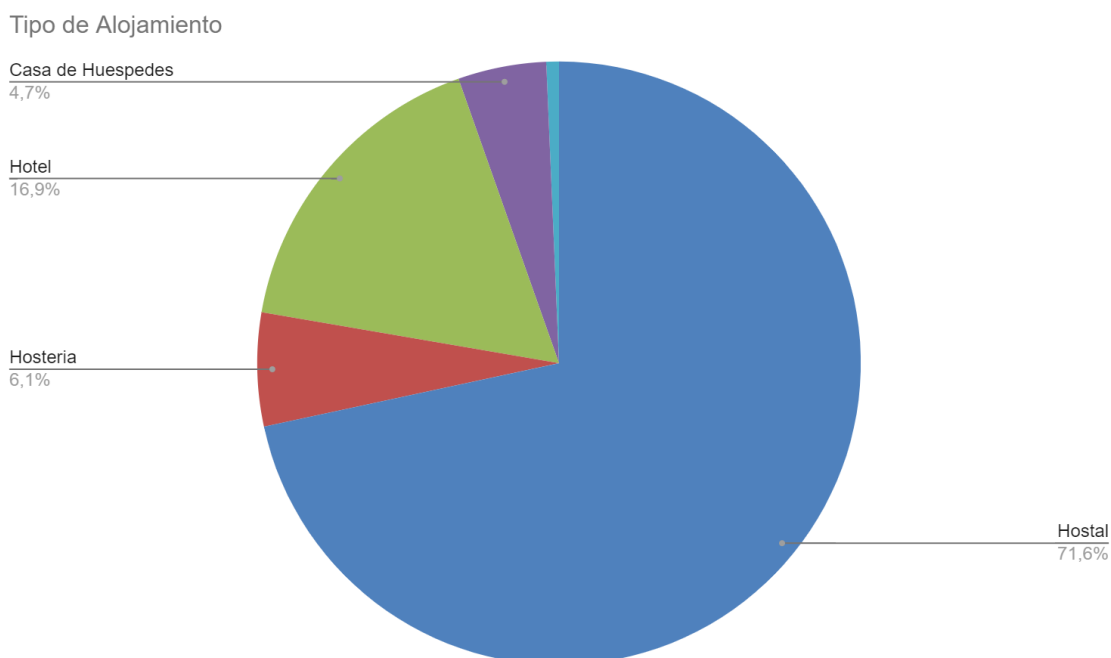


Ilustración N° 1

Título: Tipo de alojamiento

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

Tabla 2*Categoría de alojamiento*

Categoría	
1 Estrella	90
2 Estrellas	36
3 Estrellas	9
4 Estrellas	4
5 Estrellas	1
Categoría Única	8

Tabla N° 2**Título:** Categoría de alojamiento**Autor:** Efraín Fárez - Juan García**Fuente:** Ministerio de Turismo**Fecha:** 2020

El análisis de la infraestructura de alojamiento en Baños de Agua Santa, basado en los datos del Consolidado Nacional de 2020 proporcionados por el Ministerio de Turismo, revela una interesante distribución de establecimientos según su categoría. Se pueden identificar distintas categorías que reflejan la calidad y los servicios ofrecidos por cada uno de ellos. En primer lugar, se encuentran los establecimientos de una estrella, que representan la categoría más común con un total de 90. Estos establecimientos ofrecen servicios básicos y una experiencia sencilla de hospedaje. Les siguen los de dos estrellas, con 36 en total, que se caracterizan por proporcionar un nivel de confort y servicios un poco más elevado.

La categoría de tres estrellas cuenta con 9 establecimientos, lo que indica una oferta más refinada y una atención especializada para los huéspedes. Por otro lado, los establecimientos de cuatro estrellas, con un total de 4, ofrecen servicios de alta calidad y una experiencia de

hospedaje más lujosa y exclusiva. Destacando la excelencia en alojamiento, encontramos un establecimiento de cinco estrellas, que ofrece un nivel de servicio y comodidad excepcionales para aquellos que buscan una experiencia de hospedaje de lujo. Además de las categorías mencionadas anteriormente, se registra un total de 8 establecimientos bajo la categoría única. Estos establecimientos pueden ofrecer características distintivas y únicas que los diferencian del resto.

Ilustración 2

Categorías de alojamiento

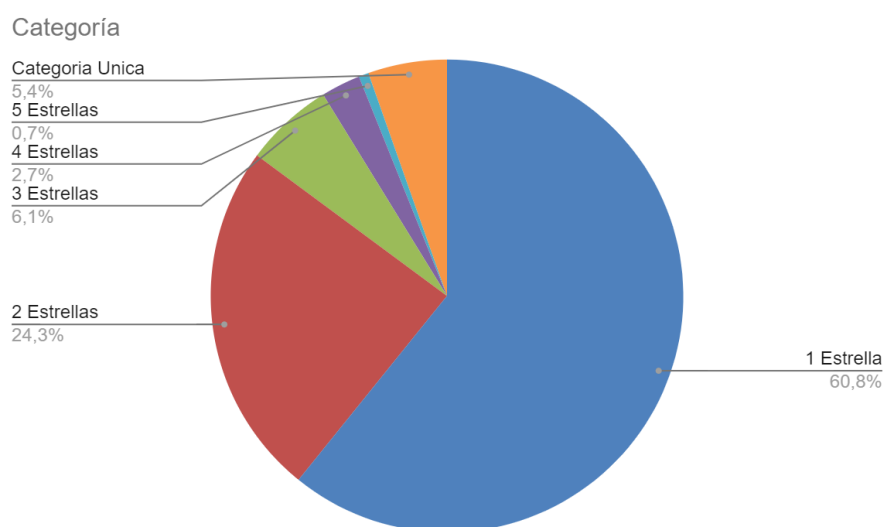


Ilustración N° 2

Título: Categoría de alojamiento

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

Por otra parte, como se observa en la ilustración 2, los establecimientos de categoría 1 estrella son los de mayor predominancia en la zona, representando más del 60% del total de establecimientos en el territorio, mientras que los establecimientos de categoría 2 estrellas corresponden a aproximadamente el 24%. Finalmente, se encuentra únicamente un establecimiento de categoría 5 estrellas, el cual corresponde al Samari Spa. Además, se cuenta con ocho establecimientos de categoría única, los cuales son referidos como Casas de Huéspedes y Campamentos Turísticos.

Según el Catastro Nacional de Establecimientos Turísticos de 2020, Baños de Agua Santa dispone de un total de 7158 plazas de alojamiento (Consolidado nacional, 2020), las cuales son ofertadas por los establecimientos mencionados anteriormente. Los precios de estas plazas pueden oscilar entre 10 y 250 dólares por noche. Se destaca que todos los sectores del cantón, exceptuando la parroquia de Ligua, cuentan con una oferta significativa de establecimientos de alojamiento.

1.1.2. Restauración

De acuerdo al Ministerio de Turismo en el Consolidado Nacional del año 2020, la oferta de locales de restauración, sin contar con los establecimientos de fabricación de dulces artesanales, así como melcochas y dulces de guayaba. Se puede encontrar detallada en la tabla de los anexos del capítulo 1, llamada consolidado de establecimientos de restauración.

Para su simplificación y una mejor explicación de la tabla de anexos, se generó agrupaciones por la clasificación en la que se haya cada establecimiento de alimentos y bebidas, tiene como resultado la siguiente tabla:

Tabla 3

Clasificación de establecimientos alimentos y bebidas

Alimentos y bebidas	
Restaurantes	133
Fuente de sodas	14
Discoteca	10
Bar	21
Cafetería	25
Establecimiento Móvil	2
Total	205

Tabla N° 3

Título: Clasificación de establecimientos alimentos y bebidas

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

El análisis realizado permitió identificar seis categorías diferenciadas de proveedores de servicios de restauración en Baños de Agua Santa, siendo estas: restaurantes, fuentes de sodas, discotecas, bares, cafeterías y establecimientos móviles. En la zona se ha determinado que existe un total de 205 establecimientos dedicados a la alimentación y bebidas. Predominantemente, la categoría que cuenta con mayor cantidad de establecimientos son los restaurantes, con un total de 133, lo que representa más del triple de los establecimientos correspondientes a las demás categorías. A su vez, las cafeterías se presentan como la segunda categoría más concurrida, con un total de 24 establecimientos. Por su parte, los establecimientos móviles registran el menor porcentaje del total, correspondiendo a apenas dos establecimientos. Estos datos son presentados de forma gráfica en la siguiente figura, la cual ilustra de manera clara el porcentaje correspondiente a cada categoría en relación con el total de establecimientos:

Ilustración 3

Porcentaje de establecimientos de alimentos y bebidas

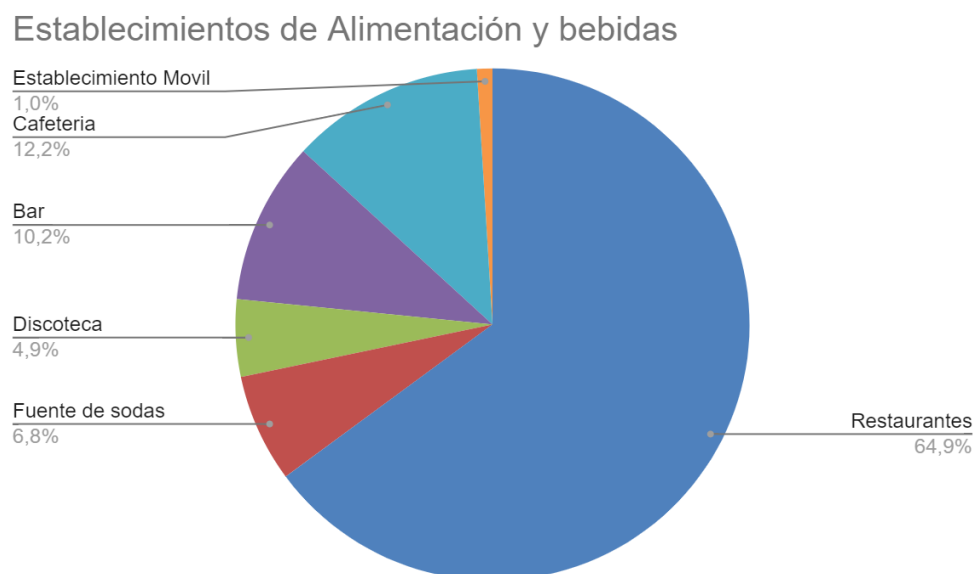


Ilustración N° 3

Título: Porcentaje de establecimientos de alimentación y bebidas

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

La ilustración 3, muestra la distribución porcentual de los establecimientos de alimentos y bebidas según su tipo en la zona de Baños de Agua Santa. De acuerdo con la información proporcionada, se observa que el 64,9% de los establecimientos corresponden a restaurantes, mientras que el 12% se atribuye a cafeterías, el 10% a bares y el 1% a establecimientos móviles. Estos últimos se clasifican en una categoría única, mientras que los demás establecimientos se dividen en cuatro categorías jerárquicas, desde la primera hasta la cuarta, de acuerdo con los criterios que se describen a detalle en la tabla adjunta:

Tabla 4

Categoría alimentos y bebidas

Categoría	
Primera	14
Segunda	22
Tercera	143
Cuarta	24
Categoría Única	2

Tabla N° 4

Título: Categoría alimentos y bebidas

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

El análisis detallado de los datos revela una vasta variación entre categorías de establecimientos de alimentación. La tercera categoría destaca como la más frecuente, registrando un total de 143 establecimientos, lo que representa el 68% del total. Le siguen en número la cuarta categoría con 24 registros y la segunda categoría con 22 registros, alcanzando en conjunto el 21% del total. Por otro lado, los establecimientos móviles, que cuentan con una categorización única, son los menos numerosos, presentando únicamente 2 registros, lo que equivale al 1% del total. Estos datos se ilustran de forma clara y visual en

el gráfico adjunto, proporcionando una representación visual de la distribución de las categorías de establecimientos de alimentación en estudio.

Ilustración 4

Categorías de establecimientos de alimentación y bebida

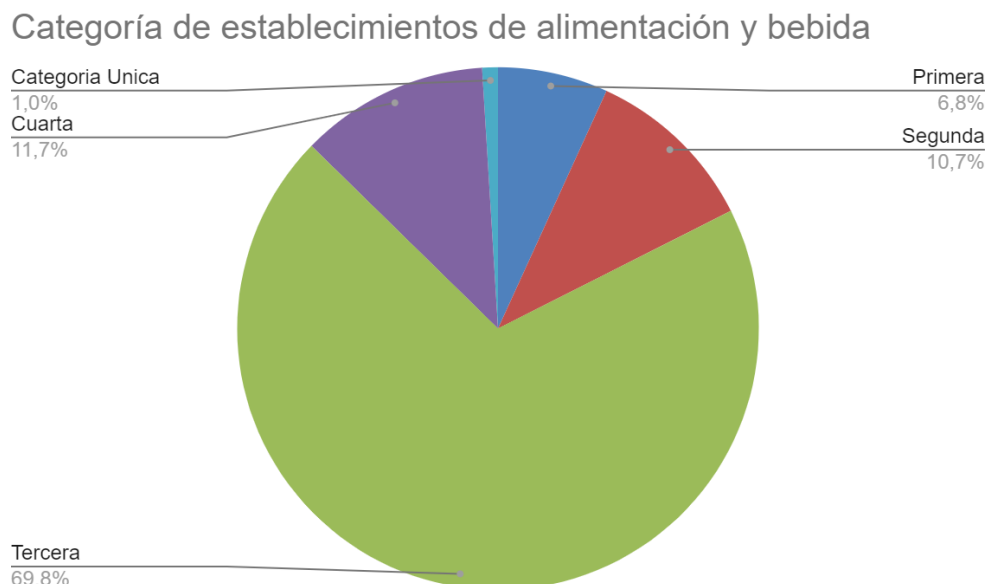


Ilustración N° 4

Título: Categorías de establecimientos de alimentación y bebida

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

1.1.3. Oferta complementaria

Gracias a sus atractivos naturales, Baños de Agua Santa es el lugar ideal para realizar deportes de aventura, sin embargo, dentro de la oferta complementaria del cantón podemos encontrar el turismo termal y el turismo de aventura como se describe en la tabla de anexos de esta sección. El desglose total; de establecimientos de diversión nocturno con los nombres distintivos de cada local comercial, su actividad, el cómo se clasifica y la categoría en la que se establece también se encuentra en anexos.

1.1.4. Transporte turístico

De acuerdo al Ministerio de turismo en Baños de Agua Santa se cuenta con un total de 6 compañías de transporte turístico, las cuales se encuentran enumeradas en la siguiente tabla:

Tabla 5

Consolidado Transporte turístico

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría
			Servicios
TRANS RABBIT S.A	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Transp.Terres.Turis .
CAÑA MANDUR VIAJES Y SERVICIOS TURÍSTICOS	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Servicios Transp.Terres.Turis .
NAUCOCINTOUR	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Servicios Transp.Terres.Turis .
TRANSINFINITOUR S. A.	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Servicios Transp.Terres.Turis .
PITITIGTOUR CIA. LTDA.	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Servicios Transp.Terres.Turis .
SIN FRONTERAS TRAVEL	Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Servicios Transp.Terres.Turis .

Tabla N° 5

Título: Consolidado transporte turístico

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

Lo que muestra la tabla anterior es la actividad, su clasificación y su categoría, en la que se puede constatar que las 6 compañías presentes en el cantón sirven de servicios de transporte únicamente terrestre, las cuales se mencionan se encuentran vinculadas al turismo en su totalidad.

En base a un análisis de campo se pudo constatar que el transporte turístico se hace prioritariamente en base al movimiento de *chivas* las cuales se encuentran vinculadas directamente al terminal turístico de chivas *El Volcán*, los mismos que ofertan diferentes paquetes turísticos y todas las comodidades para los turistas y el disfrute de las actividades.

1.1.5. Operadoras e intermediación

Las operadoras turísticas en Baños de Agua Santa se clasifican en agencias de viaje internacionales, operadores turísticos, agencias de viajes duales y agencias de viajes mayoristas. Lo que se tiene detallado en la tabla de los anexos correspondiente al consolidado de operadoras e intermediación según su actividad y clasificación. A continuación, se ofrece un compendio general por tipo de agencia:

Tabla 6

Clasificación de operadoras e intermediación

Operaciones e intermediación	
Agencias de viajes internacionales	1
Operadores turísticos	83
Agencia de viajes dual	8
Agencia de viajes mayorista	1
Total	93

Tabla N° 6

Título: Clasificación de operadoras e intermediación

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

La tabla anterior muestra en su totalidad la cantidad de agencias divididas según su clasificación. Se tiene presente que casi en su totalidad son operadores turísticos, con un total de 83 establecimientos, lo que corresponde aproximadamente al 89% de su totalidad en el cantón, seguida por las demás clasificaciones que juntos suman únicamente 10 establecimientos que corresponde de igual manera al 11 % aproximado del restante porcentaje. En su totalidad se sumarían 93 establecimientos de operación e intermediación. Los detalles porcentuales se encuentran graficados en la siguiente ilustración:

Ilustración 5

Clasificación de operación e intermediación

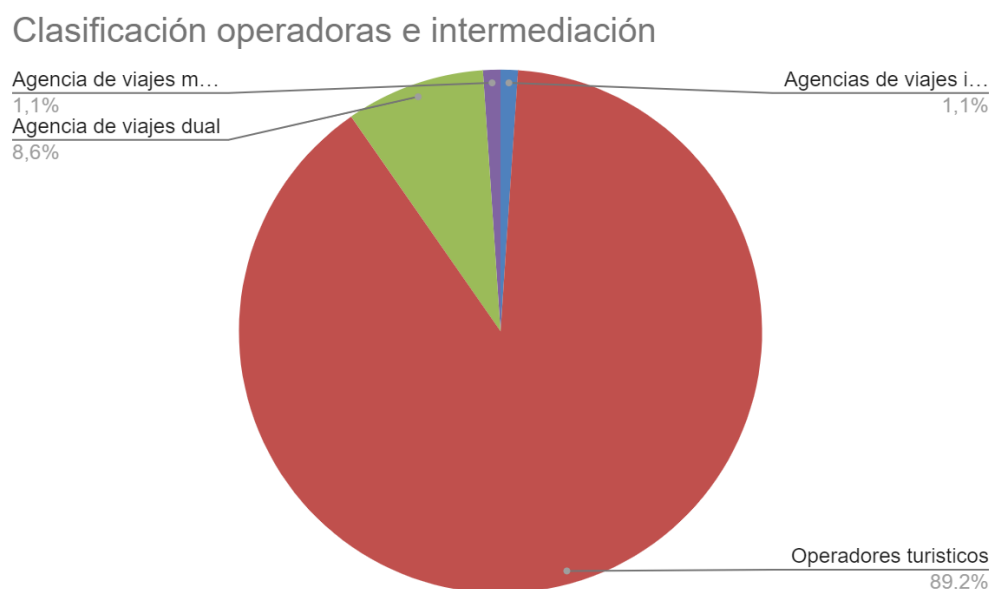


Ilustración N° 5

Título: Clasificación de operación e intermediación

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

1.1.4. Productos turísticos

Entre los productos ofertados por las operadoras turísticas del sector, encontramos: “Baños de Agua Santa” el cual consta de la visita del Pailón del Diablo, tarabita sobre el río Pastaza,

canopy, kamikaze, fábrica de dulces tradicionales, casa del árbol y columpio del fin del mundo. El estado en el que se encuentra este producto turístico es consolidado, enfocándose en el turismo de aventura y ecoturismo.

La ruta turística Lligua – Ulba cuenta con la visita de los siguientes atractivos:

Río San Pablo, Encañonado zona baja de la parroquia Lligua, Centro Lligua – Iglesia, Eco Zoológico San Martín, Zoo acuario serpentario y aves exóticas, Cascada Inés María, Sendero San Francisco. El estado de la ruta turística es inicial, por lo general las rutas armadas tienen un valor de entre \$4 - \$7 dólares, en donde el ingreso a los diferentes atractivos será aparte de la ruta establecida, en disposición de los usuarios, en donde su mayoría tiene un valor promedio de \$2 dólares y el costo del Ecozoológico San Martín es de \$3,50 dólares adultos y \$2 dólares niños.

En base a lo extraído del PDOT (2019) del cantón Baños de Agua Santa, se cuenta con un total de:

- 23 cascadas como atractivos naturales
- 13 atractivos de deportes extremos
- 26 atractivos naturales a parte de cascadas

Se presenta un gran índice de atractivos en base a las artesanías de la localidad con fines comerciales, así como en la urbe y en las afueras del cantón, habiendo presencia de bisutería tradicional. En referencia al primero, se toma en cuenta la fabricación de anillos, collares, aretes, llaveros y demás. En lo general esta clase de bisutería también se destaca en ebanistería, esencialmente fabricación de muebles y cofres taraceados, además, es un territorio por excelencia de fabricación de guitarras a nivel mundial. Por otra parte, en el pasaje conocido como pasaje artesanal Ermita de la Virgen, ubicado en el centro de la cabecera cantonal, es en donde se puede encontrar un gran referente de artesanías, como ya fue mencionado se puede encontrar “bisutería, adornos de madera y balsa, objetos decorativos en piedra volcánica, fachadas de casas en miniatura y demás” (Vive Tungurahua, 2022)

Por otro lado, la gastronomía tradicional, la fabricación de dulces típicos y bebidas se comercializan alrededor de todo el cantón como una de las atracciones endémicas artesanales de los locales (PDOT, 2019). Se empieza por el jugo de caña, que se produce en base a la caña de azúcar. La melcocha que es una mezcla entre la panela y el dulce en un elaborado procedimiento para generar la textura de la distinguida melcocha, el conocido como sánduche *cóctel* que es la mezcla de jugo de caña acompañado de un poco de aguardiente,

el camote en caldo de carne, en donde se diferencia el camote como un tubérculo acompañando al conocido caldo de carne y también vale nombrar al conocido licor *Caldo de gallina* el cual es un licor a base de el mismo caldo de gallina y de res (Vive Tungurahua, 2022).

En base al Gobierno Provincial de Tungurahua (2022) las principales conocidas como *huecas gastronómicas* del cantón son las siguientes:

- Las Delicias de Mamá Susy
- El Librillo de Doña Elisa Guevara
- Frituras y morcillas de María Paca
- Granizado de Caña en la Casa Dorada
- Hueca de los Dichos
- Sánduches Baneños de Teresa Limaico
- Cuyes Elvita
- Empanadas de Carmita
- Dulcería el Guayabal
- Dulcería "La Selecta"
- Cafetería y Heladería Fenix Oasis

1.4.5. Eventos Culturales y Deportivos

En base al análisis de la página web Vive Tungurahua del gobierno provincial de Tungurahua se generó el calendario Festivo de Baños de Agua Santa, donde se demuestra únicamente festividades a realizarse del territorio, sin tomar en cuenta celebraciones nacionales y demás celebraciones, la siguiente tabla refleja las festividades a celebrar propiamente en el cantón, cabe mencionar que se las describe de una manera general:

Tabla 7

Fechas de celebraciones Baños de Agua Santa

Fecha	Celebración
Enero	Fiesta del Retorno
Febrero o Marzo	Carnaval
Mayo	Mes de Deportes y Aventura
Agosto	Mes de las Artes y La Cultura
Septiembre	Mes del Turismo
Octubre	Mes de la Fe
Diciembre	Mes de la Confraternidad Baneña

Tabla N° 7

Título: Fechas de celebraciones Baños de Agua Santa

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Gobierno provincial del Tungurahua

Fecha: 2022

La tabla anterior muestra de forma englobada las festividades que se celebran en Baños de Agua Santa, tomando en cuenta las festividades resaltantes a nivel cantonal, a más de eso, el cantón suele ser sede para festejar eventos deportivos, siendo anfitrión de la 2da fecha de la Copa Sudamericana de Downhill en el año 2019, además, como la promoción de la campaña de 3 días con Mario Roman 74, conductor profesional de enduro (GAD-Baños, 2019).

1.4.6. Perspectivas de los actores locales sobre la oferta turística en Baños

Esta sección constituye una recopilación de las perspectivas de los representantes de la dirección de turismo de la cámara de turismo, los gremios turísticos y los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) parroquiales, en relación a la oferta turística. Estos actores fueron seleccionados debido a su capacidad para aportar datos estadísticos y una visión personal de la oferta turística. Se llevó a cabo una consulta con el objetivo de obtener información sobre los atractivos y recursos turísticos de mayor concurrencia, el número de visitantes y la evolución de la demanda en los últimos años.

Luis Chávez (2023), Técnico de Turismo del Municipio de Baños de Agua Santa y María Isabel Molina (2023), Asistente Técnica de la Cámara de Turismo de Baños de Agua Santa coinciden en destacar los atractivos turísticos naturales y culturales de la zona, como la Casa del Árbol y el Pailón del Diablo. Ambos mencionan que se lleva a cabo una promoción activa de estos atractivos a través de diferentes medios, incluyendo la difusión en redes sociales, promociones y alianzas estratégicas con entidades gubernamentales y no gubernamentales a nivel nacional e internacional. Asimismo, resaltan la presencia de una planta turística diversa, con numerosos establecimientos turísticos registrados (alrededor de 685) y una considerable cantidad de alojamientos a través de Airbnb (alrededor de 1000 registros).

Sin embargo, se presentan algunas discrepancias entre los actores. María Isabel Molina menciona la falta de regulación y categorización de los atractivos turísticos en Baños, lo cual ha generado problemáticas en la plaza turística. Destaca que el Ministerio de Turismo ha estado trabajando para solucionar este problema, pero aún existen vacíos legales en este aspecto. Por otro lado, Carmen Luna (2023), presidenta de la Cámara de Turismo, menciona que debido a la pandemia se han generado nuevos productos turísticos, incluyendo atractivos turísticos, sitios y restaurantes, con el objetivo de diversificar la oferta turística en la ciudad. Esta perspectiva no es abordada por María Isabel Molina.

En cuanto a la información proporcionada por Luis Chávez (2023), técnico de turismo del municipio de Baños de Agua Santa, se destaca la existencia de un catastro turístico que abarca los segmentos de alojamiento, alimentos y bebidas, operación turística y transporte turístico. Menciona que hay alrededor de 380 servicios turísticos registrados, los cuales cumplen con la normativa del Ministerio de Turismo. Además, enfatiza que Baños se destaca por el turismo de aventura, actividades al aire libre y deportes extremos, lo cual constituye una atracción principal para los turistas que visitan la zona. Esta perspectiva no es abordada por los representantes anteriores.

De acuerdo con las perspectivas de Stalin Díaz (2023), administrador de la Terminal de las Chivas y representante de cuatro empresas de transporte turístico, y de Iván Fiallos (2023), Gerente de Mega Adventure Park y representante de atractivos turísticos, se confirma que la pandemia tuvo un impacto negativo en los negocios turísticos de Baños. Ambos destacan la importancia del turismo para la ciudad y coinciden en la implementación de nuevos emprendimientos y la promoción de nuevos sitios turísticos como estrategias para revitalizar la industria.

En cuanto a los atractivos turísticos, Iván Fiallos menciona específicamente las aguas termales, la fe religiosa en la Virgen de Agua Santa, así como la presencia de montañas y caminatas como atractivos populares. Además, destaca que actividades como los paseos en chivas son especialmente atractivas para turistas de diferentes regiones. También resalta la geografía del lugar, con la presencia de ríos como el río Blanco y el río Pastaza, como factores que atraen a turistas en busca de aventuras únicas.

Los representantes de los gremios turísticos de Baños coinciden en el impacto negativo de la pandemia en la industria turística local y en la implementación de nuevas estrategias y promoción de sitios turísticos para revitalizarla. Además, Iván Fiallos aporta información adicional sobre los atractivos turísticos de Baños, como las aguas termales, la fe religiosa en la Virgen de Agua Santa, las montañas, las caminatas y la presencia de ríos, que atraen a turistas de diferentes regiones en busca de experiencias únicas.

Las perspectivas de Hugo Tostón (2023), Presidente del GAD Parroquial de la parroquia Lligua, Alexander Luna (2023), Presidente del GAD Parroquial de Ulba, William Freile (2023), presidente del GAD Parroquial de Río Verde, y Diego Santamaría (2023), presidente del GAD Parroquial de Río Negro, revelan tanto coincidencias como discrepancias en relación a la demanda turística. Coinciden en resaltar los atractivos turísticos de cada parroquia, como las famosas "Las Manos de Dios" en Lligua y el Pailón del Diablo en Río Verde. Además, reconocen la importancia de promover el turismo rural, la gastronomía local y las actividades

al aire libre, como las rutas de senderismo y la práctica de deportes extremos, para atraer a los visitantes.

Sin embargo, se presentan discrepancias en términos de la forma de estimar la afluencia de turistas. Mientras Gabriela Santamaría, Directora de Turismo del Cantón Baños de Agua Santa, menciona el uso del sistema de registro de entradas de piscinas como una estimación estadística, no se menciona esta metodología en las perspectivas de los representantes de los GAD parroquiales. Esto indica una divergencia en las prácticas de recolección de datos y seguimiento de la demanda turística.

Además, se destaca la necesidad de implementar más activos turísticos en ciertas parroquias para diversificar la oferta y potenciar el destino. William Freile, presidente del GAD Parroquial de Río Verde, reconoce esta necesidad, mientras que otros representantes no hacen mención específica sobre este aspecto. Esto muestra una discrepancia en la visión sobre el desarrollo y la oferta turística de las distintas parroquias.

El análisis de las perspectivas de los actores del turismo en Baños evidencia concordancias en relación a la valoración de los atractivos turísticos y el reconocimiento de la relevancia económica del turismo en la zona. Existe un consenso general en torno a la riqueza y variedad de los atractivos naturales y culturales de Baños, lo cual constituye un punto de partida sólido para el desarrollo turístico. Asimismo, se destaca la importancia de promover y revitalizar la industria turística local como motor de la economía.

No obstante, se presentan discrepancias en varios aspectos. Por un lado, las diferencias en la regulación de los atractivos turísticos señalan la necesidad de un marco normativo claro y efectivo que garantice la preservación de los recursos y la calidad de la experiencia turística. Además, la divergencia en la metodología de estimación de la demanda plantea desafíos en términos de recopilación de datos precisos y estandarizados, lo cual es esencial para una adecuada planificación y toma de decisiones en el sector turístico.

1.2. Descripción de la demanda turística del Cantón Baños

1.2.1. Demanda turística desde fuentes oficiales

La demanda turística representa un concepto de suma importancia en el ámbito del turismo, ya que es una parte esencial del sistema turístico. En términos generales, se refiere a la imperiosa necesidad de los turistas por consumir productos y servicios que satisfagan sus

carencias y necesidades. No obstante, es importante mencionar que este concepto varía en función de las diversas disciplinas y enfoques. Desde una perspectiva geográfica, la demanda turística en Baños de Agua Santa está integrada por aquellos individuos que, desplazándose de su lugar de residencia habitual, buscan hacer uso de los productos, servicios e instalaciones turísticas disponibles en el Cantón. Por su parte, la disciplina psicológica analiza la demanda turística en función del punto de vista del consumidor, es decir, del turista (Pulido y Saez, 2011). Especial atención se presta al estudio de su comportamiento y motivaciones para viajar. A su vez, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), identifica la demanda turística como el gasto total que realiza un individuo durante su estancia en el destino y su viaje.

Para este trabajo de investigación, se utilizará este concepto de demanda turística, tomando en cuenta tanto las perspectivas geográficas como psicológicas, así como la visión de la OMT, con el fin de comprender y analizar la demanda turística en Baños de Agua Santa.

Resulta de vital importancia conocer el perfil del turista para adecuar los productos turísticos del destino a sus requerimientos. Aspectos como la edad, procedencia, tiempo de estancia, capacidad económica y situación familiar, entre otros, conforman el perfil del turista y permiten comprender sus necesidades y expectativas para diseñar productos turísticos atractivos y relevantes. Además, es necesario destacar que los flujos turísticos están determinados por diversos factores, como las condiciones climáticas favorables, la proximidad geográfica, el precio y la situación política, entre otros (Araújo Pereira & de Sevilha Gosling, 2017). Dichos factores pueden actuar como impulsores o limitadores del turismo y han influido en el éxito de Baños como destino turístico en la región interandina ecuatoriana.

El Ministerio de Turismo de Ecuador es la entidad encargada de recopilar y generar información sobre la actividad turística en el país (Ministerio de Turismo, 2020). Esta información se obtiene mediante la realización de muestreos por provincia, seleccionando un porcentaje representativo del total de establecimientos turísticos (Ministerio de Turismo, 2020). Sin embargo, en el caso de Baños de Agua Santa, la recopilación de datos se realiza a través de la cámara de turismo local, que ha implementado estrategias para llevar un registro de los turistas que visitan el destino (Santamaría, 2023). Para ello, se han habilitado registros en empresas de alojamiento, así como en los atractivos turísticos, tanto públicos como privados, y en la oficina de información turística. No obstante, estas cifras no reflejan con exactitud la demanda turística real, ya que los datos obtenidos a partir de las empresas de alojamiento no incluyen a aquellos turistas que optan por hospedarse en establecimientos informales, como casas Bed & Breakfast o Airbnb. Además, estas empresas no están

obligadas a proporcionar información sobre sus huéspedes, lo que limita aún más la precisión de los datos (Chávez, 2023).

No obstante, a pesar de estas limitaciones, se ha tratado de crear un perfil del turista que visita el cantón, con el fin de comprender las motivaciones que impulsan a los turistas a elegir este destino. Además, el análisis de la demanda turística y de los factores que influyen en ella es crucial para el desarrollo sostenible del turismo en el cantón, y para aprovechar al máximo su potencial como destino turístico de renombre en la región (Araújo Pereira & de Sevilha Gosling, 2017).

A partir de la rigurosa recolección de datos de las fuentes oficiales mencionadas anteriormente, se puede elaborar el perfil de los turistas que optan por visitar la localidad de Baños de Agua Santa. Estos visitantes tienen como objetivo principal sumergirse en el entorno natural y aventurero, aprovechando los diversos atractivos turísticos que brinda el cantón. Respecto a la edad, si bien se observan turistas de todas las edades, la mayoría de ellos corresponden a jóvenes y adultos que buscan aventura y exploración (Chávez, 2023).

En cuanto a su origen, los visitantes son una combinación de turistas nacionales y extranjeros, destacando los argentinos, colombianos, estadounidenses y peruanos como algunos de los principales visitantes internacionales. En relación a la duración de la estancia, los turistas suelen optar por estancias de entre uno y cinco días, si bien este período puede variar en función del tipo de turismo que se practique. Por ejemplo, en el caso del turismo de aventura, la estancia mínima suele ser de 3 días, mientras que en el turismo familiar puede durar incluso medio día. En cuanto al presupuesto, los visitantes que eligen Baños de Agua Santa tienen un amplio rango de capacidad económica, desde aquellos que buscan opciones de hospedaje económicas hasta los que optan por alojamientos de lujo (GAD Baños de Agua Santa, 2019).

Es así que de manera general, el segmento de mercado turístico que elige como destino Baños de Agua Santa se distingue por su preferencia por el ecoturismo y el turismo de aventura, así como por su heterogeneidad en cuanto al origen geográfico y el nivel de gasto. La duración media de la visita depende del tipo de actividad turística que se realice, siendo mayor para las modalidades que implican mayor contacto con el entorno natural y menor para las que se centran en el disfrute de los servicios turísticos del Cantón.

1.2.2. Demanda turística desde un análisis propio

Como complemento al análisis anteriormente presentado, se llevó a cabo un estudio de campo mediante encuestas con el propósito de recopilar datos de primera mano sobre la demanda turística en Baños de Agua Santa. Este estudio tuvo como objetivo obtener

información acerca de las características de los visitantes, sus motivaciones para viajar a este destino y su percepción de los servicios turísticos, entre otros aspectos relevantes. Los resultados obtenidos permitieron obtener una visión más completa de la demanda turística local.

Sin embargo, se optó por realizar un estudio propio debido a las limitaciones encontradas en la información proporcionada por fuentes oficiales en algunos aspectos específicos. Esta situación es común en diferentes campos, incluyendo el turismo, donde las fuentes oficiales a menudo brindan datos generales y estadísticas amplias que no profundizan en temas específicos, como el comportamiento de los turistas en un destino particular o el impacto del turismo en las comunidades locales. Por lo tanto, la realización de este estudio propio resulta valiosa para llenar los vacíos de información y proporcionar una comprensión más completa y detallada de ciertos aspectos del turismo en Baños de Agua Santa. Cabe aclarar que el estudio fue complementario y sus resultados no son generalizables.

1.2.2.1. Diseño del estudio

El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo correlacional y de corte transversal, con el objetivo de analizar la demanda turística en el cantón de Baños de Agua Santa. Para ello, se utilizó una muestra aleatoria simple infinita (ver anexos del capítulo 1) con estratificación según la ciudad de origen diferente a Baños y sistematización, compuesta por una muestra representativa de 384 personas (León & Montero, 1997), quienes respondieron a un cuestionario de preguntas mediante la plataforma KoboToolbox. Con el propósito de asegurar la representatividad de la muestra, se decidió realizar el muestreo de manera que el 70% de las encuestas se llevaron a cabo en la ciudad de Cuenca, mientras que el 30% restante se realizó en la ciudad de Ambato. Esta estrategia permitió considerar las diferencias demográficas y turísticas entre ambas ciudades, siendo Cuenca seleccionada debido a que es la ciudad de residencia de los investigadores y Ambato elegida por ser el principal punto de llegada de turistas antes de dirigirse a Baños.

Para el cálculo de la muestra se usó la fórmula de muestra aleatoria infinita con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 0,05, tal como se menciona en el estudio realizado por León y Montero (1997). La selección de los puntos de encuesta se realizó de manera estratégica, abarcando diversas áreas tanto de Ambato como de Cuenca. En Ambato, se llevaron a cabo encuestas en lugares estratégicos como el parque central, la avenida Simón Bolívar, el mercado central, el shopping Multiplazas y el terminal terrestre de la ciudad. Por su parte, en Cuenca se realizaron encuestas en puntos de gran afluencia turística y popular como el Parque Abdón Calderón, las ferias de la Avenida 12 de abril, la Plaza del Otorongo,

la Plaza del Vado, el Parque de la Madre y el Cuartel Dávalos en un feriado. Estos lugares fueron seleccionados debido a su alta concurrencia de turistas y por ser puntos de referencia reconocidos en las ciudades, desde la perspectiva de los investigadores.

Una vez recolectados los datos, se llevó a cabo un análisis exhaustivo utilizando la plataforma KoboToolbox, la cual proporcionó funcionalidades para descargar los datos en formato PDF y Excel. Esto facilitó el procesamiento y la visualización de los resultados obtenidos. Se realizó un análisis gráfico de cada una de las preguntas planteadas, permitiendo una representación visual clara y concisa de los hallazgos. Es importante destacar que se implementó un criterio de inclusión en el estudio, en el cual se consultó a las personas si habían visitado previamente Baños de Agua Santa. Aquellos participantes que no habían tenido experiencia directa en el destino no fueron considerados para responder la encuesta, garantizando así la pertinencia y relevancia de los datos obtenidos.

1.2.2.2. Variables y preguntas del estudio

1.2.2.2.1 Género

Ilustración 6

Variable de género

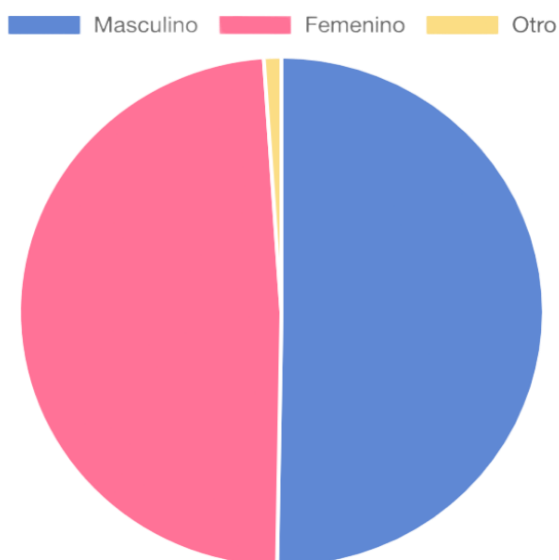


Ilustración N° 6

Título: Variable de género

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

Tabla 8

Variable de Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	188	50.13%
Femenino	182	48,53%
Otro	5	1.07%

Tabla N° 8

Título: Variable de género

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.2. Lugar de procedencia

Tabla 9

Lugar de Procedencia

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Cuenca	92	34%
Quito	28	10%
Guayaquil	26	10%
Ambato	45	16%
Loja	19	7%
El Oro	13	5%
Riobamba	12	4%
Internacional	5	2%
Otro	33	12%

Tabla N° 9

Título: Lugar de procedencia

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.3. Preferencias de Viaje

Ilustración 7

Con quien normalmente prefieren viajar a Baños de Agua Santa

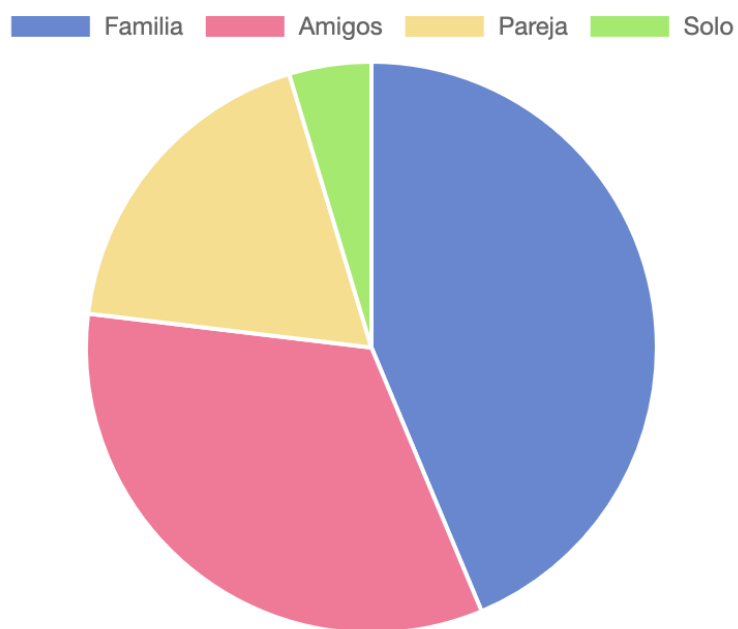


Ilustración N° 7

Título: Con quien normalmente prefiere viajar a Baños de Agua Santa

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

Tabla 10

Con quien normalmente prefieren viajar a Baños de Agua Santa

Tipo de compañía	Frecuencia	Porcentaje
Familia	225	60,32%
Amigos	171	45,84%
Solo	95	25,47%
En pareja	24	6,43%

Tabla N° 10

Título: Con quien normalmente prefiere viajar a Baños de Agua Santa

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.4. Medio de transporte para viajar a Baños

Ilustración 8

Para viajar, ¿qué medio de transporte prefiere?

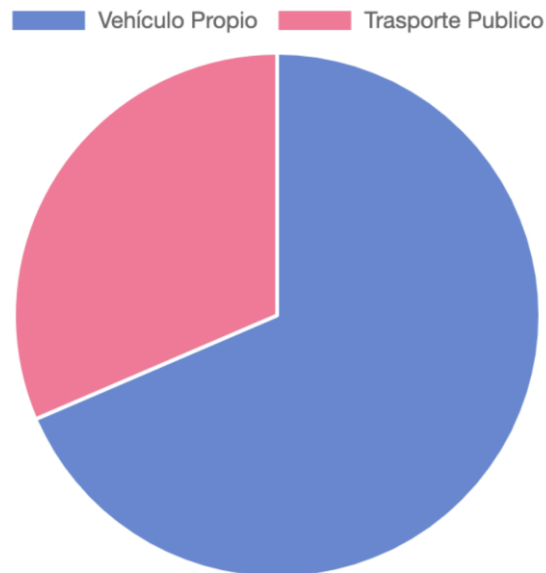


Ilustración N° 8

Título: Para viajar, ¿qué medio de transporte prefiere?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

Tabla 11

Para viajar, ¿qué medio de transporte prefiere?

Tipo de transporte	Frecuencia	Porcentaje
Vehículo propio	257	68,9%
Transporte público	118	31,64%

Tabla N° 11

Título: Para viajar, ¿qué medio de transporte prefiere?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.5. Gasto promedio en Baños de Agua Santa

Tabla 12

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar para realizar turismo?

Dinero	Frecuencia	Porcentaje
\$200	66	17,69%
\$300	53	14,21%
\$150	34	9,12%
\$100	29	7,77%
\$500	23	6,17%
\$250	22	5,9%
\$400	20	5,36%

Tabla N° 12**Título:** ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar para realizar turismo?**Autor:** Efraín Fárez - Juan García**Fuente:** Propia**Fecha:** 2022

Tabla 13

Promedio de gasto

Media	Mediana	Moda	Desviación Estándar
\$207	\$200	\$200	\$177.19

Tabla N° 13

Título: Promedio de gasto

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.6. Atractivos y Recursos turísticos de preferencia de los visitantes de Baños de Agua Santa

Ilustración 9

¿Qué lugares le gusta visitar en Baños?



Ilustración N° 9

Título: ¿Qué lugares le gusta visitar en Baños?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

Tabla 14

¿Qué lugares le gustaría visitar en Baños?

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
La casa del Árbol	215	57,64%
Pailón del Diablo	204	54,69%
La aldea Mágica	201	53,89%
Cascada Manto de la Novia	192	51,47%
Iglesia Nuestra señora del Rosario de Agua Santa	123	32,98%
Otros (Manos de Dios y otros nuevos miradores)	43	11,53%

Tabla N° 14

Título: ¿Qué lugares le gustaría visitar en Baños?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.7. Percepciones de qué se debería mejorar turísticamente en Baños de Agua Santa

Ilustración 10

¿Qué cree que debería mejorar Baños en relación a la actividad turística?

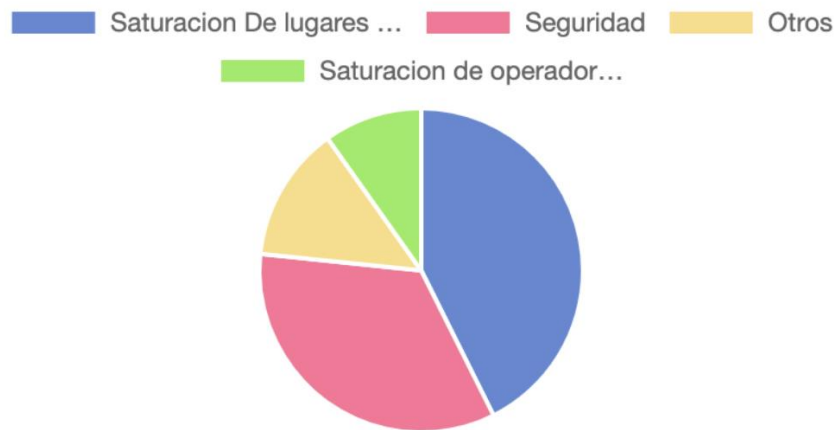


Ilustración N° 10

Título: ¿Que cree que debería mejorar en Baños en relación a la actividad turística?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

Tabla 15

¿Qué cree que debería mejorar Baños en relación a la actividad turística?

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Saturación De lugares turísticos	104	27,88%
Seguridad	83	22,25%
Otros	33	8,85%
Demasiada oferta por las operadoras turística	24	6,43%

Tabla N° 15

Título: ¿Que cree que debería mejorar Baños en relación a la actividad turística?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.8. Tiempo de permanencia en Baños de Agua Santa

Ilustración 11

¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en Baños de Agua Santa?



Ilustración N° 11

Título: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en Baños de Agua Santa?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

Tabla 16

¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en Baños de Agua Santa?

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 días	290	77,75%
1 semana	51	13,67%
Medio día	24	6,43%
Más de una semana	2	0,54%

Tabla N° 16

Título: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en Baños de Agua Santa?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.9. Tipo de alojamiento de preferencia de los Visitantes de Baños

Ilustración 12

¿En qué tipo de alojamiento le gustaría descansar?

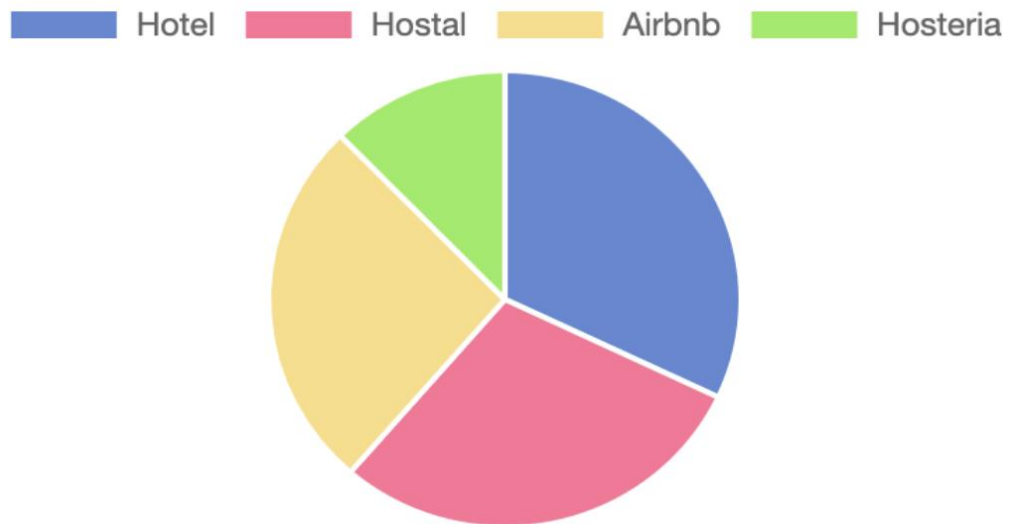


Ilustración N° 12

Título: ¿En qué tipo de alojamiento le gustaría descansar?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

Tabla 17

¿En qué tipo de alojamiento le gustaría descansar?

Tipo de Hospedaje	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	141	37,8%
Hostal	129	34,58%
Airbnb	116	31,10%
Hostería	54	14,48%

Tabla N° 17

Título: ¿En qué tipo de alojamiento le gustaría descansar?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.10. Motivos de Visita a Baños

Ilustración 13

¿Cuál sería el motivo de visitar Baños de Agua Santa?



Ilustración N° 13

Título: ¿Cuál sería el motivo de visitar Baños de Agua Santa?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

Tabla 18

¿Cuál sería el motivo de visitar Baños de Agua Santa?

Motivo	Frecuencia	Porcentaje
Aventura	204	54,69%
Descanso de lo cotidiano	139	37,27%
Salud	116	31,10%
Contacto con la Naturaleza	54	30,83%

Tabla N° 18

Título: ¿Cuál sería el motivo de visitar Baños de Agua Santa?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2.11. Fechas de preferencia de los visitantes para ir a Baños

Tabla 19

¿Cuál cree usted que es la mejor temporada para visitar Baños de Agua Santa?

Temporada	Frecuencia	Porcentaje
Feriatos	28	21%
Agosto	25	19%
Febrero	25	19%
Carnaval	21	16%
Fines de semana	18	14%
Todo el año	15	11

Tabla N° 19

Título: ¿Cuál cree usted que es la mejor temporada para visitar Baños de Agua Santa?

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2022

1.2.2.2. Resultados del Estudio

Entre los principales resultados obtenidos en la preferencia de compañía al realizar un viaje a Baños de Agua Santa, está que la mayoría de los encuestados prefiere hacerlo en familia, con un porcentaje del 60,32%. Esto indica que para los visitantes, Baños es un destino ideal para disfrutar en compañía de sus seres queridos. Sin embargo, llama la atención que un porcentaje significativo, el 45,84%, también prefiera hacerlo en compañía de amigos, lo que sugiere que Baños es también un lugar popular para los viajes con amigos.

En cuanto a la preferencia de transporte, la mayoría de los encuestados, el 68,9%, prefiere utilizar un vehículo particular para llegar a Baños de Agua Santa, mientras que solo el 31,64% prefiere utilizar el transporte público. Esto puede deberse a que los visitantes prefieren tener mayor autonomía y flexibilidad en sus desplazamientos, especialmente en un lugar turístico que ofrece múltiples opciones de transporte y movilidad.

En relación a los lugares turísticos más visitados, el Pailón del Diablo es el lugar más popular entre los encuestados, seguido de la Casa del Árbol e Iglesia de Baños. El Volcán Tungurahua y el Centro de Baños tienen un menor número de visitas, lo que puede deberse a que son lugares menos conocidos o menos promocionados. En cuanto a las percepciones sobre Baños, la mayoría de los encuestados lo relaciona con la aventura, los deportes extremos, la naturaleza y la variedad de atractivos turísticos, lo que sugiere que Baños tiene una imagen consolidada como destino turístico de aventura y ecoturismo. Aunque también se identifican algunas percepciones negativas, como la saturación y el peligro, estas representan un porcentaje minoritario y no afectan significativamente la imagen del destino.

Continuando con el análisis, en relación a la preferencia de tiempo de estadía indican que la mayoría de encuestados prefiere pasar de 1 a 3 días en Baños, lo que sugiere que la mayoría de los visitantes ven a Baños como un destino para una escapada corta. Además, el hecho de que solo un pequeño porcentaje de encuestados está dispuesto a pasar más de una semana sugiere que Baños puede no ser considerado un destino para estadías prolongadas. En cuanto al gasto promedio, el valor obtenido de 207.05\$ sugiere que los visitantes están dispuestos a gastar una cantidad significativa de dinero durante su estadía en Baños. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esto es solo un promedio y que el gasto real puede variar según varios factores, como la duración de la estadía y el propósito del viaje.

Los resultados revelan que el turismo de aventura es uno de los principales atractivos de Baños, ya que el motivo principal de visita es la búsqueda de experiencias emocionantes. Además, se destaca que Baños también se percibe como un lugar para desconectarse de la

rutina diaria y disfrutar de momentos de relajación y escapada del estrés. Otros motivos importantes de visita son la salud y el descanso. En cuanto al período de visita, se observa que la mayoría de los turistas prefieren viajar a Baños durante los días de vacaciones, los feriados y los fines de semana, lo que indica que es un destino popular para escapadas cortas y momentos de disfrute en la naturaleza y la aventura.

1.2.3. Perspectivas de los actores locales sobre la demanda turística en Baños

En el marco de este estudio de investigación, se llevó a cabo una serie de entrevistas a los actores clave del turismo en Baños de Agua Santa con el objetivo de obtener información sobre sus percepciones acerca de la demanda turística en el cantón. Durante estas entrevistas, se indagó sobre los métodos utilizados para determinar la demanda turística en el área, así como las técnicas y herramientas empleadas para este fin. Asimismo, se buscó obtener datos acerca del perfil de la demanda, incluyendo la edad de los visitantes, su lugar de procedencia, la duración de su estadía, los principales atractivos y recursos turísticos que visitan, las actividades más demandadas y los mercados emisores relevantes. También se exploró la forma en que se realiza el seguimiento y análisis de la demanda turística a lo largo del tiempo, así como los cambios experimentados en dicha demanda antes y después del impacto de la pandemia.

Stalin Diaz (2023), administrador de la Terminal de las Chivas, señala que la demanda turística en Baños de Agua Santa ha sido afectada por la pandemia, con una disminución de turistas extranjeros y una mayor dependencia del turismo nacional. Por otro lado, Anthony Paredes (2023), representante de Operadores turísticos, destaca un aumento considerable de la demanda después del COVID-19, aunque posteriormente ha disminuido en comparación con los niveles previos a la pandemia. Orlando Vega (2023), propietario del zoológico San Martín, menciona que la demanda ha experimentado cambios debido a la pandemia y los problemas políticos en Ecuador.

María Isabel Molina (2023), de la Cámara de Turismo, destaca la diversificación del perfil de los turistas después de la pandemia. Luis Chávez (2023), Técnico de Turismo del Municipio, menciona la reactivación del turismo en Baños y la diversidad de segmentos turísticos. Gabriela Santamaría (2023), Directora de Turismo, menciona el cambio en el tipo de turismo enfocándose en el turismo familiar. Gabriel Sánchez (2023), Gerente Propietario de La Casa del Árbol, destaca la mejora en el turismo con la contribución de turistas extranjeros. Diego Santamaría (2023), presidente del GAD Parroquial de Río Negro, resalta la reactivación económica impulsada por el turismo y la naturaleza en la zona rural de Río Negro.

En relación a las coincidencias entre los entrevistados, se destaca que todos reconocen el impacto significativo de la pandemia en la demanda turística de Baños de Agua Santa. Además, hay consenso en que la demanda turística ha experimentado cambios significativos después de la pandemia y que el turismo nacional se ha convertido en la principal fuente de visitantes en la actualidad.

Sin embargo, surgen discrepancias entre los entrevistados en ciertos aspectos. Stalin Díaz y Anthony Paredes difieren en sus percepciones sobre la tendencia actual de la demanda turística. Díaz señala una disminución en comparación con los niveles previos a la pandemia, mientras que Paredes menciona un aumento inicial seguido de una estabilización. Por otro lado, Orlando Vega y María Isabel Molina presentan visiones contrastantes sobre el impacto de los problemas políticos en la demanda turística. Vega atribuye una disminución a estos problemas, mientras que Molina destaca una diversificación en el perfil de los turistas después de la pandemia.

Cada entrevistado aporta información relevante para el estudio. Stalin Díaz destaca la disminución de turistas extranjeros y la dependencia del turismo nacional. Anthony Paredes proporciona datos sobre el aumento de la demanda después del COVID-19 y la necesidad de gestionar el flujo excesivo de visitantes. Orlando Vega brinda información sobre los cambios en la demanda debido a la pandemia y los problemas políticos en el país. María Isabel Molina ofrece información valiosa sobre la diversificación del perfil de los turistas y los desafíos relacionados con la capacidad de alojamiento en Baños de Agua Santa. Los aportes de Luis Chávez se centran en la reactivación del turismo en Baños y la diversidad de segmentos turísticos. Gabriela Santamaría aporta datos relevantes sobre el cambio en el tipo de turismo hacia el enfoque familiar y los esfuerzos para recuperar la presencia del turismo internacional. Gabriel Sánchez destaca la mejora en el turismo y la contribución de turistas extranjeros a la economía local. Por último, Diego Santamaría resalta la reactivación económica impulsada por el turismo y la naturaleza en la zona rural de Río Negro.

En análisis de las perspectivas sobre la demanda turística por parte de actores del turismo de Baños indica que la capacidad de hospedaje en la región se ve desbordada, ya que la cantidad de turistas supera con creces la capacidad de carga, dejando a muchos sin alojamiento disponible. En términos de oferta turística, se destaca la diversificación en el perfil de los turistas, ampliándose hacia otros segmentos más allá del turismo rural. Se mencionan emprendimientos y nuevos atractivos turísticos que han contribuido a aumentar el flujo turístico. Además, se han implementado medidas de bioseguridad en los establecimientos turísticos para garantizar la seguridad de los visitantes. Se busca recuperar la presencia del

turismo internacional y seguir desarrollando Baños como destino turístico. Se enfatiza la importancia de la calidad del servicio, la innovación y la diversificación de la oferta turística como aspectos a mejorar en el futuro. En general, se destaca la reactivación gradual del turismo en Baños, aunque todavía existen desafíos y oportunidades para seguir creciendo en este sector clave para la economía local.

1.3 Diagnóstico situacional del turismo en el cantón Baños antes y después de la pandemia por COVID 19

1.3.1. Reseña de Baños de Agua Santa como destino turístico

Antes de 1995, la ciudad y el cantón de Baños experimentaron una transición notable de su economía agrícola hacia un destino turístico reconocido tanto a nivel nacional como internacional. La implementación de la Ley de Estancos y el desarrollo de infraestructuras viales condujeron a la disminución progresiva de los cañaverales y la agricultura en la zona. Durante este período, la producción artesanal en madera de balsa adquirió relevancia, en paralelo con la preservación de los bosques y recursos naturales. Sin embargo, en la década de los 70, Baños se enfrentó a la devastadora plaga del comején, que resultó en la destrucción de viviendas de madera y la configuración actual de la arquitectura urbana. Asimismo, se llevó a cabo la pavimentación de la carretera principal que conecta Ambato con Baños, mejorando el acceso a la zona (Revista Baños, 2010).

A partir de la década de 1980, Baños experimentó un incremento progresivo en el sector turístico, evidenciado por un flujo creciente de turistas internacionales y el surgimiento de establecimientos de servicios, como cafeterías, restaurantes, hoteles y entidades bancarias. Aunque este crecimiento inicial careció de una planificación estratégica, se generó una mayor conciencia sobre el potencial ecoturístico del área y se implementaron medidas de ordenamiento territorial y capacitación, como la ejecución del primer curso para guías de turismo. Se establecieron nuevas rutas y destinos turísticos, y se enfatizó la importancia de la conservación del entorno natural. Baños se destaca por su relevante santuario y las peregrinaciones religiosas, además de ser reconocido por sus aguas termales, lo cual atrae a turistas nacionales. No obstante, es importante señalar que las obras de infraestructura, como la construcción de la represa Agoyán, han generado impactos negativos en los recursos naturales y los atractivos turísticos, como la desaparición de la cascada homónima. Asimismo, se han perdido áreas turísticas, como las rutas del Sigsig Guaico (Revista Baños, 2010).

La erupción del volcán Tungurahua a finales de 1999 provocó la destrucción de las vías de acceso a Puyo y Riobamba, generando un estado de incomunicación general. A pesar de la

evacuación forzada de los residentes, la población de Baños desafió las órdenes de las autoridades y regresó a la ciudad. El turismo se convirtió en el eje central de la economía local, y se destacó la construcción de la primera tarabita en Río Verde en 1998 como un hito en la creación de infraestructuras hoteleras y de servicios. Los parques nacionales Llanganates y Sangay adquirieron una creciente importancia. Durante este tiempo, se consolidó la organización municipal y se formuló el primer plan de desarrollo cantonal, lo que aumentó la presencia de Baños en el escenario turístico tanto a nivel local como internacional. A pesar de las dificultades económicas y políticas en el país, la población de Baños se ha orientado hacia el turismo como su principal fuente de sustento, con el 90% de la población dependiendo de esta actividad. Actualmente, se observa una consolidación en la gestión turística, aunque centrada principalmente en la ciudad y sus alrededores cercanos (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños de Agua Santa, 2019).

1.3.2. El impacto del COVID-19 en el turismo de Baños: Análisis comparativo pre y post pandemia

En el 2015, Diario el Telégrafo señaló que Baños de Agua Santa es un destino turístico muy popular, y que atrae anualmente una impresionante cifra de un millón de visitantes, superando en cinco veces el número de personas que llegaban al archipiélago de Galápagos. Los principales visitantes eran alemanes, italianos, españoles, estadounidenses, canadienses, argentinos y chilenos. Antes de la evacuación, la población de Baños se dedicaba a diversas actividades, con un 20% de agricultores, un 30% vendiendo cañas y dulces, y el restante 50% dependiendo directa o indirectamente del turismo. Ya desde ese año, el turismo ha llegado a ser la principal fuente de ingresos económicos para al menos el 90% de los habitantes de Baños. El cantón contaba con 128 hoteles, hosterías y hostales, junto con cuatro piscinas municipales que contribuyen al atractivo de la zona (El Telégrafo, 2015).

En el año 2016, el municipio de Baños de Agua Santa experimentó una gran afluencia de visitantes durante el feriado de carnaval. Según José Urquiza, inspector del departamento de Turismo, aproximadamente 30.000 personas llegaron a la ciudad en ese periodo. Las 8.000 plazas de hospedaje existentes se ocuparon por completo, lo que llevó a que algunos visitantes optaron por no pernoctar en la ciudad o buscar alojamiento en localidades vecinas (El Universo, 2016). Iván Vargas, vicepresidente de la Cámara de Turismo de Baños de Agua Santa en ese entonces, también señaló en una entrevista con el mismo medio de comunicación que se estima una cifra similar de 30.000 turistas durante esos días (El Universo, 2017).

La tendencia de altas cifras de turistas se mantuvo para el feriado de noviembre en 2018. Esteban Aguilar, técnico del departamento de Turismo del Municipio de Baños de Agua Santa, reveló en una entrevista para El Universo que se esperaba una buena afluencia de visitantes, estimando entre 30.000 y 40.000 turistas. Además, se incrementó el número de establecimientos de hospedaje para satisfacer la demanda (El Universo, 2018). Esta tendencia se mantuvo hasta antes del inicio de la pandemia en 2020, que afectó significativamente la industria del turismo en la región.

La pandemia ocasionada por el Covid-19 afectó grandemente a los países desarrollados principalmente en su sistema de salud. Incluso los países mejor equipados están experimentando altas tasas de mortalidad, escasez de suministros médicos y sobrecarga de proveedores e instalaciones de atención médica (La Hora, 2020). El Covid-19 influyó en el área económica, familiar, personal, social y académica debido a que la mayor parte de personas han perdido sus trabajos y no tienen recursos económicos. En la educación, los estudiantes han tenido que apoyarse con las TICS o recursos tecnológicos, estudiar desde casa para continuar con sus estudios académicos de esta manera se adaptaron a los cambios en su proceso pedagógico.

De igual manera, debido al Covid-19, el sector turístico tuvo que cerrar las actividades que se realizaban en los distintos sectores para prevenir los contagios. Varios de estos lugares se ven profundamente afectados a nivel económico, teniendo así que despedir a sus empleados y cerrar o vender sus negocios a precios bajos. Según el Ministerio de Turismo, debido al cierre de playas y lugares turísticos desde el inicio de la pandemia, mucha gente se quedó sin empleo (Telégrafo, 2020). Esto provocó millones de pérdidas económicas tanto para las ciudades grandes como Quito, Guayaquil o Cuenca, así como para las ciudades pequeñas que dependían de sus negocios turísticos para sostener su economía (Bustamante, 2020).

Diario Expreso señala que el primer caso de Coronavirus en Baños apareció el 21 de abril de 2020. Señala además que el confinamiento afectó gravemente a su población ya que el 90% de ella depende de actividades relacionadas con el turismo para su subsistencia (Expreso, 2020). Para Octubre de 2020, tras el confinamiento, los bares, piscinas y demás atractivos turísticos de mayor afluencia fueron reabiertos, con medidas de bioseguridad y aforo limitado (El Universo, 2020). Tras el confinamiento, las familias deseaban lugares de naturaleza y aire libre, y el perfil del turismo de Baños empezó a cambiar.

Baños de Agua Santa ha implementado una propuesta turística nocturna y segura para familias, resaltando la iluminación vibrante en cascadas como el Manto de la Novia, Cabellera de la Virgen y el Pailón del Diablo. Con el respaldo del Municipio local, la Empresa Eléctrica

Ambato y el sector privado, se invirtieron USD 66.000 en este proyecto de iluminación. Desde abril, se ha puesto en marcha con el objetivo de promover el turismo nocturno en un entorno familiar y seguro. Además, se han establecido regulaciones para los establecimientos de alimentos y bebidas, permitiendo un aforo del 50% en restaurantes y cafeterías, y del 30% en bares, discotecas, karaokes y centros nocturnos (El Comercio, 2021).

Para el año 2021, post confinamiento pero aún tiempo de pandemia, diario La Hora informa que el turismo en Baños de Agua Santa, Ecuador, está dominado por los visitantes nacionales, representando el 94% del total. Carmen Luna, presidenta de la Cámara de Turismo local, destacó que Baños se ha convertido en un destino turístico nacional, ya que el primer turista es ecuatoriano. Antes de la pandemia, el turismo nacional representaba entre el 70% y el 80%, mientras que los turistas extranjeros constituían el 20% al 30%. Sin embargo, debido a la situación actual, el 96% de los visitantes son ecuatorianos y solo el 4% son extranjeros. Luna atribuye este éxito al arduo trabajo de los profesionales del turismo, quienes han adaptado nuevas ofertas al aire libre, se han preocupado por la seguridad sanitaria y han creado un entorno seguro para los visitantes durante la pandemia (La Hora, 2021).

Según una entrevista realizada por el Diario El Universo en mayo de 2022 al presidente de la Cámara de Turismo cantonal de Baños, Geovanny Romo, durante el feriado del Día del Trabajo, la ocupación hotelera alcanzó aproximadamente el 90%, lo cual se considera un indicador positivo. Aunque no se pudo calcular la cantidad exacta de turistas que visitaron Baños en esos tres días, se destacó la presencia constante de personas, especialmente debido a la apertura de nuevos atractivos turísticos en los últimos meses (El Universo, 2022). Por otro lado, según el informe del Diario Los Andes del 16 de julio de 2022, Baños de Agua Santa cuenta con más de 140 atractivos turísticos y se ha convertido en uno de los destinos más populares tanto para turistas nacionales como extranjeros en la región central del país. A pesar de los desafíos que ha enfrentado, incluyendo la pandemia y eventos naturales, la población de Baños ha demostrado innovación y ha presentado nuevos emprendimientos, muchos de los cuales surgieron durante los momentos más críticos de la pandemia. Estos nuevos atractivos se encuentran en áreas rurales como Illuchi, Runtún, Río Verde y Río Negro, y se enfocan en ofrecer experiencias al aire libre, siguiendo la tendencia actual del turismo sostenible (Los Andes, 2022).

1.3.3. El impacto del COVID-19 en el turismo de Baños: Análisis basado en el diagnóstico de los actores locales

Ilustración 14

afluencia de turistas, como se puede observar en la ilustración, se obtuvo como resultado que:

En cuanto a la infraestructura, la pandemia generó que una gran cantidad de locales emprendieron nuevos proyectos, ya que el confinamiento lo ameritaba, generando así una gran cantidad de novedades turísticas atractivas para el territorio. Sin embargo, al mismo tiempo que algunos generaban estos atractivos, otros pocos quebraban al no poder financiar sus necesidades debido a la falta de turistas y, por ende, de ingresos.

La oferta turística en el cantón de Baños de Agua Santa se ha hecho conocer a través de las redes sociales así como en el involucramiento con entidades gubernamentales y no gubernamentales, a nivel nacional e internacional. Esto se ha logrado a través de la participación activa en ferias, exposiciones y otros eventos relevantes para el sector. Como resultado, se ha establecido una variedad de modalidades turísticas tanto formales como informales, impulsadas en parte por la falta de regulaciones específicas en el cantón. Esta situación se debe al significativo ingreso económico percibido a través del turismo y a la gran oportunidad de generación de empleo que este representa, lo cual ha llevado a una alteración de los valores y de las características tradicionales del turismo en la zona. Esta situación plantea desafíos en la definición de un perfil de turista y en la identificación de atractivos específicos que puedan segmentar de manera efectiva a los visitantes, ya que la amplia cantidad de emprendimientos turísticos existentes tiene la capacidad de generar atracciones para todo tipo de turistas, tanto nacionales como internacionales.

A pesar de que el país se considera en general como un territorio peligroso, en el cantón de Baños de Agua Santa se percibe un cierto grado de seguridad. Esto ha generado una conciencia en la comunidad local acerca de la importancia de capacitarse en la atención y el trato a los visitantes extranjeros. Los residentes de Baños reconocen la necesidad de brindar un ambiente seguro y acogedor a los turistas, lo que ha impulsado iniciativas de formación y capacitación orientadas a mejorar la calidad del servicio y la experiencia del visitante en la región. Esta dedicación en la atención al turista extranjero ha contribuido a consolidar a Baños de Agua Santa como un destino turístico destacado, en el que se busca proporcionar una experiencia memorable y satisfactoria para cada visitante que llega a la zona.

Antes de la pandemia, se observaba cierta regularidad en el consumo turístico en Baños de Agua Santa. Sin embargo, tras la reactivación del sector, se ha experimentado una gran variabilidad en los patrones de demanda. Se ha producido un aumento significativo en los ingresos generados por el turismo, principalmente impulsado por la afluencia de visitantes nacionales interesados en actividades de aventura y en explorar la vida rural. Se destaca la

existencia de una marcada estacionalidad en la llegada de turistas, aunque es importante señalar que Baños no llega a estar vacío en ningún momento. Durante los días festivos se puede observar una saturación turística, mientras que los fines de semana también registran una alta afluencia de visitantes. A pesar de contar con una amplia variedad de atractivos, se ha observado una congestión en los horarios debido a la superposición de las jornadas laborales de los trabajadores de los vehículos turísticos conocidos como "chivas", quienes son responsables del transporte turístico en la zona.

La reactivación del cantón ha generado una saturación del territorio, tanto en la infraestructura hotelera como en las vías de acceso e incluso en los servicios básicos, que no estaban preparados para tal afluencia de visitantes. De acuerdo a los participantes de la encuesta que se encuentran inmiscuidos en el ámbito turístico, la congestión tanto de turistas como de vehículos ha provocado una insatisfacción entre los visitantes, ya que no pueden disfrutar plenamente de las experiencias que buscaban en su visita a Baños de Agua Santa. Esta situación evidencia la necesidad de implementar medidas de gestión del turismo y de planificación adecuadas para evitar la saturación y garantizar una experiencia satisfactoria para los turistas en todos los aspectos de su estadía en el cantón.

El objetivo planteado para el primer capítulo de este estudio fue describir la oferta y demanda turística del destino Baños de Agua Santa. Para lograrlo, se llevó a cabo una investigación exhaustiva que incluyó tanto fuentes bibliográficas como trabajo de campo en el que se involucraron personas reales, autoridades y otros actores del turismo en Baños. Se analizó detalladamente cómo la oferta y demanda han evolucionado, especialmente después de la pandemia de Covid-19.

Es relevante mencionar que las autoridades y actores del turismo brindaron una valiosa colaboración y apoyo, lo que permitió el cumplimiento exitoso del objetivo establecido. Sin embargo, es importante destacar algunas limitaciones encontradas durante la investigación. En particular, la falta de registros oficiales de visitantes a Baños y la incompleta o faltante actualización de los catastros dificultaron la obtención de datos precisos y completos. A pesar de estas limitaciones, se logró obtener una descripción concisa de la oferta y demanda turística del destino.

CAPÍTULO II

Concentraciones de visitantes en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza del destino, de acuerdo a la estacionalidad.

Introducción

La concentración de personas en espacios turísticos es un tema de gran importancia en la industria del turismo, ya que puede afectar la calidad de la experiencia turística y la sostenibilidad de los destinos. Como menciona Rosenberg (2020), la concentración de personas se mide comúnmente como personas por unidad de superficie y para este estudio se considerará el espacio utilizado por un atractivo turístico como el área de medición. Por otro lado, Butler (1994) señala que la estacionalidad es una tendencia común en las corrientes turísticas, donde se concentran los visitantes en determinadas épocas del año, como la temporada alta, y en otras la cantidad de turistas es menor, la temporada baja. La estacionalidad puede generar graves problemas en los núcleos receptores turísticos, como la congestión, la falta de suministros, la insuficiencia de las carreteras y la seguridad ciudadana, entre otros efectos negativos de la sobreexplotación turística.

Es así que en este capítulo se identificaron las concentraciones de visitantes de los atractivos turísticos de mayor demanda de Baños. Para ello, se llevaron a cabo estudios georeferenciados observacionales. Las variables utilizadas para identificar las concentraciones de visitantes en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza estuvieron relacionadas con el número de visitantes en los atractivos turísticos durante una temporada de alta demanda. Durante este período de tiempo, se observó la cantidad de individuos que arribaron, la congestión en los sistemas de vialidad, los impactos negativos generados, el tiempo de estadía en el lugar, entre otros aspectos. Estos estudios se basaron en un enfoque riguroso de recolección de datos geoespaciales, aprovechando tecnologías de georreferenciación y técnicas de observación in situ.

Además, se establecieron estratégicamente puntos de monitoreo en las áreas turísticas de interés con el propósito de obtener una visión precisa y detallada de las dinámicas turísticas. Asimismo, se emplearon herramientas analíticas in situ para procesar y analizar los datos recopilados, lo que permitió identificar patrones y tendencias significativas. Estos análisis abarcaron la generación de mapas de calor y visualizaciones geoespaciales. A continuación, se presenta un resumen de la oferta general de atractivos turísticos en el cantón, así como

los atractivos específicos seleccionados para el estudio, el desarrollo de la metodología referenciada observacional y los resultados obtenidos.

2.1. Atractivos turísticos de naturaleza en Baños de Agua Santa

Baños posee gran cantidad de atractivos y recursos turísticos relacionados con su patrimonio natural y cultural. En general, los atractivos turísticos abarcan lugares, sitios y actividades que poseen un valor especial y atractivo para los turistas. Estos pueden variar desde monumentos históricos, paisajes naturales y eventos culturales, entre otros (Ministerio de Turismo, 2021). Por otro lado, los atractivos turísticos de naturaleza destacan por su belleza natural y valor ecológico, incluyendo parques nacionales, reservas naturales, cascadas y bosques, brindando a los visitantes la oportunidad de disfrutar de la flora, fauna y paisajes naturales (Secretaría de Turismo de México, 2020). Por último, los atractivos turísticos mixtos combinan elementos naturales y culturales en un mismo lugar, como sitios arqueológicos, paisajes, miradores, y ciudades coloniales, brindando una experiencia turística que permite apreciar tanto la belleza natural como el valor cultural e histórico del destino (Instituto Costarricense de Turismo, 2020).

El turismo de naturaleza ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, según lo señalado por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2002). Este segmento turístico se desarrolla en entornos naturales, poniendo énfasis en la observación y apreciación del medio ambiente como su principal atractivo. Por otro lado, el ecoturismo se posiciona como una forma responsable de turismo que busca minimizar los impactos negativos en el entorno natural y sociocultural, al tiempo que contribuye a la preservación de las áreas naturales de interés para los visitantes. El ecoturismo ha evolucionado como respuesta a la necesidad de promover prácticas turísticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

En este contexto, los turistas que se dedican a disfrutar de la naturaleza desempeñan un papel fundamental en la conservación y protección del medio ambiente, ya que sus acciones y decisiones de viaje pueden generar un impacto significativo en los destinos que visitan. Es crucial fomentar la conciencia ambiental y promover comportamientos responsables entre los visitantes, con el fin de asegurar la preservación de los recursos naturales a largo plazo y garantizar la sostenibilidad de los destinos turísticos. La educación ambiental y la sensibilización son herramientas clave para lograr este objetivo y asegurar que el turismo de naturaleza se desarrolle de manera responsable y respetuosa con el entorno.

El Ministerio de Turismo de Ecuador desempeña el papel de la identificación, catalogación y promoción de los atractivos turísticos del país. Su labor se enfoca en la planificación y gestión

sostenible de estos lugares, asegurando su uso responsable y preservando su valor natural y cultural a largo plazo. A través de programas y proyectos específicos, la entidad busca potenciar el atractivo de los atractivos turísticos y promover su disfrute tanto para los visitantes nacionales como internacionales. Mediante una minuciosa investigación y recopilación de información, el Ministerio de Turismo explora el territorio ecuatoriano en busca de los tesoros turísticos que este ofrece, desde montañas, selvas hasta playas y ciudades históricas. Su objetivo es garantizar que estos atractivos sean valorados y promovidos adecuadamente, brindando a los turistas una experiencia enriquecedora y memorable (Ministerio de Turismo, 2020). En la sección de anexos referente al capítulo 2 se expone el inventario oficial de atractivos turísticos de naturaleza de Baños.

Además del inventario propuesto en anexos, según los datos actualizados de la Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Baños de Agua Santa en 2021, se ha registrado un incremento de 11 recursos turísticos en el cantón, lo que suma un total de 116 recursos con un destacado potencial ecoturístico. Algunos de estos nuevos recursos incluyen la Cascada Fantasma, la Cascada El Rocío, la Cascada Manantial Dorado, el Mirador Ojos del Volcán, el Sendero Illuchi Sauce, el Sendero Pondoá, el Sendero de los Contrabandistas, la Casa del Árbol, Runtún Parque Temático, el Dinopark y el orquideario Río Verde.

En relación al Cantón Baños de Agua Santa, el Ministerio de Turismo ha destacado la riqueza natural del lugar, así como la presencia de actividades extremas que atraen a un público interesado en experiencias emocionantes. El paisaje abundante y la cercanía al volcán Tungurahua son elementos promocionales clave. Considerando esta información, se han seleccionado los siguientes atractivos turísticos debido a su alta demanda por parte de los visitantes:

- El Pailón del Diablo
- La Ruta de las Cascadas
- La Casa del árbol
- Los miradores de cerro de las antenas (Illuchi)

Estos atractivos fueron elegidos observando los atractivos que presentan mayor demanda, y su popularidad entre los turistas, especialmente aquellos con preferencias paisajísticas, fotográficas y de búsqueda de emociones.

2.1.1. El pailón del Diablo

Ilustración 15

Vista del Pailón del Diablo desde la nueva entrada



Ilustración N° 15

Título: Vista del Pailón del Diablo desde la nueva entrada

Autor: N. de Souza

Fuente: Living Ecuador Travel

Fecha: 2021

La cascada conocida como El Pailón del Diablo, también referida como la grieta celestial, se distingue por sus impresionantes dimensiones de aproximadamente 80 metros de altura y 15 metros de profundidad. El nombre "Pailón" se atribuye al aspecto de la caída de agua sobre una paila, mientras que "del Diablo" se deriva de la figura rocosa que evoca la presencia del príncipe de las tinieblas, visible desde el puente colgante. Ubicada en el encañonado del Río

Verde, junto al Río Pastaza a una altitud de 1500 metros sobre el nivel del mar, esta cascada se encuentra en las cercanías de dos Parques Nacionales: Los Llanganates al norte y Sangay al sur (Centro Turístico Pailón del Diablo, 2020).

En el pasado, la porción inferior del Pailón fue adquirida por la Sra. Teresa Zamora con el propósito de desarrollar actividades ganaderas y agrícolas. Veinte años después, ella se trasladó a la Ciudad del Coca y vendió la propiedad al Sr. Vicente Zamora, originario de Ambato, quien mantuvo la idea de cultivar naranjilla y otros productos, así como criar ganado. En 1994, el Sr. Wilfrido Guevara y la Sra. Zoila Zamora, yerno e hija respectivamente, adquirieron la propiedad con la intención de revitalizar la zona, prohibiendo la tala y la cacería, lo cual permitió la recuperación progresiva de la flora y fauna del área. (Centro Turístico Pailón del Diablo, 2020).

Se desarrollaron senderos ecológicos empedrados para facilitar el acceso turístico (Centro Turístico Pailón del Diablo, 2020). Posteriormente, mediante inversiones privadas y préstamos de la Corporación Financiera Nacional, se llevaron a cabo trabajos de construcción de infraestructuras desde 1994 hasta 2008. La naturaleza inhóspita del terreno y las frecuentes lluvias durante la temporada de invierno dificultaron las labores de construcción, ya que las rocas se volvían resbaladizas. Además, el material utilizado para los senderos fue extraído de la misma roca proveniente de una falla volcánica (Centro Turístico Pailón del Diablo, 2020).

Los trabajadores se aseguraban con arneses para picar la roca y crear los escalones de la cascada. Cabe destacar que el piso del restaurante está compuesto por piedras del río, transportadas a espalda por los trabajadores. Otra construcción emblemática es el puente colgante "El Otro Lado", erigido por el Sr. Vicente Zamora con el propósito de transportar los productos agrícolas y el ganado. En 1994, se convirtió en el primer puente colgante de la zona. Hace cinco años, se llevó a cabo una remodelación orientada al turismo, con el objetivo de preservar el lugar y promover el turismo (Centro Turístico Pailón del Diablo, 2020).

2.1.2. La ruta de las cascadas

Ilustración 16

Ruta de las Cascada



Ilustración N° 16

Título: Ruta de las Cascadas

Autor: Revista Baños

Fuente: Revista Baños

Fecha: 2011

Tungurahua Turismo (2020) indica que la Ruta de las Cascadas en Baños de Agua Santa, Ecuador, es un atractivo turístico destacado por sus impresionantes paisajes naturales. Esta ruta, que se extiende desde Baños hasta Puyo, cuenta con más de 60 cascadas de diversos tamaños, lo que añade un encanto especial al recorrido. Baños, también llamado la "Puerta de entrada a la Amazonía", se encuentra al pie del volcán Tungurahua, un volcán activo que atrae gran interés debido a su actividad volcánica y está ubicado en el corredor de los Parques Nacionales Sangay y Llanganates, lo que agrega aún más atractivo a la zona. El acceso a la Ruta de las Cascadas comienza en Baños y ofrece una experiencia emocionante. A lo largo del trayecto, los visitantes pueden disfrutar de las maravillosas caídas de agua que se encuentran en la zona. Estas hermosas cascadas no solo ofrecen paisajes impresionantes, sino también actividades turísticas llenas de adrenalina como puenting, canopy, ciclismo, senderismo y canyoning, entre otras.

Durante el recorrido, destacan cascadas como Agoyán, una de las más altas de Ecuador, alimentada por el río Pastaza. Al atravesar los túneles, se puede apreciar la cascada Manto de la Novia, donde se puede acceder a una tarabita y un puente que brindan vistas únicas de la cascada y la biodiversidad del lugar. Además, se encuentra la impresionante cascada conocida como Pailón del Diablo. También se pueden apreciar otras cascadas notables como

Inés María, Bascún, Chamana y Ulba. La mayoría de estas cascadas se alimentan del río Pastaza y ofrecen actividades acuáticas para los visitantes, previa contratación de operadoras de turismo. La Ruta de las Cascadas en Baños es considerada uno de los principales atractivos turísticos del cantón.

Destaca por sus paisajes y cuenta con senderos ecológicos y puentes colgantes que enriquecen la experiencia de los visitantes. Ubicado en la ciudad de Baños de Agua Santa, este lugar alberga más de 60 cascadas, creando un paraíso mágico y un entorno inigualable donde se puede experimentar la naturaleza y admirar las impresionantes caídas de agua cristalina y fría. Entre las cascadas más destacadas se encuentran Agoyán, Culebrillas, Manto de la Novia, San Jorge, San Pedro, el famoso Pailón del Diablo y Machay. Las tarabitas, estructuras metálicas que cruzan sobre cables de acero y son impulsadas por motores adaptados de automóviles, son otro atractivo de la ruta (GAD Río Verde, 2019).

En la ruta encontramos al Mega Adventure Park Río Blanco, un parque de deportes de aventura enfocado en el turismo extremo, es uno de los principales atractivos presentes en el territorio, donde se practica actividades como canopy, puente tibetano, puente de cristal y camping, enfocado en el atractivo a un target joven con intereses más eufóricos (GAD Río Verde, 2019). Mega Adventure Park ha logrado destacarse en el sector del turismo de aventura, atrayendo a visitantes locales e internacionales. Aunque la saturación turística puede presentar desafíos en términos de tráfico y comodidades, los turistas disfrutan de la variedad de experiencias y atractivos que ofrece Baños (Fiallos, 2023).

Ilustración 17

Megapark Río Blanco



#BañosTeEspera

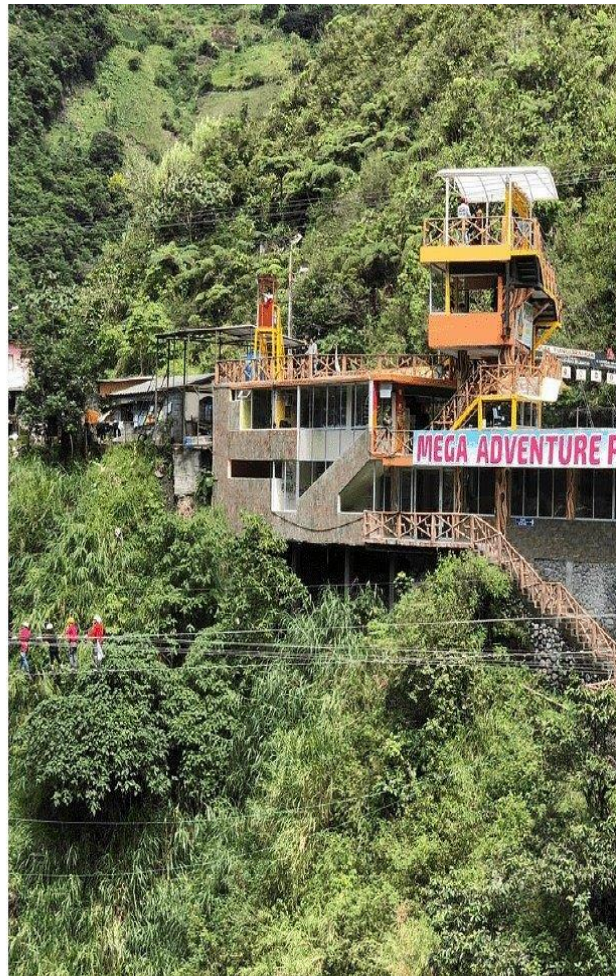


Ilustración N° 17

Título: Megapark Río Blanco

Autor: Tripadvisor

Fuente: Tripadvisor

Fecha: 2022

2.1.3. La Casa del Árbol

Ilustración 18

La casa del Árbol

**Ilustración N° 18****Título:** La Casa del Árbol**Autor:** Blog Ir Andando**Fuente:** Tripadvisor**Fecha:** 2019

Atractivo turístico famoso que consiste en un columpio ubicado a gran altura en un árbol, desde donde se pueden apreciar las impresionantes vistas del volcán Tungurahua y la ciudad de Baños. En la entrevista a Gabriel Sánchez (2023), Gerente propietario, contó que la Casa del Árbol fue concebida como resultado del fenómeno eruptivo del volcán Tungurahua en 1999. Durante dicho evento, el área donde se encuentra la estructura actual era un terreno llano que su padre utilizaba para la cría de animales y actividades relacionadas. Ante la necesidad de evacuar a la población, su padre se comprometió a permanecer en el lugar para supervisar de cerca la actividad del volcán Tungurahua y proporcionar información relevante a los vulcanólogos mediante un equipo de comunicación por radio.

La ubicación estratégica de la Casa del Árbol, cerca de una quebrada que conecta con el Bascún y las piscinas del Salado, adquirió importancia en vista de la posibilidad de la propagación de cenizas volcánicas durante una erupción. Con el objetivo de resguardarse, se construyó una estructura en un árbol que no solo funciona como un refugio, sino también

como un lugar de visita para aquellos interesados en experimentar un columpio en una de las ramas. La atención mediática hacia la Casa del Árbol se intensificó a partir del año 2014, gracias a la difusión de una fotografía emblemática. Esta imagen atrajo a turistas que deseaban conocer y experimentar la Casa del Árbol en persona. Tal popularidad ha resultado sumamente beneficiosa para el aumento del flujo de visitantes y la divulgación del lugar. Es importante destacar que el interés inicial se originó principalmente debido al fenómeno eruptivo del volcán y no exclusivamente por la existencia de la casa del árbol o el columpio en sí.

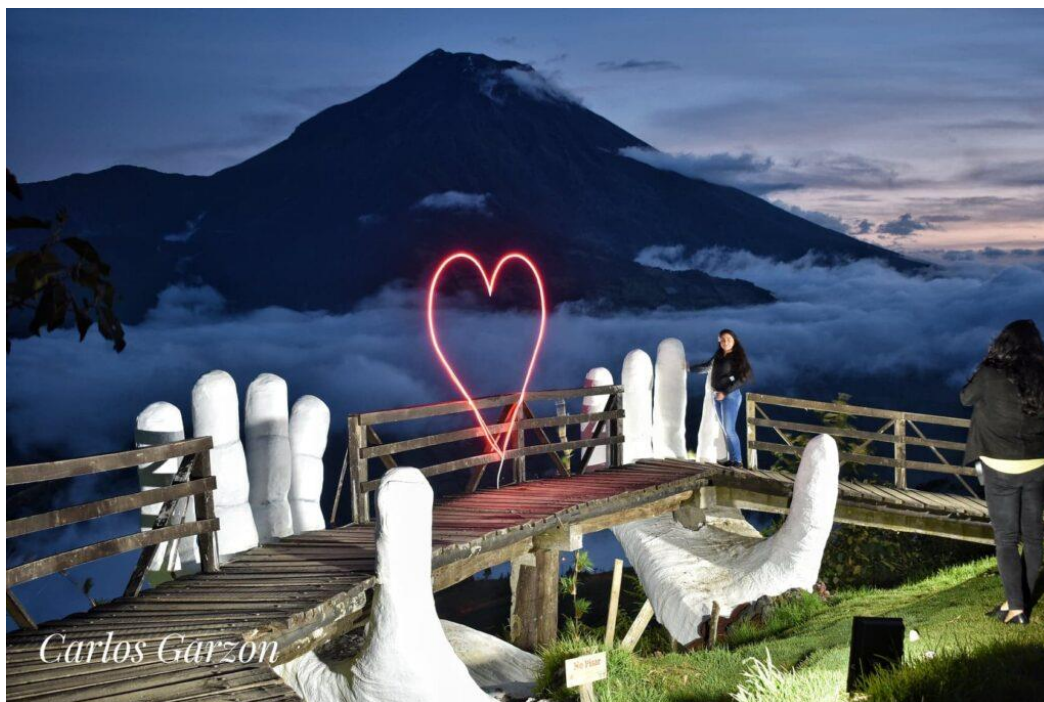
2.1.4. Los miradores del cerro de las antenas o Illuchi

Según el portal Turisec (2022), durante el período de la pandemia, en el cantón Baños de Agua Santa, se llevaron a cabo iniciativas para desarrollar nuevos atractivos turísticos en áreas como el caserío Santa Rosa de Runtún y Las Antenas. A pesar de que estos sectores son considerados de riesgo debido a su ubicación en zonas montañosas, aquellos con conocimiento sobre las preferencias de los turistas decidieron implementar estos emprendimientos. Uno de ellos se encuentra en la parroquia Lligua, específicamente en el caserío Illuchi, en la zona conocida como Las Antenas. Hace aproximadamente un año, se construyó el mirador Las manos de Dios en el rancho Ojos del volcán, desde donde se puede contemplar la vista de Baños de Agua Santa y el volcán Tungurahua. Este lugar se encuentra a unos 20 minutos de la ciudad, en la carretera hacia Patate.

Uno de los principales atractivos de este mirador son las manos gigantes unidas por un puente de madera, que ofrece un escenario ideal para tomar fotografías con el fondo de la ciudad. Las parejas aprovechan la presencia de un corazón entre las manos para capturar imágenes románticas y emotivas. En las proximidades de las manos se encuentra un columpio que brinda una experiencia atractiva, donde mientras uno se balancea, parece estar suspendido en el aire, generando una sensación de vértigo sin comprometer la seguridad. No obstante, el lugar ofrece otros atractivos adicionales.

Ilustración 19

Las Manos de Dios

**Ilustración N° 19****Título:** Megapark Río Blanco**Autor:** Carlos Garzón**Fuente:** Living Ecuador Travel**Fecha:** 2022

A través de un sendero que requiere aproximadamente cuatro minutos de caminata, se llega a la casa del duende, el pozo de los deseos y el salón de la fortuna, donde también es posible tomar fotografías para inmortalizar los momentos de la visita a Baños. El recorrido culmina con la degustación de un tradicional canelazo, una bebida caliente de agua de canela con aguardiente, cortesía del mirador. Además, el lugar ofrece servicios durante la noche, creando una atmósfera distinta con la iluminación adecuada en los senderos, el corazón, las manos y el columpio (Turisec, 2022). De esta manera, se brinda la oportunidad de capturar fotografías.

Dentro del apartado de anexos, específicamente del capítulo 2, se presenta una extensa documentación sobre los lugares turísticos mencionados, detallada en las fichas de atractivos turísticos. Estas fichas han sido elaboradas siguiendo el formato oficial aprobado por el Ministerio de Turismo, garantizando así la consistencia y uniformidad en la presentación de la información.

2.2. Concentración de visitantes según su estacionalidad

La estacionalidad o concentración de visitantes puede generar graves problemas para la industria turística y los núcleos receptores, ya que desequilibra la oferta y la demanda, produciendo congestión, insuficiencia de carreteras, baja calidad en los servicios, aumento de la inseguridad ciudadana, escasez de suministros, elevado ruido, contaminación, entre otros efectos adversos vinculados con la sobresaturación turística. Como concluye Butler (1994) la planificación turística debe contemplar una gestión adecuada de la estacionalidad para garantizar el desarrollo sostenible del turismo.

Centrándonos en lo que corresponde a Baños de Agua Santa, no se presenta un análisis de su estacionalidad vinculado al territorio, más bien se toma en cuenta en si la temporalidad veraniega, que pertenecen a los meses de junio, julio y agosto, considerándolos como temporada alta, por la presencia de vacaciones europeas, estadounidenses y de la Sierra ecuatoriana. A pesar de esto se cuenta con una constante fluctuación turística durante todo el año, como anteriormente se indicó. En las percepciones locales, se ha denotado una mayor fluctuación durante los feriados nacionales, lo que limita un análisis exacto de una temporalidad turística en el territorio. Los feriados que atraen a los turistas en el cantón, haciendo referencia a las festividades del territorio, son:

Los datos fueron extraídos de la página oficial de turismo de Tungurahua, Vive Tungurahua (2022)

- Fiesta Reina del Rosario o Virgen de Baños de Agua Santa: Se celebra el 7 de octubre, una celebración católica, que conmemora la lucha de los católicos en contra de los protestantes hace ya varios años, de esta forma convirtiendo así a la Virgen de Agua Santa en un símbolo de fortaleza que protege a Baños de los peligros inclusive del volcán Tungurahua.
- La Virgen de Agua Santa o también conocida como *Nuestra Señora del Rosario de Agua Santa de Baños* es una de las vírgenes más veneradas en Ecuador, debido a que la creencia nace tras aparecerse la imagen de la virgen en un Manantial, quien pediría la construcción de una capilla para su veneración. Aseguran que quien entrase en las aguas del manantial sería curado de la lepra, enfermedad que azotaba el cantón en ese entonces.
- Corpus Christi: Como lo dice el nombre era la procesión de los fieles, pidiendo por los suyos después de cada festividad religiosa, donde se adornan balcones, zaguanes e

inclusive los portales de las casas, con telas de colores, rosas, palmas, cipreses y más.

- **Fiestas Danzantes:** Se basa en un desfile lleno de colores, música y danza en donde las prendas que visten los danzantes forman parte de la tonalidad establecida por la banda que los acompaña, acompañados de novillos y bueyes, cargados en su lomo chamiza, hojarasca de chilcas, eucalipto y durazno. Las mujeres visten de anacos, siguiendo así mismo el ritmo de la danza, la banda entona el saltashpa. Concluye con la quema de juegos pirotécnicos en un castillo que llena de luces la ciudad.
- **Disfrazados de Ulba:** Precedente de hace aproximadamente 100 años, en base a que los jóvenes de dicha época se disfrazaban para de esta forma pedir permiso a los padres de las señoritas que se les permitiera bailar en la plazoleta con sus hijos al ritmo de la guitarra y el acordeón. Se buscaba invitar de casa en casa a toda la localidad a que sean partícipes de la fiesta, en donde la parroquia de Ulba fue la primera parroquia en organizar este evento. Se lleva a cabo el 1 y 6 de Enero, siendo el 6 de Enero el día más importante, lo que genera una participación masiva de la población así como la atracción de una gran cantidad de visitantes.
- **Ruta de las 7 Cruces:** Es una adaptación de las Siete Iglesias que se realiza en Semana Santa, vinculado con el turismo religioso, en donde se tiene preestablecida una ruta de visita a las iglesias del cantón, que sigue el siguiente orden; 1. Iglesia Sagrada Familia (Ralpin), 2. San Martín (Zoo), 3. El Calvario (Cementerio), 4. San Francisco (Puente), 5. El Agoyán (Hacienda Guamag), 6. Bellavista (Mirador Runtún) y 7. Basílica de la Virgen del Rosario de Agua Santa.
- **Romería Virgen de Agua Santa:** Alrededor de 30 mil personas son partícipes de esta festividad religiosa que se ha estado realizando por ya más de 20 años el 12 de Abril. No se tiene certeza de cómo se originó la caminata, pero es un recorrido de aproximadamente 7 horas, con una distancia de 44 kilómetros. Se acompaña con cánticos y oraciones en devoción a la fe, ya sea para pedir un favor, agradecimientos, penitencias o únicamente por la devoción que tienen los creyentes.
- **Fiesta de Parroquialización de Río Negro:** Es acompañada por las fiestas octubrinas que se realizan desde la primera semana de octubre hasta la tercera semana de ese mismo mes, en donde se realizan varios eventos culturales, cívicos, religiosos, deportivos y más. Atrae a un importante número de visitantes por la variedad de actividades que se ofrecen para todos los gustos.

- Fiestas de Parroquialización de Ulba: Se realiza el 25 de Agosto de cada año en donde se realizan varias actividades el día de la celebración, desde la selección de la Reina Ulbeña hasta la misa de celebración, acompañada de juegos, y fiestas por la noche. Atractivo que se realiza en la parroquia de Ulba desde 1961.

Además, durante los períodos de feriados nacionales, como el carnaval, la Independencia de Cuenca y el Fin de Año, se observa un incremento significativo en la afluencia turística hacia la localidad de Baños de Agua Santa. Estas fechas festivas actúan como un factor clave que atrae a un mayor número de visitantes a la región, en busca de experiencias turísticas y recreativas. La oferta turística diversa y la reputación de Baños como un destino atractivo contribuyen a esta tendencia, convirtiendo estos feriados en momentos de alta demanda y actividad para la industria turística local.

2.2.1. Diseño del estudio

La metodología utilizada fue de naturaleza observacional y se aplicó en un estudio georeferenciado con el propósito de examinar distintos aspectos relacionados con la llegada de individuos a un lugar específico. A continuación, se describen los pasos que se siguieron en esta metodología.

En primer lugar, se definió la ubicación exacta y el período de estudio. Se determinó la zona geográfica específica donde se llevaría a cabo la investigación, teniendo en cuenta aspectos como la accesibilidad y la relevancia del lugar en relación con el tema de estudio. Además, se estableció el período de tiempo durante el cual se recolectaba la información pertinente. Esta etapa fue fundamental para delimitar el alcance del estudio y garantizar que se capturaron datos relevantes y representativos.

Una vez definida la ubicación y el período de estudio, se procedió a identificar los puntos de observación estratégicos. Estos puntos fueron seleccionados cuidadosamente dentro del área de estudio y se eligieron en función de su capacidad para proporcionar una buena visualización de la llegada de individuos, las rutas de movilidad y los impactos negativos generados. Algunos ejemplos de puntos de observación podrían incluir las entradas o salidas principales del lugar, áreas de estacionamiento, puntos de interés turístico o cualquier otro sitio que permitiera una observación adecuada de los fenómenos estudiados.

Una vez identificados los puntos de observación, se diseñó un formulario de registro que contemplaba las variables a observar. Este formulario u hoja de registro incluyó campos para recopilar información relevante, como la cantidad de individuos que arribaban al lugar, el nivel

de congestión en las rutas de movilidad, los impactos negativos generados (como basura, ruido o daños ambientales) y el tiempo de estadía de los individuos en el lugar. Además, se incluyeron campos para capturar información georeferenciada, como la ubicación exacta de cada punto de observación. Este formulario proporcionó una estructura clara y sistemática para la recopilación de datos durante el estudio.

A continuación, se procedió a llevar a cabo la recolección de datos en los puntos de observación previamente designados dentro del período establecido. La selección de los períodos se basó en las horas de mayor congestión, las cuales fueron identificadas y confirmadas tanto por los responsables del estudio como por los actores locales involucrados. Los observadores diligenciaron el formulario de registro, garantizando la captura precisa de la ubicación geográfica de cada observación. Esta etapa adquirió una importancia fundamental al permitir recopilar datos cuantitativos y cualitativos que posibilitaron una comprensión más profunda de los fenómenos estudiados.

Una vez finalizada la recolección de datos, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de los resultados. Se utilizaron técnicas de análisis descriptivo para examinar la cantidad de individuos que arribaron al lugar, evaluar la congestión en las rutas de movilidad, identificar los impactos negativos generados y analizar el tiempo de estadía de los individuos en el lugar. Además, se emplearon herramientas de visualización geográfica para representar los resultados de manera más clara y comprensible. Entre las técnicas usadas basadas en el autor Anguera (1983) tenemos:

- Análisis de frecuencia: Ayudó a determinar el número de individuos que llegaron al lugar en un período específico. Esta técnica permitió visualizar los resultados utilizando gráficos de barras.
- Análisis del espacio: Se llevó a cabo una verificación de los espacios que recibían la mayor afluencia de visitantes dentro de cada atractivo turístico. Esto proporcionó información sobre la concentración de personas en diferentes zonas y ayudó a identificar áreas de congestión.
- El análisis de capacidad: se enfocó en evaluar la capacidad de las rutas de movilidad al comparar la cantidad de individuos que las utilizan con su capacidad máxima. Esto permitió identificar los puntos críticos de congestión.
- El análisis de impacto: se centró en examinar los efectos negativos generados por la llegada masiva de individuos, como el aumento de la contaminación, la congestión del

tráfico o el deterioro de los recursos naturales. Se utilizaron indicadores ambientales y sociales para evaluar y comparar estos impactos.

Finalmente, se procedió a interpretar los resultados obtenidos y a extraer conclusiones basadas en los hallazgos del estudio observacional. Se evaluaron los patrones observados y se analizaron las implicaciones de los impactos negativos generados y la congestión en las rutas de movilidad. Estas conclusiones permitieron obtener un conocimiento más profundo sobre el fenómeno estudiado.

2.2.1.1. Estudio Georeferenciado Observacional 1: Identificación de las concentraciones de visitantes en el Pailón del Diablo

2.2.1.1.1. Ubicación

El área geográfica de estudio corresponde a la parroquia rural Río Verde, en las inmediaciones de las calles 11 de septiembre y Enrique Aldáz, específicamente en la denominada nueva entrada corta. Esta localización geográfica fue seleccionada estratégicamente debido a su relevancia en términos de accesibilidad y proximidad a importantes puntos de interés turístico.

2.2.1.1.2. Coordenadas

Las coordenadas usadas en todo el estudio son de tipo geográficas, en latitud y longitud. La latitud es la medida angular que recorre la superficie terrestre desde el ecuador hacia el norte o el sur, mientras que la longitud es la medida angular que recorre la superficie terrestre desde el meridiano de Greenwich hacia el este o el oeste. Las coordenadas geográficas permiten ubicar un punto cualquiera en la superficie terrestre y son empleadas por tecnologías como el GPS o Sistema de Posicionamiento Global (Urrutia, 2006).

Para este caso, el Pailón del Diablo se encuentra en las coordenadas -1.4046033991134785, -78.29801631397997 GCS.

2.2.1.1.3. Período de estudio

La investigación se desarrolló durante dos feriados nacionales en Ecuador, específicamente durante el periodo de Carnaval en febrero de 2023 y la conmemoración de la Batalla del Pichincha el 24 de mayo de 2023. Durante estos días festivos, se identificó que las horas de mayor afluencia y concentración de visitantes abarcaban un intervalo comprendido entre las 15:00 y las 17:00 horas

mediante observación y consulta a los encargados de los atractivos. Estas franjas horarias se caracterizaron por ser momentos de alta actividad turística, donde se observó una significativa afluencia de personas que acudieron a disfrutar de los atractivos y eventos relacionados con las festividades.

2.2.1.1.4. Tiempo promedio de estadía

La duración media de la estancia de los visitantes en el sitio se estima en un intervalo de tiempo que oscila entre 25 y 30 minutos aproximadamente. Este dato refleja el período promedio durante el cual los turistas se mantienen en la ubicación específica, dedicando tiempo a la contemplación, exploración y disfrute de los recursos y atractivos que el lugar ofrece. La estimación de esta duración se ha obtenido a través del análisis de datos recopilados durante el monitoreo y la observación directa de los visitantes en el área en cuestión.

2.2.1.1.5. Puntos de observación estratégicos

La selección de los puntos de observación se realizó considerando no solo criterios objetivos, sino también la valiosa percepción y experiencia de los investigadores involucrados en el estudio. Conscientes de la importancia de capturar los lugares de mayor concentración de visitantes, se determinó que las áreas de especial interés se encontraban en la nueva entrada al Pailón, así como en los tramos más cercanos al mirador de la cascada. Estos puntos estratégicos fueron identificados como espacios de alta afluencia turística, donde la interacción entre los visitantes y el entorno natural alcanza su máxima expresión. Tal enfoque permitió obtener una visión integral de los comportamientos y dinámicas presentes en dichas zonas, aportando mejor información para el desarrollo de análisis y conclusiones más precisos y significativos.

2.2.1.1.6. Individuos que arribaron en el período de estudio

El período de tiempo general destinado a la visita en el lugar se extiende por un lapso de aproximadamente 2 horas. Durante este período, se ha dividido el tiempo en 4 tramos de 30 minutos cada uno para llevar a cabo el conteo y registro de los visitantes. Esta segmentación temporal permite una mayor precisión en la recolección de datos y brinda una visión más detallada de la afluencia de personas en diferentes momentos de la jornada porque se relaciona con el tiempo promedio de visita y ello garantiza que el conteo de personas evite repetición.

2.2.1.1.6.1. Feriado de carnaval

Ilustración 20

Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

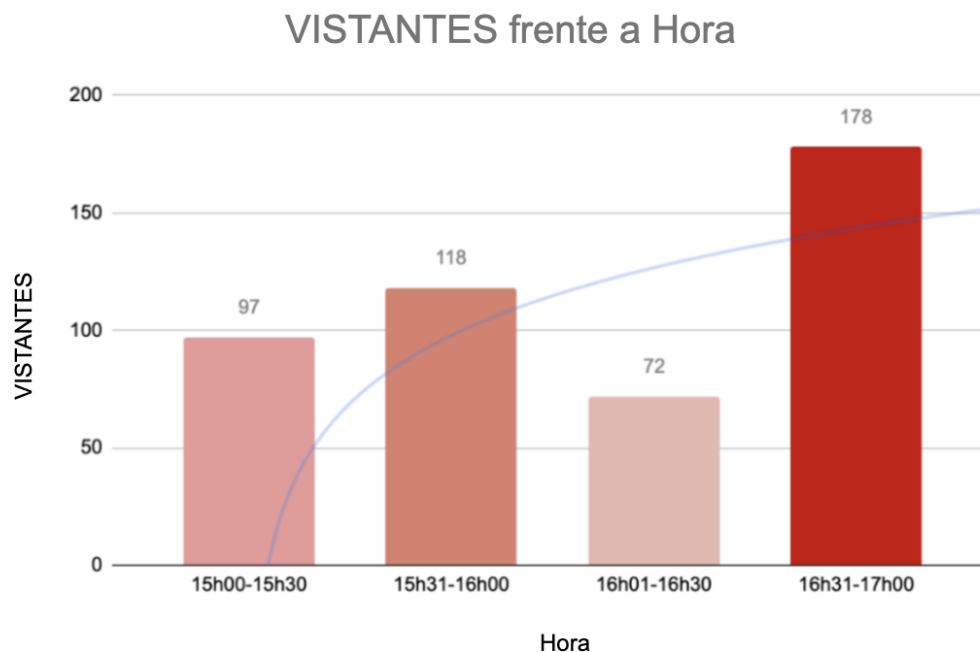


Ilustración N° 20

Título: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Durante el período de estudio correspondiente al carnaval, se registró un total de 465 visitantes. Se observó que la afluencia de personas aumentó significativamente entre las 4:31 p.m. y las 5:00 p.m. Se identificó una clara tendencia ascendente en el número de visitas a medida que avanzaba la tarde. Además, se pudo constatar que los puntos de mayor concentración de visitantes fueron la entrada para formar fila, el puente colgante y el mirador final de la cascada. Estos puntos se destacaron como áreas de alta demanda y atractivo para los turistas. Aquí se tomaban fotografías, apreciaban el paisaje, y socializaban con sus allegados.

Es importante destacar las limitaciones del presente estudio, entre las cuales se encuentra el hecho de que fue realizado por un único observador. Esta circunstancia puede haber generado una aproximación en la recopilación de datos, ya que resulta desafiante llevar a cabo un conteo preciso debido a la afluencia de visitantes. Además, es relevante señalar que no se contabilizaron los visitantes que accedieron por la entrada larga del Pailón. Sin embargo, se estima que la cantidad de personas que ingresaron por esta vía es similar, en base a una observación previa, aunque su tiempo de permanencia se extiende a un promedio de 65 minutos debido a la mayor distancia que deben recorrer hasta llegar al mirador principal de la cascada.

2.2.1.1.6.2. Feriado Batalla del Pichincha

Ilustración 21

Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

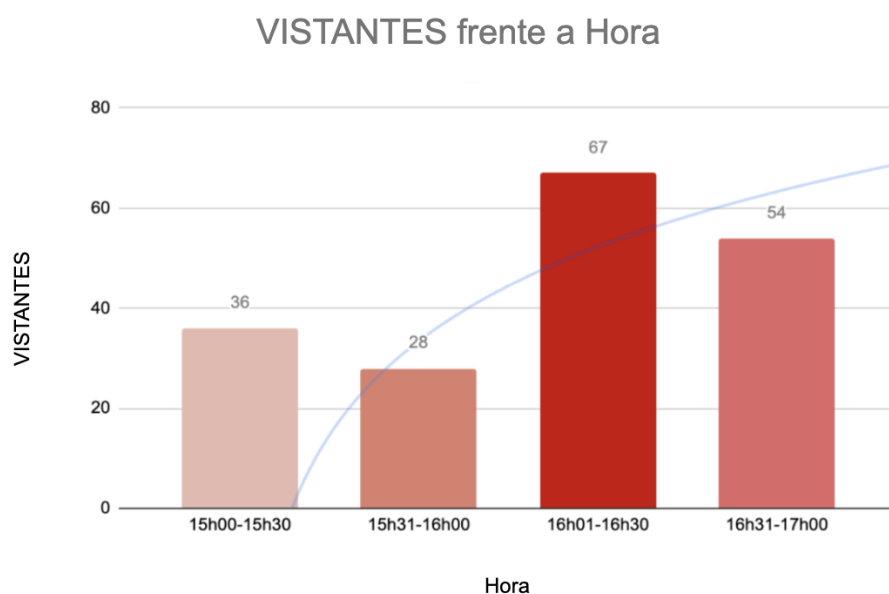


Ilustración N° 21

Título: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Durante el período de estudio correspondiente al feriado del 24 de mayo, se contabilizó un total de 185 visitantes. Se observó un incremento en la llegada de personas entre las 4:00 p.m. y las 4:30 p.m. Se pudo constatar una tendencia

ascendente en la afluencia de visitantes a medida que avanzaba la tarde. Asimismo, se identificó una concentración notable de visitantes en la entrada destinada a formar fila, en el puente colgante y en el mirador final de la cascada. Estos puntos se caracterizaron por ser nuevamente áreas de mayor atracción y demanda por parte de los visitantes. Este caso tuvo las mismas limitaciones que en el feriado de Carnaval.

Ilustración 22

Mapa de Calor de las concentraciones de visitantes

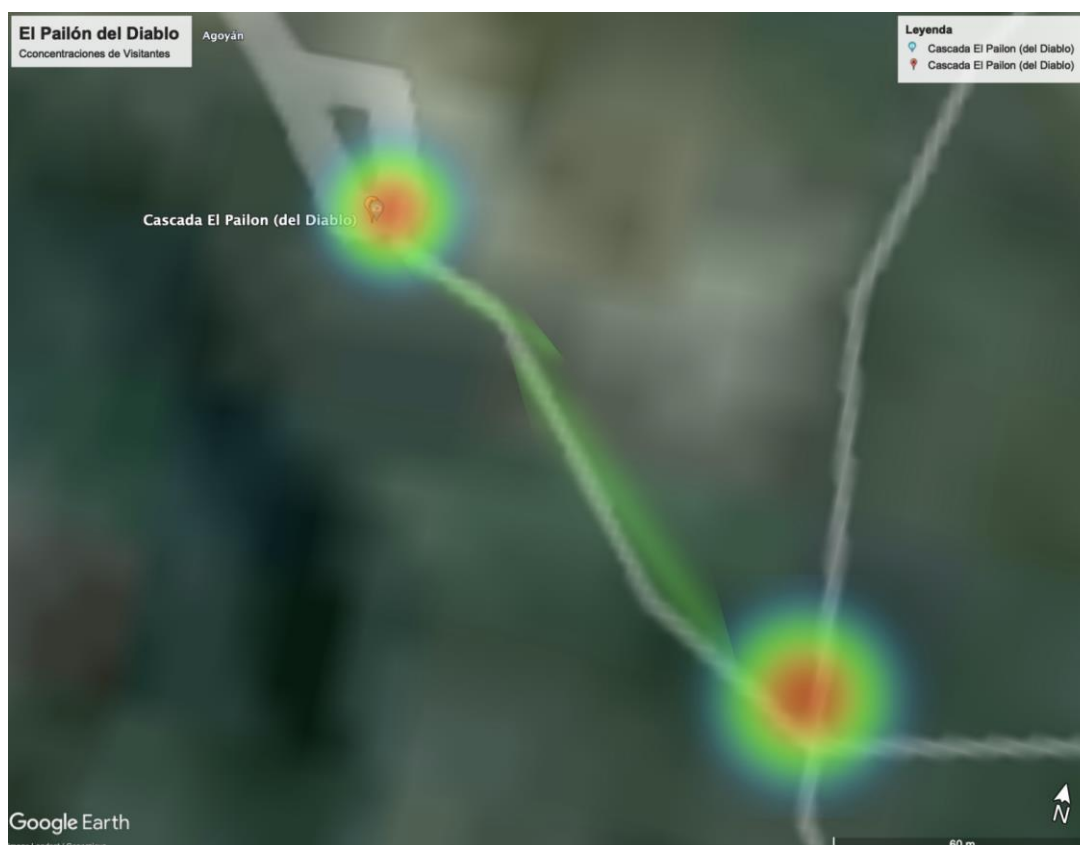


Ilustración N° 22

Título: Puntos de mayor concentración de visitantes en el Pailón del Diablo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Google Earth

Fecha: 2023

2.2.1.1.7. Nivel de congestión en las rutas de movilidad

En el contexto de la situación descrita, se pudo observar la presencia de rutas estrechas que, lamentablemente, propiciaron un notable incremento en la congestión vehicular. Durante el período analizado, se registró un promedio de aproximadamente

cinco unidades de transporte conocidas como "chivas" por hora, cada una de ellas transportando a un promedio de 28 pasajeros. Además, se constató la llegada de otras modalidades de transporte como busetas y vehículos privados, sumándose así a la afluencia de vehículos en la zona.

2.2.1.1.8. Impactos negativos observados

La masificación de turistas en el atractivo turístico ha generado una serie de efectos negativos que comprometen la calidad de la experiencia y la preservación del entorno natural. Entre estos impactos se destacan el pisoteo excesivo, las aglomeraciones, la limitada disponibilidad de espacio para apreciar la cascada, la presencia de ruido y la falta de privacidad. Estos factores contribuyen a disminuir la capacidad de los visitantes para disfrutar plenamente del entorno natural y establecer una conexión más íntima con la naturaleza.

Además, se ha observado la improvisación de estacionamientos en áreas no adecuadas, lo cual resulta en daños y alteraciones al entorno natural. Este fenómeno se evidencia en el desgaste y erosión del suelo y senderos, causados por el constante pisoteo y el tránsito de vehículos en exceso. Asimismo, se ha constatado la presencia de una considerable cantidad de basura arrojada, especialmente en la entrada al atractivo, lo que indica una falta de conciencia ambiental por parte de los visitantes. Es importante destacar que existe una falta de conciencia por parte de los actores locales respecto a las consecuencias a largo plazo de la masificación turística. Para ellos, la afluencia masiva de turistas es percibida como una fuente de ingresos, sin considerar adecuadamente los impactos negativos que esto genera en el entorno natural y la calidad de la experiencia turística.

2.2.1.1.9. Evidencia fotográfica del Estudio

Ilustración 23

Concentraciones de visitantes del Pailón del Diablo



Ilustración N° 23

Título: Concentraciones de visitantes del Pailón del Diablo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

2.2.1.2. Estudio Georeferenciado Observacional 2: Identificación de las concentraciones de visitantes en la Ruta de las Cascadas

2.2.1.2.1. Ubicación

En virtud de tratarse de una ruta turística, su localización no se encuentra definida en un único punto, sino que se extiende a lo largo de los límites del Parque Nacional Sangay junto al Río Pastaza hasta alcanzar el destino final del Pailón del Diablo. Dentro de esta ruta, se identificaron dos áreas de mayor concentración, excluyendo al propio Pailón del Diablo que fue objeto de un estudio previo. Dichas áreas son el

Megapark Río Blanco y El Manto de la Novia. El enfoque del presente estudio observacional se centró específicamente en el sector del Megapark Río Blanco, considerado como un punto clave de arribo de visitantes y de alta concentración tanto de personas como de vehículos de transporte turístico y privado.

2.2.1.2.2. Coordenadas

Las coordenadas geográficas del Megapark Río Blanco son : -1.3991004914758156, -78.34912765865455 GCS.

2.2.1.2.3. Período de estudio

Durante el transcurso de la investigación, se llevaron a cabo observaciones en dos feriados nacionales de Ecuador, específicamente durante el periodo de Carnaval en febrero de 2023 y la conmemoración de la Batalla del Pichincha el 24 de mayo de 2023. Durante estos días festivos, se pudo constatar que las horas de mayor afluencia y concentración de visitantes se situaban entre las 14:00 y las 16:00 horas. Estos intervalos de tiempo se caracterizaron por una intensa actividad turística y un incremento significativo en el número de personas presentes en el lugar de estudio.

2.2.1.2.4. Tiempo promedio de estadía

La duración media de la estancia de los visitantes en el sitio se ha estimado en un intervalo de tiempo de aproximadamente 20 minutos. Esta cifra refleja el promedio de tiempo que los turistas dedican a participar en actividades deportivas extremas disponibles en el lugar. La estimación de esta duración se ha obtenido a través de un análisis exhaustivo de los datos recopilados durante el proceso de monitoreo, así como mediante entrevistas realizadas al administrador del sitio y a través de la observación directa de los visitantes en el área correspondiente.

2.2.1.2.5. Puntos de observación estratégicos:

La selección de los puntos de observación se llevó a cabo considerando tanto criterios objetivos como la valiosa percepción y experiencia de los investigadores involucrados en el estudio. Conscientes de la importancia de capturar los lugares de mayor concentración de visitantes, se determinó que las áreas de especial interés se ubicaban en la entrada principal y el estacionamiento del Megapark, así como a lo largo del lado derecho de la vía utilizado como estacionamiento debido a la alta afluencia de vehículos.

2.2.1.2.6. Individuos que arribaron en el período de estudio

2.2.1.2.6.1. Feriado de Carnaval 2023

Ilustración 24

Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo

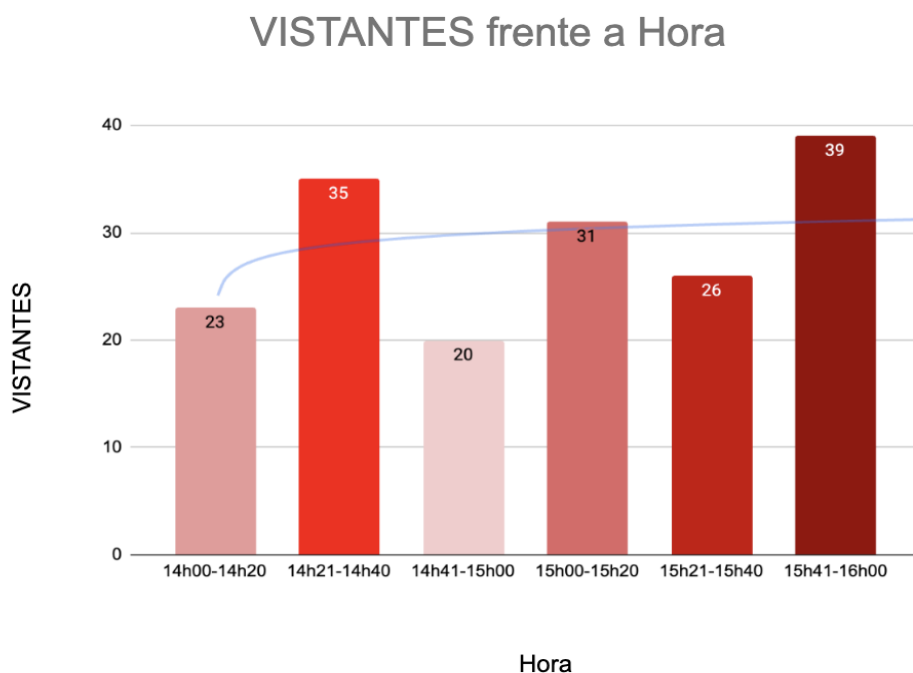


Ilustración N° 24

Título: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

El número total de visitantes registrados fue de 174 personas. Durante el período de 3h40 a 4 pm, se observó un mayor flujo de personas ingresando al lugar. La media de llegada de visitantes cada 20 minutos fue de 29 personas.

2.2.1.2.6.2. Feriado de la Batalla del Pichincha 2023

Ilustración 25

Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo

VISTANTES frente a Hora

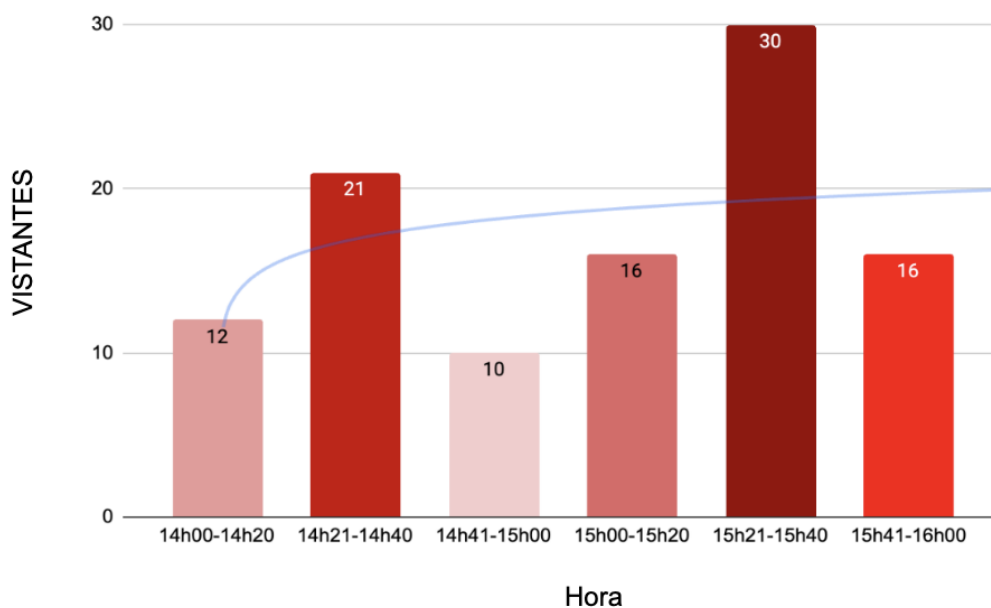


Ilustración N° 25

Título: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Por otro lado, se contabilizaron un total de 104 visitantes. El intervalo de tiempo con mayor afluencia fue de 3h20 a 3h40 pm, donde se registró un mayor número de personas ingresando al sitio. La media de llegada de visitantes cada 20 minutos fue de 17 personas.

Ilustración 26

Mapa de Calor de las concentraciones de visitantes en Megapark Río Blanco

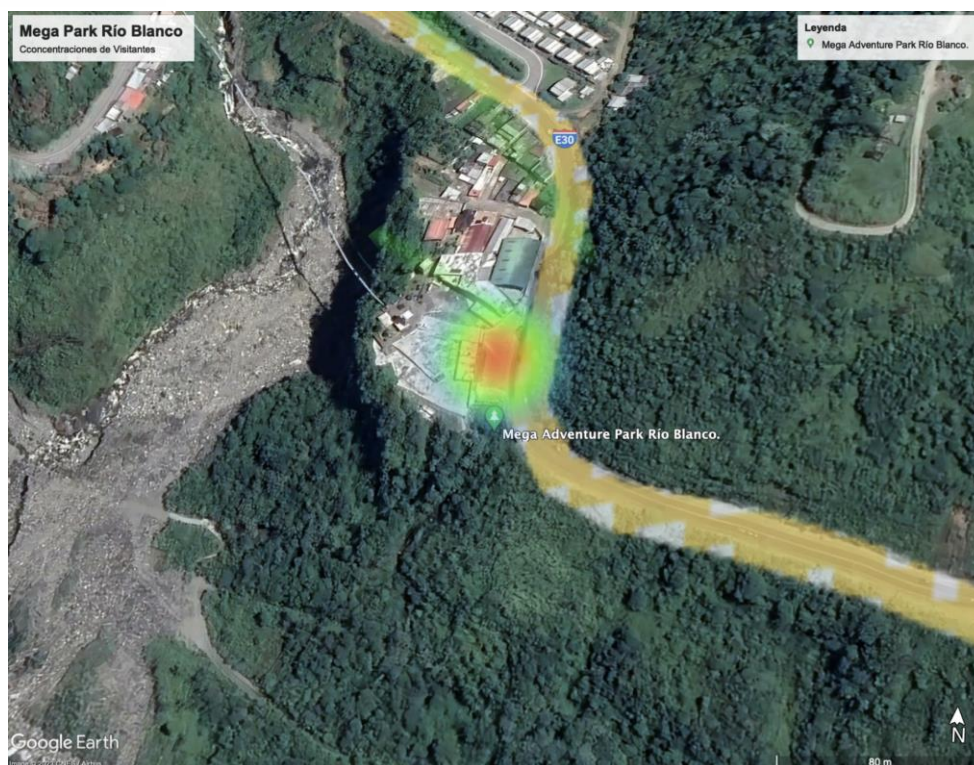


Ilustración N° 26

Título: Puntos de mayor concentración de visitantes en el Mega Park Río Blanco

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Google Earth

Fecha: 2023

2.2.1.2.7. Nivel de Congestión en las rutas de movilidad

En cuanto al transporte utilizado por los visitantes, se identificó que en promedio llegaron 3 chivas, cada una con un promedio de 18 personas. Además, se observó la llegada de 5 vehículos privados y 1 buseta cada 20 minutos. Esta concentración de vehículos generó congestión debido a los estacionamientos improvisados y la estrechez de la vía, que tiene un ancho aproximado de solo 3 metros. Además, algunos visitantes se ubicaron fuera de la entrada, interrumpiendo el paso de vehículos en la calle. Cabe mencionar que el puente de salida, siendo estrecho, fue utilizado por algunos vehículos que no respetaron su función exclusiva como vía de salida, lo cual puede representar un peligro para la seguridad.

2.2.1.2.8. Impactos negativos observados

En este punto de la ruta, se observa que algunos visitantes no utilizan los servicios ofrecidos por el Mega Park, sino que llegan únicamente para tomarse fotografías o utilizar las áreas de espera como miradores. Lamentablemente, se ha identificado la presencia de personas que arrojan basura hacia el río o en la calle, lo cual constituye un problema de contaminación ambiental.

En relación al transporte, aunque la contaminación generada por los vehículos es leve, es importante destacar que la calle es estrecha, lo que ocasiona congestión vehicular en algunas ocasiones. Además, las chivas, al congregarse en el lugar, generan contaminación acústica debido al uso excesivo de sus bocinas, sumándose al ruido ambiental producido por la multitud de personas.

Es relevante mencionar que, debido a la gran afluencia de visitantes que llegan por motivos superficiales y solo para ser parte de la novedad, se pierde la auténtica conexión y experiencia con la naturaleza. Estas aglomeraciones afectan negativamente la calidad de la visita, disminuyendo la posibilidad de disfrutar plenamente del entorno natural y la tranquilidad que debería ofrecer.

2.2.1.2.9. Evidencia fotográfica del Estudio

Ilustración 27

Concentraciones de visitantes del Megapark Río Blanco



Ilustración N° 27

Título: Concentraciones de visitantes del Mega Park Río Blanco

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

2.2.1.3. Estudio Georeferenciado Observacional 3: Identificación de las concentraciones de visitantes en La Casa del Árbol

2.2.1.3.1. Ubicación

La Casa del Árbol se encuentra estratégicamente ubicada en la Calle Pastaza, en la zona de Runtún, a aproximadamente 20 minutos de la Carretera Baños Puyo.

2.2.1.3.2. Coordenadas

Las coordenadas de la Casa del Árbol son: -1.4183183540519848, -78.42637681873339 GCS.

2.2.1.3.3. Período de estudio

Para el desarrollo de esta investigación, se realizaron observaciones detalladas durante dos feriados nacionales en Ecuador: el período de Carnaval en febrero de 2023 y la conmemoración de la Batalla del Pichincha el 24 de mayo de 2023. Durante estos días festivos, se pudo constatar que las horas de mayor afluencia y concentración de visitantes se situaban entre las 15:00 y las 17:00 horas.

2.2.1.3.4. Tiempo promedio de estadía

En relación a la duración promedio de la estadía de los visitantes en el sitio, se estimó que oscilaba alrededor de los 30 minutos. Este dato refleja el tiempo medio que los turistas dedican a participar en las diversas actividades deportivas extremas disponibles en el lugar. La obtención de esta estimación se basó en un análisis de los datos recopilados durante el proceso de monitoreo, así como en entrevistas realizadas al administrador del sitio y vendedores de las periferias, y en la observación directa en el área correspondiente.

2.2.1.3.5. Puntos de observación estratégicos:

La selección de los puntos de observación se llevó a cabo considerando criterios objetivos y la valiosa experiencia de los investigadores involucrados en el estudio. Conscientes de la importancia de capturar los lugares con mayor concentración de visitantes, se determinó que las áreas de especial interés se ubicaban en la entrada principal, el columpio y el estacionamiento de la Casa del Árbol. Además, se prestó especial atención al lado derecho de la vía utilizado como estacionamiento debido al alto flujo de vehículos en dicha zona.

2.2.1.3.6. Individuos que arribaron en el período de estudio

2.2.1.3.6.1. Feriado de Carnaval 2023

Ilustración 28

Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo

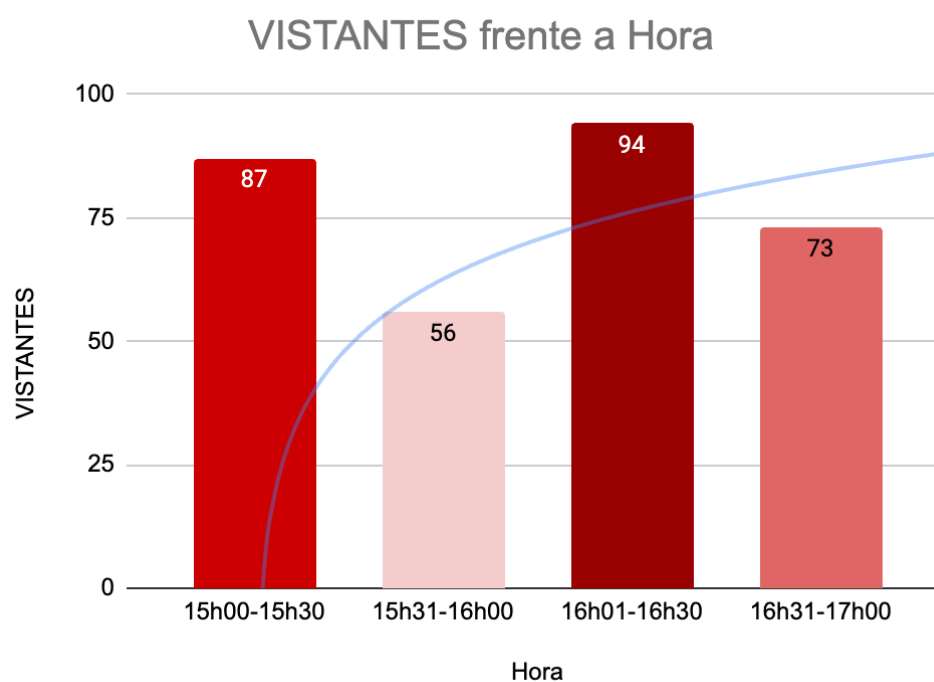


Ilustración N° 28

Título: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Durante el período festivo analizado, se registró un total de 310 visitantes en la Casa del Árbol. El promedio de visitantes por intervalo de 30 minutos fue de 77 personas. Se observó que la hora de mayor afluencia de visitantes se produjo entre las 4:00 p.m. y las 4:30 p.m.

2.2.1.3.6.2. Feriado de la Batalla del Pichincha 2023

Ilustración 29

Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo

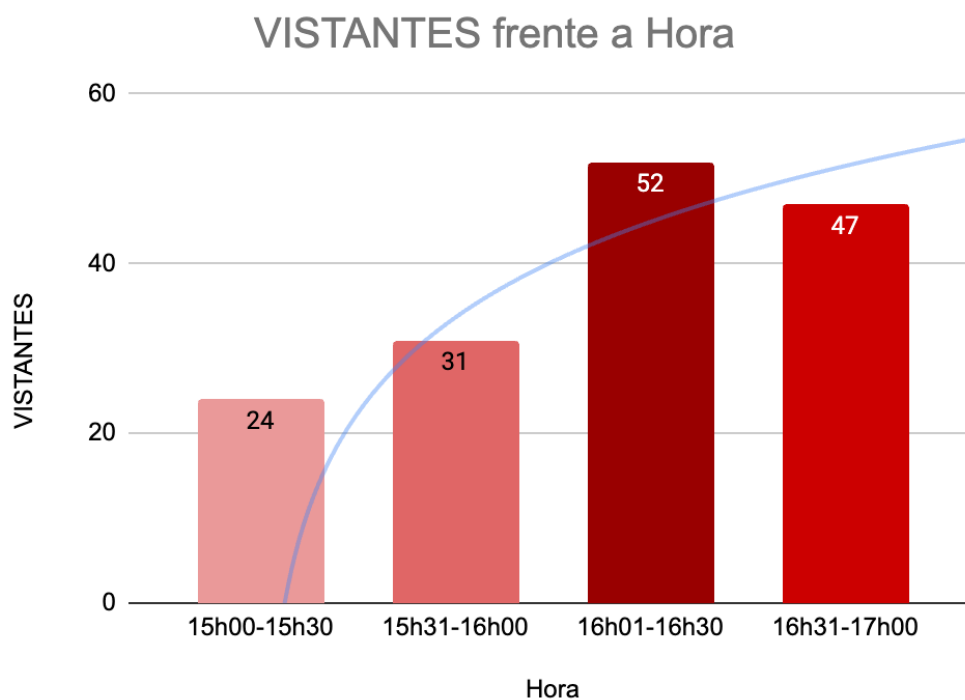


Ilustración N° 29

Título: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

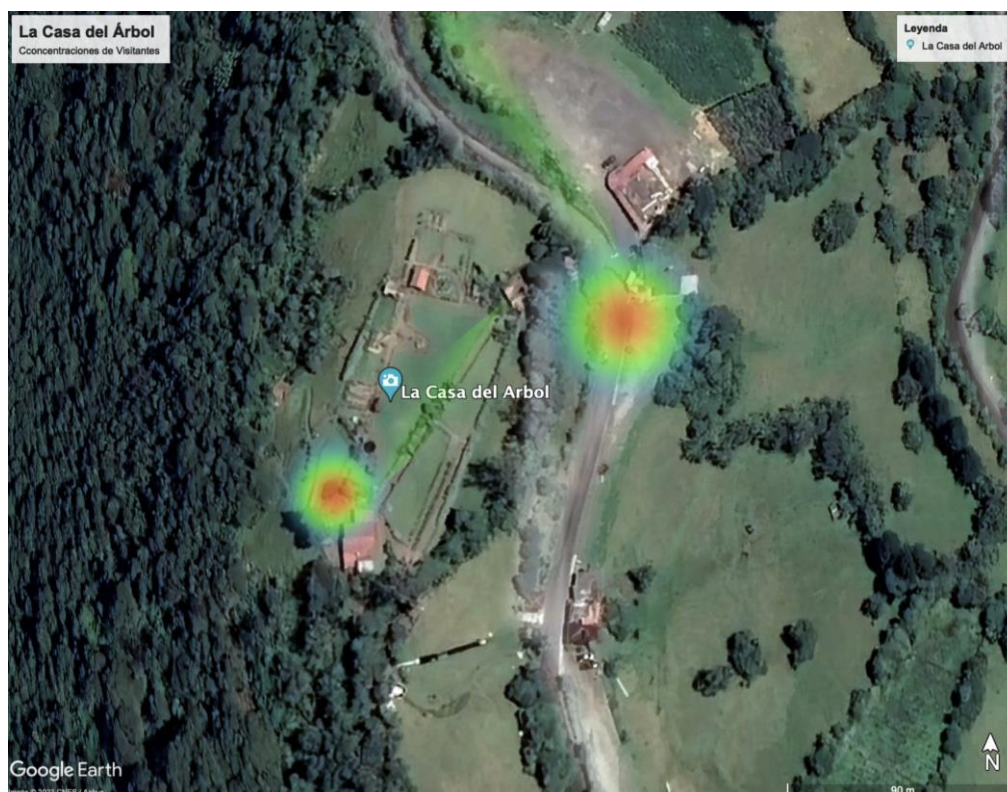
Fuente: Propia

Fecha: 2023

Durante el período festivo en cuestión, se registró un total de 154 visitantes en la Casa del Árbol. El promedio de llegada de personas por tramo de 30 minutos fue de aproximadamente 38. Se destaca que la hora de mayor afluencia de visitantes se produjo entre las 4:00 p.m. y las 4:30 p.m.

Ilustración 30

Mapa de Calor de las concentraciones de visitantes

**Ilustración N° 30**

Título: Puntos de mayor concentración de visitantes en

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Google Earth

Fecha: 2023

2.2.1.3.7. Nivel de Congestión en las rutas de movilidad

Se ha identificado que la calle hacia Runtun presenta una configuración estrecha, presentando ciertos tramos que, a pesar de ser de dos carriles, dan la apariencia de ser de un solo carril. Esta situación puede generar congestión en las filas de vehículos que intentan acceder a los miradores y recursos turísticos ubicados a lo largo de la ruta. Aunque el estacionamiento es amplio, se ha observado una congestión considerable debido a la falta de una entrada y salida separadas, lo que resulta en que los vehículos ingresen y salgan por el mismo punto.

2.2.1.3.8. Impactos Negativos observados

Se ha constatado que la Casa del Árbol y sus alrededores han experimentado efectos negativos en su entorno natural. Se ha observado erosión del suelo debido al pisoteo constante de los visitantes, lo que ha llevado a una disminución en la flora y fauna del área. Además, los animales locales tienden a huir debido al temor generado por la presencia de vehículos y turistas. Esta situación ha afectado la calidad de la experiencia turística, ya que se ha masificado el lugar y los visitantes se centran principalmente en tomar fotografías, generando grandes colas para acceder a la Casa del Árbol o al columpio. Asimismo, se ha detectado una acumulación significativa de basura en el lugar. La llegada masiva de turistas en chivas, especialmente en horarios concentrados, ha contribuido a la sensación de urgencia y la limitación de tiempo para disfrutar plenamente de la experiencia.

2.2.1.3.9. Evidencia fotográfica del Estudio

Ilustración 31

Concentraciones de visitantes en la Casa del Árbol



Ilustración N° 31

Título: Concentraciones de visitantes del Mega Park Río Blanco

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

2.2.1.4. Estudio Georeferenciado Observacional 4: Identificación de las concentraciones de visitantes en los principales Miradores del Cerro de las Antenas

2.2.1.4.1. Ubicación

Para el estudio se centró en las manos de Dios, ubicada en la vía de las Antenas a 20 minutos de la Carretera Baños Puyo Cruzando el Puente del Río Pastaza ubicado al frente de Baños Centro. También se verificó afluencia de visitantes y vehículos en otros miradores al momento de movilizarse hacia y de vuelta de la Manos de Dios.

2.2.1.4.2. Coordenadas

Las coordenadas de Las Manos de Dios son: -1.3780956255662804, -78.43536617116891 GCS.

2.2.1.4.3. Período de estudio

Se llevaron a cabo observaciones en dos feriados nacionales de Ecuador, específicamente durante el periodo de Carnaval en febrero de 2023 y la conmemoración de la Batalla del Pichincha el 24 de mayo de 2023. Durante estos días festivos, se pudo constatar que las horas de mayor afluencia y concentración de visitantes se situaban entre las 14:00 y las 16:00 horas.

2.2.1.4.4. Tiempo promedio de estadía

La duración media de la estancia de los visitantes en el sitio se ha estimado en un intervalo de tiempo de aproximadamente 30 minutos. Esta cifra refleja el promedio de tiempo que los turistas dedican a participar en actividades recreativas disponibles en el lugar. La estimación de esta duración se ha obtenido a través de un análisis exhaustivo de los datos recopilados durante el proceso de monitoreo y a través de la observación directa de los visitantes en el área correspondiente.

2.2.1.4.5. Puntos de observación estratégicos:

La selección de los puntos de observación se llevó a cabo considerando tanto criterios objetivos como la valiosa percepción y experiencia de los investigadores involucrados en el estudio. Conscientes de la importancia de capturar los lugares de mayor concentración de visitantes, se determinó que las áreas de especial interés se ubicaban en la entrada principal y el estacionamiento de las manos de Dios, así como de otros miradores nuevos en la subida de las Antenas.

2.2.1.4.6. Individuos que arribaron en el período de estudio

2.2.1.4.6.1. Feriado de Carnaval 2023

Ilustración 32

Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo

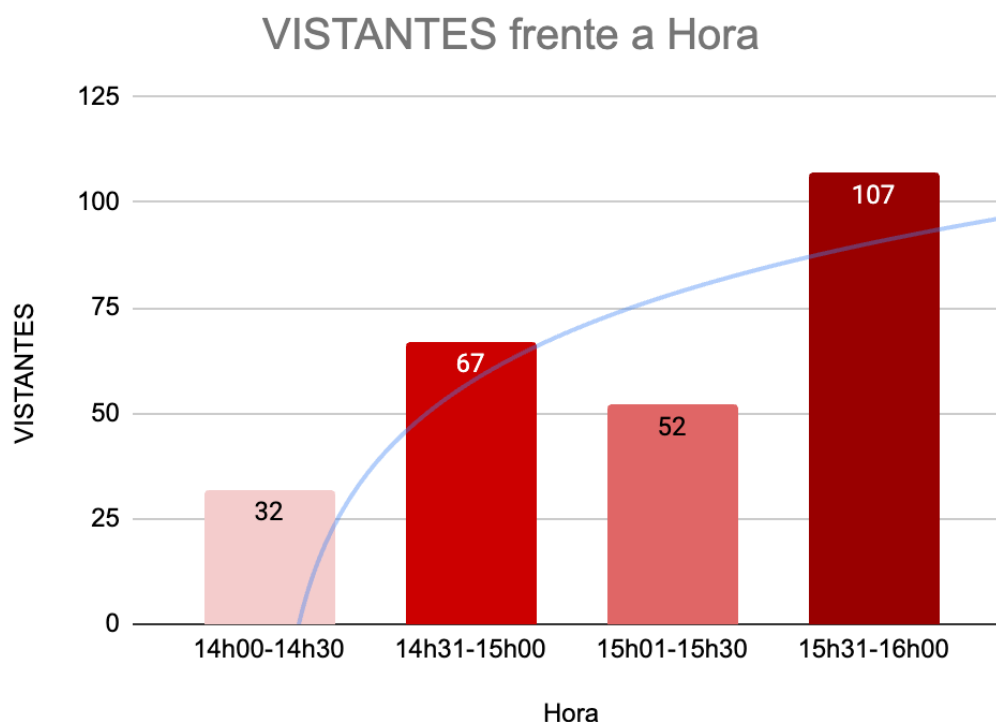


Ilustración N° 32

Título: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

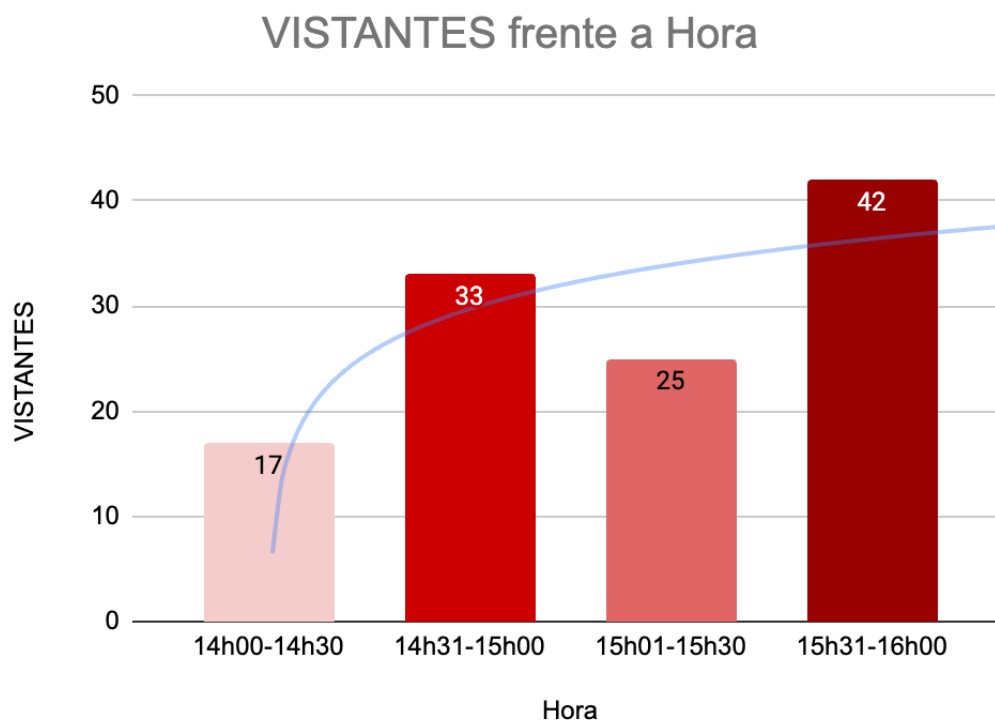
Fecha: 2023

Durante el período de estudio, se registró la llegada de un total de 258 turistas a Las Manos de Dios. Esta cifra representa el número total de visitantes que acudieron al lugar en el período analizado. El promedio de turistas por tramo de tiempo fue de 64 visitantes. Esta estadística indica la cantidad promedio de personas que llegaron a Las Manos de Dios en cada intervalo de tiempo establecido. Entre las 3:30 p.m. y las 4:00 p.m., se observó la llegada del mayor número de turistas, alcanzando un total de 107 personas. Este período de tiempo se destaca como el de mayor afluencia durante el estudio.

2.2.1.4.6.2. Feriado de La Batalla del Pichincha 2023

Ilustración 33

Gráfico de Barras del Número de visitantes por tramo

**Ilustración N° 33**

Título: Gráfico de Barras del número de visitantes por tramo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Durante el período de estudio, se registró la llegada de un total de 117 turistas a Las Manos de Dios. Este número representa la cantidad total de visitantes que acudieron al lugar durante las dos horas de análisis. El promedio de turistas por tramo de tiempo fue de 29 personas. Esta estadística indica la cantidad promedio de turistas que llegaron a Las Manos de Dios en cada intervalo de tiempo establecido. Se observó que el período de mayor afluencia de turistas se produjo entre las 3:30 p.m. y las 4:00 p.m., donde se registró la llegada de 42 visitantes, siendo este el número más alto durante el período de estudio.

Ilustración 34

Mapa de Calor de las concentraciones de visitantes

**Ilustración N° 34**

Título: Puntos de mayor concentración de visitantes en

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Google Earth

Fecha: 2023

2.2.1.4.7. Nivel de congestión en las rutas de movilidad

El camino de las Antenas presenta una serie de desafíos en términos de su anchura, lo cual dificulta el paso de vehículos de gran tamaño como las chivas o busetas. Se han identificado tramos angostos que generan situaciones de congestión, ya que los vehículos se ven obligados a desplazarse peligrosamente hacia un lado cercano al abismo para permitir el paso. Esta situación representa un riesgo para la seguridad vial.

En cuanto a la afluencia de vehículos, se observa un promedio de llegada de 4 a 5 chivas por hora, además de 10 a 12 vehículos de transporte turístico y privado. Esta

afluencia adicional de vehículos agrava la congestión en el camino, ya que el lugar de estacionamiento disponible resulta insuficiente. Como resultado, los vehículos se estacionan a lo largo del tramo derecho de la vía, lo cual aumenta aún más la congestión y dificulta el flujo normal del tráfico para otros vehículos que circulan por la zona.

2.2.1.4.8. Impactos Negativos observados

La congestión vehicular en Las Manos de Dios no es el único problema que afecta la experiencia turística en la zona. El exceso de personas también genera malestar y repercute negativamente en la calidad del ambiente. Se observa que los visitantes consumen alimentos y arrojan sus desechos a la quebrada, lo cual causa una contaminación ambiental indeseable. Además, se ha implementado iluminación en el área hasta altas horas de la noche para prolongar las actividades. Sin embargo, esta medida ha generado un aumento significativo en la contaminación lumínica, no solo en el mirador en cuestión, sino también en otros miradores del cerro. Este exceso de luz nocturna afecta negativamente los ecosistemas y la visibilidad del cielo estrellado.

En términos de contaminación del aire, aunque en menor proporción, los vehículos también contribuyen a la degradación de la calidad del aire en la zona. Teniendo en cuenta que un coche de gasolina de tamaño mediano emite en promedio 150 gramos de CO₂ por kilómetro recorrido (Díaz, 2022) y considerando que se recorren en promedio 10 kilómetros hacia cada atractivo turístico, podemos calcular la contaminación generada por los aproximadamente 200 vehículos diarios que llegan a dichos lugares. En términos de contaminación diaria, la multiplicación de 200 vehículos por 10 kilómetros y 150 gramos de CO₂ por kilómetro nos da un total de 300,000 gramos o 300 kilogramos de CO₂ emitidos al día. Al considerar la contaminación semanal, multiplicamos 300 kilogramos diarios por 7 días, lo que resulta en 2,100 kilogramos o 2.1 toneladas de CO₂ por semana. Además, para la contaminación mensual, multiplicamos 300 kilogramos diarios por aproximadamente 30 días, lo que equivale a 9,000 kilogramos o 9 toneladas de CO₂ emitidos al mes. Estas cifras nos brindan una estimación de la cantidad de CO₂ emitido por los vehículos diariamente, semanalmente y mensualmente, teniendo en cuenta el promedio de emisión por kilómetro y el número de vehículos que llegan a los atractivos turísticos. Estos cálculos son estimaciones y pueden variar según las características y condiciones de los vehículos. El constante tránsito de vehículos genera emisiones de partículas y gases que afectan la calidad ambiental y la salud de los visitantes.

Otro impacto significativo es la degradación del terreno debido a la erosión provocada por el pisoteo constante de los visitantes. Además, se han removido áreas verdes y se han creado rutas para caminar, lo que ha resultado en la pérdida de espacios naturales y la disminución de la biodiversidad local.

Por otro lado, la presencia de numerosos vehículos genera una alta concentración de polvo, lo cual afecta negativamente a los visitantes y compromete la calidad del ambiente en Las Manos de Dios. Además, la construcción de miradores en laderas puede plantear un riesgo de deslizamientos de tierra debido a la presión ejercida por el peso de las personas en la infraestructura. Esta situación incrementa la posibilidad de deslaves y compromete la seguridad de los visitantes.

2.2.1.4.9. Evidencia fotográfica del estudio

Ilustración 35

Concentraciones de visitantes en las Manos de Dios



Ilustración N° 35

Título: Concentraciones de visitantes del Mega Park Río Blanco

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

2.2.2. Resultados Generales del Estudio

Durante el estudio en el Pailón del Diablo, se identificaron limitaciones relacionadas principalmente con la falta de recursos para contratar personal especializado exclusivo para el estudio, lo que condujo a la participación de solo dos personas encargadas de la

investigación, una en cada atractivo turístico. Además, debido a la coincidencia de las horas de mayor concentración de visitantes en los diferentes lugares, se llevó a cabo el estudio en los 2 días de mayor demanda durante cada feriado. Aunque los resultados deben considerarse aproximados debido a estas limitaciones, brindan una perspectiva clara sobre las concentraciones de visitantes en los cuatro lugares de estudio.

Dentro de un Análisis general del estudio en el tiempo promedio de vista, este revela que la duración promedio de la estadía varía en los diferentes sitios turísticos estudiados. En el Pailón del Diablo, los visitantes pasan en promedio de 25 a 30 minutos, lo que indica una estancia relativamente prolongada. Por otro lado, en Megapark Río Blanco, la duración media de la visita es de aproximadamente 20 minutos, lo que implica un tiempo más breve en comparación con el Pailón del Diablo. En la Casa del Árbol y en las Manos de Dios, la duración promedio de la estadía se estima alrededor de los 30 minutos, lo que indica una estancia similar a la del Pailón del Diablo. Estos resultados destacan las diferencias en la preferencia de los visitantes en cuanto a la duración de su visita, lo que puede estar relacionado con la variedad de atracciones y actividades ofrecidas en cada sitio turístico.

Durante el feriado de Carnaval, el total de personas que llegaron a cada lugar fue el siguiente: 465 visitantes en el Pailón del Diablo, 174 visitantes en el Megapark Río Blanco y 310 visitantes en la Casa del Árbol, sumando un total de 949 personas. En el feriado de la Batalla del Pichincha, se registraron 185 visitantes en el Pailón del Diablo, 104 visitantes en el Megapark Río Blanco y 154 visitantes en la Casa del Árbol, sumando un total de 443 personas. Para determinar el promedio de personas que visitan cada lugar en los dos feriado, se suman los totales de visitantes en cada lugar y se dividen entre 2, ya que se tienen dos feriado. En el Pailón del Diablo, el promedio fue de 325 personas, en el Megapark Río Blanco fue de 139 personas y en la Casa del Árbol fue de 232 personas. En cuanto a la hora de mayor afluencia de visitantes, los datos indican que durante ambos feriado en la Casa del Árbol, la hora de mayor afluencia se produjo entre las 4:00 p.m. y las 4:30 p.m.

En el análisis de la información observada y recopilada sobre el nivel de congestión en diferentes lugares turísticos, se observa una problemática común relacionada con la estrechez de las vías de acceso y estacionamiento insuficiente. En el caso de Pailón del Diablo, se registró una afluencia de vehículos como chivas, busetas y vehículos privados, lo que generó una notable congestión vehicular. En el Megapark Río Blanco, la concentración de chivas, vehículos privados y busetas, sumado a los estacionamientos improvisados y la estrechez de la vía, contribuyeron a la congestión y dificultaron el flujo normal del tráfico. En la Casa del Árbol, la configuración estrecha de la calle hacia Runtún y la falta de entrada y

salida separadas en el estacionamiento también generaron congestión vehicular. Por último, en las Manos de Dios, el camino de las Antenas presentó desafíos debido a su anchura limitada, provocando congestión y riesgos para la seguridad vial.

En los diferentes lugares turísticos analizados, se observan impactos negativos recurrentes que afectan la calidad de la experiencia y la preservación del entorno natural. Uno de los principales problemas es la masificación y aglomeraciones, que se manifiestan en la gran afluencia de turistas que satura los lugares y dificulta disfrutar plenamente del entorno. Esta situación compromete la privacidad de los visitantes y dificulta establecer una conexión íntima con la naturaleza.

Otro impacto significativo es la contaminación ambiental causada por la presencia de basura arrojada por los visitantes en diferentes lugares turísticos. La falta de conciencia ambiental y el inadecuado manejo de los desechos generan una degradación del entorno y afectan negativamente la calidad del ambiente para los visitantes y la biodiversidad local. Según el PDOT de Baños 2019-2013, la cantidad promedio de toneladas de basura ingresadas diariamente en el cantón Baños, incluyendo feriados y fines de semana, asciende a 19 tn. El 68,15% de los residuos son de origen orgánico, seguido por el cartón y el papel con un porcentaje de 5,36% cada uno. Los plásticos rígidos y suaves representan el 4,50% y 6,02%, respectivamente. Además, el vidrio constituye el 3,00%, mientras que la madera, el metal y la chatarra tienen una presencia mínima de 0,001% cada uno. Los textiles, pañales desechables, papel higiénico y toallas sanitarias representan el 2,06%, y se asignó un 2,80% para otros tipos de residuos.

En promedio, el cantón Baños genera aproximadamente 133 toneladas de residuos por semana. Además, al multiplicar la cantidad diaria de 19 toneladas por el número de días en un mes (30), se estima que se generan alrededor de 570 toneladas de residuos mensualmente. En cuanto a la gestión de residuos en el cantón Baños, se observa que el 65,41% de las viviendas en la zona urbana utilizan diferentes métodos para la eliminación de basura. El 59,80% de las viviendas optan por el servicio de carro recolector, mientras que el 0,69% la arroja al terreno o quebrada. Un 0,59% de las viviendas realiza quemadas, el 0,19% la entierra, el 0,17% la arroja al río y un 3,97% utiliza otras formas de eliminación.

En el PDOT se menciona que en la zona rural, el principal método de eliminación de basura es a través del servicio de carro recolector, utilizado por el 22,73% de las viviendas. En menor medida, el 5,15% realiza quemadas, el 3,89% la arroja a terrenos baldíos o quebradas, y el 2,28% la entierra. Existen casos en los que se arroja al río o se utiliza otra forma de disposición, pero en porcentajes aún más bajos. La información anterior revela una notable

cantidad de desechos generados en relación a la población del cantón Baños, compuesta por un promedio de 20,000 residentes y 35,000 visitantes mensuales. Estas cifras son considerablemente altas para un cantón de tamaño moderado como Baños. Este flujo de personas, sumado a las actividades turísticas y comerciales, contribuye significativamente al volumen de residuos producidos en la zona.

La erosión del suelo es otro problema recurrente en varios destinos turísticos. El constante pisoteo de los visitantes y la falta de medidas de manejo adecuadas resultan en la erosión de los suelos, lo cual impacta negativamente en la flora y fauna de la zona y compromete la preservación del entorno natural. También el ruido es un problema detectado en los atractivos en momentos de gran concurrencia. Se presenta una Ordenanza el año 2008 que sigue en vigencia a la actualidad, la cual se enfoca directamente a la prevención y control de la contaminación producida por ruido en el cantón Baños de Agua Santa, que obedece a las siguientes regulaciones:

Tabla 20
Nivel de presión sonora en dB aceptada dentro del Cantón

Categoría de Vehículo	Descripción	Nivel de presión sonora equivalente a NPS eq [bB(A)]	
Motocicletas y Cuadrones	De 200cc – +500cc	80 – 85	
Vehículos	Transporte de 9 personas - a + 3,5 toneladas	80 – 82	
Vehículos de Carga	Peso máximo 3,5 toneladas – +12 toneladas	81 – 88	
Chivas	Transporte de 30 personas – 40 personas	82	
<hr/>			
Tipo de Zona según el uso del suelo	Nivel de presión sonora equivalente a NPS eq [bB(A)]		
	De 6:00 a 20:00	De 20:00 a 6:00	
Zona Hospitalaria y Educativa	45	35	
Zona Residencial	50	40	
Zona Residencial Mixta	55	45	
Zona Comercial	60	50	
Zona Comercial Mixta	65	55	
Zona Industrial	70	60	

Tabla N°20

Título: Nivel de presión sonora en dB aceptada dentro del Cantón

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ilustre Municipalidad de Baños de Agua Santa

Fecha: 2008

En 2018, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas realizó un estudio en la zona norte de la carretera Pelileo - Baños. El objetivo principal fue evaluar la conveniencia de dicha zona debido a su cercanía con el territorio de Baños de Agua Santa. Los resultados obtenidos a partir de las mediciones realizadas fueron los siguientes:

Tabla 21

Presión sonora en carretera Pelileo - Baños

Sitios de muestreo	Resultados de dB	
	Máximos	Media
Entrada al Pingue	78,8	67,9
Sector La Pampa	82,9	69,4
Puente las Juntas	82,7	70,3

Tabla N°21

Título: Presión sonora en carretera Pelileo - Baños

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Informes de Monitoreo de Ruido, ALSGLOBAL.

Fecha: 2018

Se debe aclarar que el estudio por parte de ALSGLOBAL (2018) se realiza en un horario diurno y nocturno, que comprende de 7:00 – 21:00, y de 21:00 – 7:00 en donde el sector La Pampa a pesar de presentar el mayor pico de nivel de ruido no es la que presenta una media constante más alta, sino el sector del Puente las Juntas que es el que se encuentra más

próximo a la cabecera cantonal de Baño de Agua Santa. Como resultado se tiene que en un promedio total el ruido generado, calculado en dB es de 69,2 dB en el área tomada en cuenta.

En relación con el nivel de presión sonora permitida, se encuentra muy por debajo del margen de contaminación auditiva, se debe tomar en cuenta que el área es de categoría Agrícola Residencial por lo cual el estudio no sería un análisis específico de la gran afluencia turística y congestión vehicular en la cabecera cantonal.

Por otro lado, el ingeniero Luis Alvear (2016), presenta el análisis del ruido presentado por el Balneario Santa Clara, estudio realizado tanto al cuarto de bombas como a las casa de máquinas, el Balneario se ubica en la cabecera cantonal en la zona Sur – Este del territorio, se tuvieron los siguientes resultados descritos en la tabla 22.

Tabla 22

Presión sonora en Balneario Santa Clara

Sitio de estudio	Horario	Resultado		
		Máximo dB	Mínimo dB	Total dB incluyendo ruido residual
Casa de Máquinas	6:00 – 20:00	53	51	52
	20:00 – 6:00	53	49	50
Cuarto de bombas	6:00 – 20:00	56	56	56
	20:00 – 6:00	59	58	55

Tabla N°22

Título: Presión sonora en Balneario Santa Clara

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: GRUNTEC ENVIRONMENTAL SERVICES

Fecha: 2016

De acuerdo a la tabla, el pico de contaminación ambiental se presenta en el horario nocturno en el cuarto de bombas, donde se excede los niveles de tolerancia establecidos por la Ordenanza de Prevención y Control de la Contaminación producida por Ruido en el Cantón Baños de Agua Santa. En general la casa de máquinas no presenta contaminación por ruido en ninguno de los horarios analizados, encontrándose en el margen de contaminación con 50 dB, pero como se esperaba el cuarto de bombas genera contaminación en el horario nocturno, después de tomar en cuenta el ruido residual presente en la zona en su totalidad, se presenta una media de 55 dB, mientras que su nivel permitido en horario nocturno es de 50 dB.

De acuerdo al Ing. Pilar Gonzales (2020), en base al estudio el impacto ambiental expost de la fábrica Agoyán en Baños de Agua Santa, ubicada al este del cantón, su medición se basa en el área del caldero y el área de los silos, que da como resultado lo siguiente:

Tabla 23

Presión sonora en Fábrica Agoyán

Área de Estudio	Total de dB
Área de Silos	71,9
Área de caldero	64,2

Tabla N°23

Título: Presión sonora en fábrica Agoyán

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Informe de Resultados No. R-070-20 // Estudio de Impacto ambiental expost fábrica Agoyán Cantón Baños, provincia de Tungurahua

Fecha: 2016

La represa Agoyan al ser un atractivo turístico por la vista que se presenta desde el puente con su mismo nombre, se toma en cuenta lo analizado en la fábrica Agoyán, en el área de silos así como de caldero se tiene una media que en el caso del caldero no presenta ningún inconveniente, tomando en cuenta que se labora en un horario diurno. Por otro lado, el área de silos presenta un excedente, con un total de 71,9 dB, lo que demuestra una contaminación ambiental por causa del ruido.

Como ya se mencionó previamente, la congestión vehicular también es un impacto común en estos lugares. La infraestructura vial es limitada y la gran cantidad de vehículos como chivas, busetas y vehículos privados, generan conglomeraciones y dificultan la movilidad de los visitantes y residentes, afectando la calidad de la experiencia turística. Por último, la pérdida de privacidad y la dificultad para establecer una conexión auténtica con la naturaleza también se destacan como impactos negativos. La masificación y concentración en áreas turísticas disminuyen la privacidad y la posibilidad de disfrutar de un entorno tranquilo, lo cual afecta la experiencia de los visitantes.

En la sección de anexos referente a este estudio se proporciona una amplia compilación de pruebas fotográficas que respaldan y complementan los hallazgos y análisis del mismo. Dichas evidencias visuales enriquecen la comprensión y validez de los resultados obtenidos, al tiempo que brindan una representación gráfica detallada de los aspectos investigados. La inclusión de estas fotografías en los anexos fortalece la base empírica del estudio y ofrece una referencia visual adicional.

2.3 Ordenanzas municipales que rigen en torno a la actividad turística en el cantón Baños de Agua Santa

Las Ordenanzas Municipales son regulaciones establecidas por las autoridades locales para garantizar el ordenamiento y la sostenibilidad en diversas actividades dentro de un cantón o ciudad. En el caso del cantón Baños, ubicado en la provincia de Tungurahua en Ecuador, existen diversas Ordenanzas Municipales que regulan la actividad turística, una de las principales fuentes de ingresos de la región. Estas regulaciones buscan asegurar la protección del patrimonio natural y cultural del cantón, el bienestar de los turistas y la comunidad local, así como también garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad en los servicios turísticos ofrecidos. En el ámbito turístico, es esencial conocer las regulaciones establecidas por las autoridades municipales para determinar si existen regulaciones en relación a ciertas concentraciones de visitantes que puedan causar impactos negativos. La fuente de la información analizada a continuación es la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Baños de Agua Santa (2020), en su sección de Ordenanzas.

2.3.1. Ordenanza que regula la gestión ambiental provincial y el ejercicio de sus facultades como autoridad ambiental de aplicación responsable en la provincia de Tungurahua.

La gestión ambiental en el cantón Baños es fundamental para su desarrollo turístico sostenible. En este sentido, es importante conocer las regulaciones establecidas en el ámbito provincial y su relación con las políticas locales. En la provincia de Tungurahua, se encuentra la única Ordenanza vigente relacionada con la gestión del medio ambiente, la cual rige en todo el territorio provincial y, por ende, en el cantón Baños. Esta Ordenanza establece la regulación de la gestión ambiental y el papel de la Autoridad de Aplicación Ambiental Responsable en la provincia, en concordancia con la normativa emitida por la Autoridad Ambiental Nacional.

El objetivo principal de esta Ordenanza es supervisar y controlar los procesos de rectoría, planificación, regulación, control y gestión ambiental en la región, lo que implica la implementación de estrategias para la protección y conservación del medio ambiente en la provincia. Además, la Ordenanza busca impulsar la creación y aplicación de normativas de uso y ocupación del suelo en los ecosistemas páramos, un recurso natural importante para el cantón Baños, debido a su biodiversidad y su contribución a la regulación del clima. También promueve la Declaratoria de Áreas Protegidas Municipales y/o Comunitarias en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, lo que permitiría establecer medidas para la conservación y protección de la biodiversidad en el territorio cantonal.

Por ello se puede indicar que la Ordenanza provincial relacionada con la gestión ambiental es de vital importancia para el cantón Baños, pues establece regulaciones para la protección y conservación del medio ambiente en la región. Además, esta Ordenanza impulsa la creación de normativas locales para el uso y ocupación del suelo en los ecosistemas páramos y la Declaratoria de Áreas Protegidas Municipales y/o Comunitarias, lo que contribuye a la sostenibilidad y al desarrollo turístico responsable del cantón. Es fundamental que los actores involucrados en la actividad turística en el cantón Baños conozcan estas regulaciones para contribuir a un turismo sostenible en la región.

2.3.2. Ordenanza que regula Tarabitas y Canopy en el Cantón Baños de Agua Santa.

La ordenanza de tarabitas de Baños de Agua Santa es una regulación que establece los requisitos y medidas de seguridad para la operación y uso de los sistemas de cables utilizados en el área. Su objetivo principal es garantizar la seguridad de los usuarios de las tarabitas y proteger el medio ambiente local. Para lograr esto, la ordenanza establece requisitos como permisos y licencias, cumplimiento de estándares de seguridad y mantenimiento adecuado de los equipos. También se establecen medidas de seguridad para los usuarios, como el uso de equipos de protección personal y la limitación de la capacidad de carga de las tarabitas.

Además, la ordenanza confiere al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Baños de Agua Santa la responsabilidad de controlar y regular estas actividades. El GAD Municipal establecerá las condiciones legales, técnicas, mecánicas, eléctricas y de seguridad necesarias para la aprobación y funcionamiento de las tarabitas. Cabe destacar que la ordenanza prohíbe la instalación de estos proyectos en las áreas de protección urbana y de expansión de la ciudad.

En resumen, la ordenanza de tarabitas de Baños de Agua Santa es una regulación esencial que busca garantizar la seguridad de los usuarios y proteger el entorno natural. Además, establece la competencia exclusiva del GAD Municipal para supervisar y regular estas actividades, estableciendo las condiciones necesarias para su aprobación y funcionamiento.

2.3.3. Ordenanza de operación turística de aventura

La presente Ordenanza se aplica a todas las agencias de viajes operadoras o duales que ofrecen servicios turísticos de aventura en el Cantón Baños de Agua Santa, con el fin de establecer requisitos específicos para la operación, seguridad, capacitación y equipamiento necesario para llevar a cabo estas actividades. El objetivo principal de esta Ordenanza es regular las operaciones turísticas de aventura que realizan las agencias de viajes operadoras o duales en el Cantón Baños de Agua Santa, a través de un control permanente de las actividades de aventura, con el fin de garantizar la integridad y seguridad de los usuarios.

Es importante destacar que la Ordenanza regula todas las operaciones turísticas de aventura en el Cantón Baños de Agua Santa, incluyendo actividades como rafting, canyoning, escalada, parapente, entre otras. Las agencias de viajes operadoras o

duales deben cumplir con los requisitos específicos establecidos en la Ordenanza para llevar a cabo estas actividades, lo que incluye la capacitación y el equipamiento adecuado para garantizar la seguridad de los turistas. En caso de incumplimiento, se establecen sanciones que pueden incluir multas pecuniarias y la inhabilitación del área para continuar realizando operaciones hasta que se cumpla con los requisitos establecidos.

2.3.4. Ordenanza que regula el funcionamiento de bares, discotecas, salas de baile y peñas en el Cantón Baños de Agua Santa

La Ordenanza Municipal de Baños de Agua Santa sobre el funcionamiento de los establecimientos turísticos de diversión nocturna es una regulación importante que establece los requisitos que deben cumplir los bares, discotecas, salas de baile y peñas. Esta ordenanza se encuentra en concordancia con la Ley de Turismo y su Reglamento General de Aplicación y tiene como objetivo garantizar la seguridad de los clientes y proteger el bienestar de la comunidad. Entre los requisitos establecidos en la ordenanza, se encuentra la necesidad de que los establecimientos nocturnos cumplan con medidas de seguridad específicas, como la disponibilidad de extintores, salidas de emergencia, iluminación adecuada y sistemas de ventilación. Además, se exige el cumplimiento de límites de ruido para garantizar que no se perturbe la tranquilidad de los residentes cercanos y se prohíbe el ingreso de menores de edad para evitar cualquier tipo de problema que pueda surgir.

La fiscalización y control de los establecimientos se realiza mediante inspecciones y mediciones por parte de los empleados y/o funcionarios municipales. La falta de cooperación de los establecimientos con estas inspecciones puede resultar en sanciones económicas y, en casos graves, clausuras temporales o definitivas del establecimiento. Las sanciones son impuestas por el Comisario Municipal luego de recibir el informe correspondiente. La ordenanza también establece requisitos mínimos de operación para cada tipo de negocio de este rubro, los niveles de ruido permitidos y la obligación de obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) para el funcionamiento del establecimiento. Una de las novedades importantes que se incluyen en esta ordenanza son los horarios de atención, que se han alargado hasta las 2 de la mañana de lunes a sábado. Esto se hace para impulsar el turismo en la zona y generar más ingresos para la comunidad local.

En definitiva, la Ordenanza Municipal de Baños de Agua Santa sobre el funcionamiento de los establecimientos turísticos de diversión nocturna es una

regulación vital que establece las normas de funcionamiento para estos establecimientos en armonía con la Ley de Turismo y su Reglamento General de Aplicación. El objetivo de esta ordenanza es proteger la seguridad de los clientes, garantizar la tranquilidad de la comunidad local y promover el turismo en la zona.

2.3.5. Ordenanza que regula la actividad y el servicio de transporte terrestre turístico en el cantón Baños de Agua Santa.

La Ordenanza que establece las regulaciones y disposiciones para el transporte terrestre turístico en el cantón de Baños de Agua Santa tiene como objetivo principal fomentar y regular el turismo en la zona, a través de la implementación de medidas que garanticen la seguridad y calidad del servicio de transporte turístico. Esta Ordenanza fue aprobada previamente por el Concejo Municipal en diferentes periodos y ha sido oficialmente publicada y está en vigencia, bajo la supervisión y control del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón.

En el Capítulo I se detallan los sujetos del impuesto y sus respectivas obligaciones, en donde se establece que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón de Baños de Agua Santa es el sujeto activo del impuesto, mientras que las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y negocios individuales nacionales o extranjeros domiciliados en el cantón o que tengan sus agencias o sucursales dentro de la jurisdicción del cantón, están obligados legalmente a llevar contabilidad y son los sujetos pasivos del impuesto. En el Capítulo II se describe el hecho generador del impuesto, el cual se refiere al ejercicio habitual de actividades comerciales, industriales, financieras y de servicios realizadas por los sujetos pasivos mencionados en el Capítulo I. Asimismo, el Capítulo III establece la base imponible y la tarifa aplicable para calcular el impuesto, donde la base imponible corresponde al valor total de los activos fijos e intangibles de los sujetos pasivos al 31 de diciembre del año anterior, y la tarifa aplicable es del 1.5 por mil sobre la base imponible.

Por último, el Capítulo IV detalla las obligaciones formales y procedimientos para la determinación, administración, control y recaudación del impuesto. Los sujetos pasivos deben presentar una declaración jurada anual de sus activos totales al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Baños de Agua Santa, y también deben facilitar a los funcionarios autorizados por la Gestión Financiera los libros contables y documentos necesarios para la determinación y fiscalización del impuesto. En caso de incumplimiento, se establecen sanciones y multas correspondientes. En conclusión, esta Ordenanza busca promover el desarrollo

turístico sostenible en el cantón de Baños de Agua Santa, a través de la implementación de medidas regulatorias que garanticen la calidad y seguridad del transporte terrestre turístico en la zona.

Luego de analizar las principales ordenanzas de turismo en Baños de Agua Santa, se evidencia que la regulación de visitantes no es una prioridad en las mismas. A pesar de que se establecen regulaciones y disposiciones para los establecimientos turísticos y el transporte terrestre turístico, no se menciona de manera clara cómo se controla la cantidad de turistas que visitan la zona. Esta falta de regulación puede generar una concentración excesiva de turistas en ciertos lugares y una saturación de los servicios turísticos disponibles, lo que puede afectar negativamente la experiencia de los visitantes y la sostenibilidad del destino turístico a largo plazo.

2.4 Análisis del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Baños en torno al desarrollo turístico

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2019), el cantón se posiciona como el "principal destino turístico del país" con la presencia de 101 atractivos naturales, recreativos, religiosos y otros. Actualmente, se observa un flujo considerable de turistas motivados por la religión, debido a la Basílica y la Virgen del Rosario de Agua Santa. Sin embargo, a pesar de la presencia de devotos, se ha evidenciado un cambio hacia un enfoque más orientado al turismo de ocio, aventura y naturaleza, dejando de lado el aspecto religioso. A mediados de 2022, se llevó a cabo una renovación en el Santuario de la Virgen de Baños (PDOT, 2019).

El PDOT también impulsa la implementación de nuevas modalidades como el turismo comunitario, agroturismo y turismo científico, que tienen potencial para convertirse en referentes importantes en diferentes tipos de turismo. Sin embargo, hasta el momento no se ha observado un crecimiento significativo en estas áreas, ya que el enfoque se ha centrado en la explotación de recursos existentes, descuidando el desarrollo de nuevas atracciones y la diversificación de productos turísticos, lo que limita el alcance del cantón en este sentido.

El término de turismo sostenible ha sido abordado desde una perspectiva mercantilista, donde el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) cantonal se presenta como líder en los esfuerzos para promover el Turismo Sostenible. Se autodefine como un promotor de la imagen de un destino natural y ecológico, estableciendo una conexión con los objetivos del Plan Toda una Vida y los Objetivos de Desarrollo de la ONU, los cuales se centran en el "turismo sostenible, erradicación de la pobreza, aumento de la rentabilidad, equidad y

protección ambiental, involucrando tanto al sector público como al privado de la comunidad" (PDOT, 2019).

No obstante, esta visión ha generado cierta insatisfacción, ya que se evidencia un enfoque en la promoción local que propicia la negligencia ambiental y social en torno a las áreas naturales, en aras de un crecimiento económico y empleo, sin tener en cuenta los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad. Los beneficios económicos se han convertido en la prioridad, sin considerar el desarrollo de las comunidades y la protección del medio ambiente, beneficiando principalmente a los propietarios de los atractivos naturales más destacados, quienes han descuidado la preservación ambiental a cambio de mayores ingresos.

A pesar de que el territorio cuenta con condiciones propicias para la actividad turística, se observa un abuso por parte de ciertas operadoras turísticas, generando un turismo desleal y contraviniendo las disposiciones establecidas en el Reglamento General de Actividades Turísticas, como menciona el PDOT. Estos problemas parecen estar relacionados con el enfoque centrado en la zona urbana de la cabecera cantonal, donde se concentra la mayoría de las actividades turísticas debido a la competitividad existente en esa área. Además, se evidencia una notable falta de promoción territorial que excluye a las parroquias rurales del ámbito turístico, limitando su participación a la promoción presente únicamente en la zona urbana. Las iniciativas de cuidado ecológico y turismo sostenible se ven socavadas por el enfoque mercantilista que busca la masificación turística y no considera los impactos ambientales, priorizando el beneficio económico de las ofertas privadas que dominan el sector turístico del cantón, como se mencionó anteriormente.

Se destaca que la única área protegida donde se prohíbe el turismo es la zona núcleo del Parque Nacional Llanganates. Lamentablemente, no se cuenta con un plan de manejo para las áreas naturales, a pesar de formar parte del corredor ecológico Sangay-Llanganates. Teniendo en cuenta que las áreas naturales son los principales impulsores del turismo en el territorio, esta falta de planificación conlleva a una degradación progresiva y mal uso de estas áreas. Sumado a la falta de conciencia ambiental por parte de los turistas, se generan zonas de peligro que afectan la migración de aves, a pesar de ser reconocidas internacionalmente como "Áreas Importantes para la Conservación de Aves" (PDOT, 2019).

Es evidente la falta de planes de gestión enfocados en el turismo, a pesar de que esta actividad constituye el eje económico del territorio. En el PDOT, solo se mencionan como potencialidades la capacitación para el desarrollo en el sector turismo y los atractivos naturales como kayak, canyoning, rafting, piscícolas, termales, agua de la virgen y el volcán Tungurahua. Esta falta de interés en los pilares de la sostenibilidad conlleva a un manejo

inadecuado de los recursos, generando un turismo no sostenible ni ecológico, a pesar de contar con el potencial para desarrollar estas prácticas.

El objetivo de este capítulo consistió en identificar las concentraciones de visitantes en los atractivos turísticos de naturaleza del destino, teniendo en cuenta la variación estacional. Se logró identificar los atractivos y recursos turísticos más demandados, así como las concentraciones y las temporadas en las que estas ocurren, lo que nos permitió comprender la estacionalidad del turismo en el área de estudio. Además, se analizaron los impactos y consecuencias negativas asociadas a estas concentraciones, así como la cantidad promedio de personas que visitan cada atractivo durante las horas pico.

Adicionalmente, se recopiló información relevante sobre la historia y características de los atractivos y recursos turísticos seleccionados para el estudio. Asimismo, se revisaron las ordenanzas municipales pertinentes para entender las regulaciones relacionadas con las aglomeraciones y la saturación de visitantes en el destino. En general, se logró cumplir con el objetivo y se superó en algunos aspectos. Sin embargo, es importante destacar que hubo limitaciones en el estudio, como el uso de datos aproximados debido a la disponibilidad y confiabilidad de la información. Además, se debe tener en cuenta que la cantidad de atractivos turísticos analizados fue limitada debido a restricciones de tiempo y recursos humanos disponibles para la investigación.

CAPÍTULO III

Percepciones sobre los efectos medioambientales generados por la saturación turística por parte de los actores locales del territorio

Introducción

Goodwin (2017) sostiene que la saturación turística se refiere a aquellos destinos en los que los residentes o visitantes perciben una afluencia excesiva de turistas que deteriora de manera inaceptable la calidad de vida en la zona o la calidad de la experiencia turística. Es lo contrario del turismo sostenible, cuyo objetivo es mejorar los lugares para vivir y visitar. En ocasiones, tanto los visitantes como los residentes sufren el deterioro y se rebelan contra él. Además, la saturación turística se puede definir como una "situación en la que los habitantes locales sienten que la calidad de vida en la zona se ve afectada negativamente debido al turismo" (OMT, 2018, párr. 3). Esta situación puede provocar resistencia o protesta dirigida hacia la actividad turística, los turistas, los responsables políticos o los agentes económicos (OMT, 2018, párr. 3).

Tanto las 2 definiciones mencionadas previamente subrayan la incomodidad que provoca la saturación turística y la disminución de la calidad de la experiencia turística, enfocándose en el ámbito social, el cual puede ser extrapolado al ámbito natural. Además, se toma en cuenta la degradación y el agotamiento de los recursos naturales debido al excesivo número de visitantes. Es importante destacar que, para evaluar sus efectos negativos, se emplean indicadores que permiten determinar los problemas turísticos. Ambas definiciones reflejan la preocupación por el impacto del turismo en los destinos y la necesidad de abordar el problema de la saturación turística de manera responsable y sostenible.

Los indicadores son medidas para identificar y medir los resultados de las acciones turísticas, según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Gracias a ellos, se pueden evaluar cambios en la estructura interna del turismo, factores externos que afectan la industria y los impactos causados por ella. La intensidad y la densidad turística son factores asociados a la saturación turística y pueden utilizarse para medir sus efectos negativos (Peeters et al., 2018). La intensidad turística se refiere al número de turistas por habitante, mientras que la densidad turística mide el número de turistas por km^2 . Este indicador permite evaluar la presión del turismo en un territorio, y una alta proporción de turistas por habitante y km^2 puede generar una mayor necesidad de recursos, degradación del medio ambiente, generación de residuos y afectar la calidad de vida local.

Según García (2017), la saturación turística conlleva diversas consecuencias de carácter ambiental y socio-cultural. En términos ambientales, se observa una degradación del entorno, manifestada en la contaminación del aire, agua y suelo, así como la erosión del suelo y la pérdida de biodiversidad. Además, se evidencia una congestión y saturación de los recursos turísticos disponibles, lo cual tiene un impacto negativo tanto en la calidad de la experiencia turística como en el medio ambiente. Asimismo, se percibe un impacto en los programas de conservación y en la presentación de los sitios de interés natural y cultural. Por último, la comercialización excesiva de la industria turística conlleva la pérdida de autenticidad y cultura local.

Para llevar a cabo el análisis de percepciones sobre los daños ambientales, se utilizó una encuesta semiestructurada implementada a través de Google Forms a los Líderes de las comunidades locales, representantes de gremios turísticos y las autoridades de turismo de Baños. La muestra se obtuvo mediante un muestreo no probabilístico a conveniencia. Es importante tener en cuenta que este tipo de muestreo puede presentar sesgos y limitaciones, pero puede ser útil en situaciones en las que no es posible realizar un muestreo probabilístico debido a restricciones de tiempo, recursos o acceso a la población.

El enfoque de análisis se basó en el método Leopold, que evalúa las actividades humanas con potencial impacto en el entorno natural, considerando los componentes ambientales afectados, como el clima, la geología, el suelo, la hidrología, la vegetación, la fauna y los ecosistemas (Leopold et al., 1971). Se recopiló interpretaciones de las variables estudiadas utilizando una escala de Likert, además de las opiniones de los actores directamente involucrados con las áreas de interés en el estudio. Posteriormente, se realizó un análisis utilizando el software ATLAS.ti 23 para examinar las percepciones en los tres ámbitos planteados, basándose en la muestra conveniente previamente seleccionada. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

3.1. Percepciones de los líderes de las Comunidades locales

El análisis se basó en los representantes de los GADs parroquiales presentes alrededor de todo el cantón de Baños de Agua Santa, tomando en cuenta a la Directora de Turismo Gabriela Santamaria como representante de la cabecera cantonal, Baños, Alexander Luna como presidente del GAD parroquial de la parroquia de Ulba, Diego Santamaria, presidente del GAD parroquial de Rio Negro, Hugo Tuston Caicedo, presidente de GAD parroquial de Lligua y por último Carlos Freile Villafuerte como presidente del GAD de Rio Verde. Después del análisis en el software ATLAS.ti se tuvo los siguientes resultados.

3.1.1. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del aire por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 36

Red de percepción de calidad del aire por parte de líderes de comunidades de la localidad

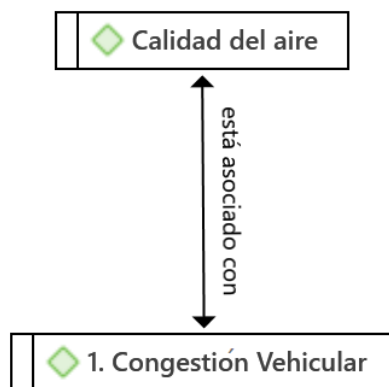


Ilustración N° 36

Título: Red de percepción de calidad del aire por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Como se observa en la ilustración 36 en su mayoría los representantes de las parroquias de Baños, describieron a la zona como un territorio con aire limpio, en donde únicamente se acotará que quizá la presencia de cierta congestión vehicular podría afectar la calidad del aire en el territorio. No obstante, no se presenta una afección notable o percibida por los encargados del territorio.

3.1.2. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del agua por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 37

Red de percepción de calidad del agua por parte de líderes de comunidades de la localidad

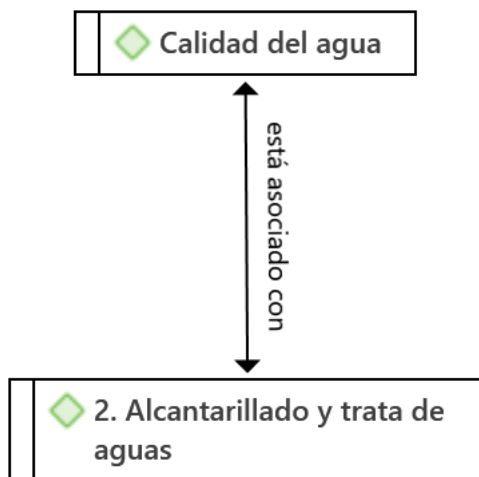


Ilustración N° 37

Título: Red de percepción de calidad del agua por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Por otro lado, en el caso de la calidad del agua en el territorio, 3 de los 5 representantes afirmaron la presencia de una problemática en base a la falta de una buena adecuación del alcantarillado así como la trata de aguas residuales, puesto que de acuerdo a la información recabada, Baños no cuenta con una planta de tratamiento de aguas residuales. El agua servida sería directamente desechada en las cuencas del Río Pastaza, donde además se realizan actividades turísticas, sugiriendo una problemática presente y notable en el territorio, que se supo afirmar que se encontraba en planes de solventación, de la misma manera para cantones aledaños como Pelileo.

3.1.3. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del suelo por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 38

Red de percepción de calidad del suelo por parte de líderes de comunidades de la localidad

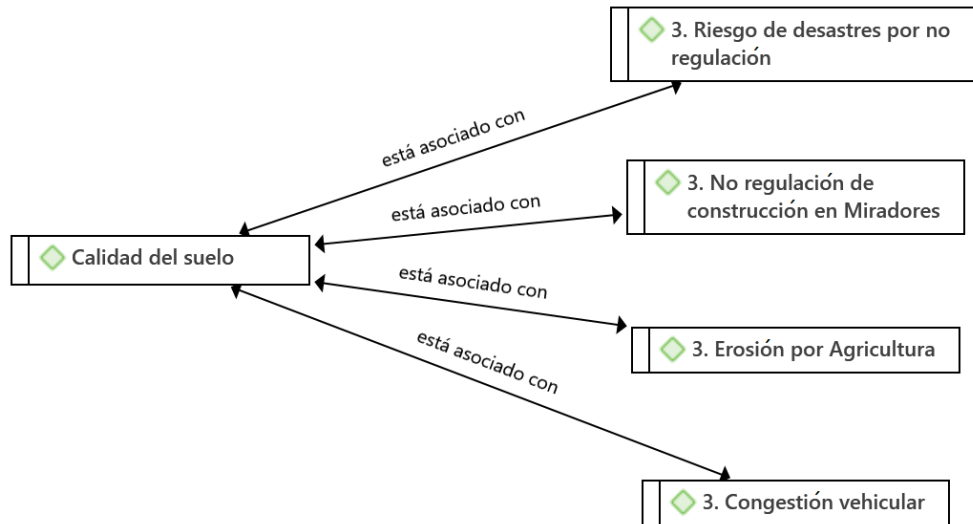


Ilustración N° 38

Título: Red de percepción de calidad del suelo por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En la ilustración 38 se pudo apreciar que hubo una división entre quienes perciben un deterioro en la calidad del suelo y quienes no lo harían, siendo uno de los representantes neutro en cuanto a su resolución. Los resultados observados en la ilustración superior muestra una problemática por la innovación que se presentó a partir de la pandemia y la cantidad de atractivos generados, especialmente en miradores, que puede como no estar vinculados a la presencia de deslaves y demás desastres presentes por el clima y el posicionamiento del territorio, sin vincularlo directamente con la construcción no regulada de los atractivos.

La presencia de una alta congruencia vehicular ha limitado a que ciertas actividades como la calle a las antenas, se encuentren colapsadas, por el no mantenimiento en el suelo, generando un daño mayor al territorio. Por otro lado, la agricultura indiscriminada y mal regulada ha llevado a un mayor deterioro que el turismo, sugiere uno de los dirigentes de los Gobierno Autónomos Descentralizados, GADs, parroquiales, por el uso de químicos y el monocultivo, impulsando de esta forma la modernización de sus labores de plantación.

3.1.4. Percepciones de los impactos del turismo en los servicios públicos por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 39

Red de percepción de sobrecarga en los servicios públicos por parte de líderes de comunidades de la localidad

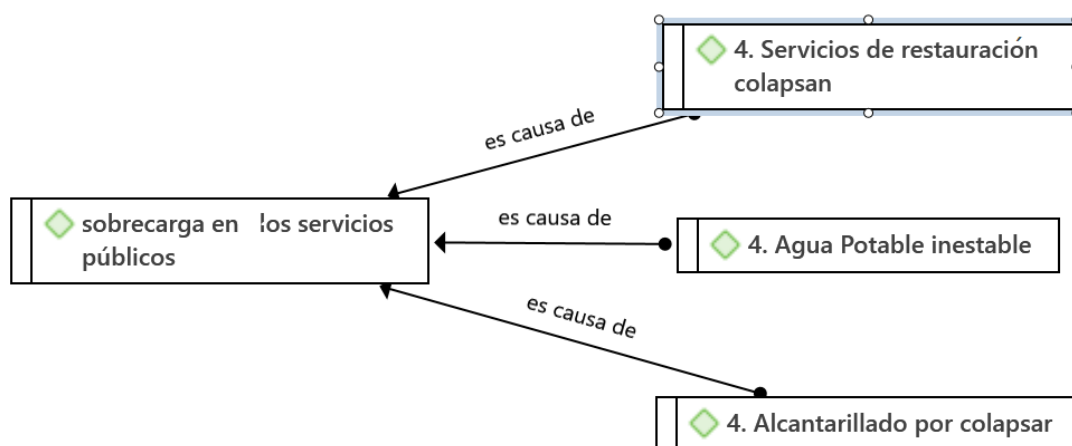


Ilustración N° 39

Título: Red de percepción de sobrecarga en los servicios públicos por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

La mayoría de los representantes de las parroquias del cantón pudieron percibir una sobrecarga en los servicios públicos, alegando que la principal afección está vinculada con la falta de alcantarillado, el cual dicen que muy probablemente se encuentre próximo a colapsar. Se sugiere que así como el alcantarillado, el tema del agua potable se encuentra afectado, tanto en forma de una disminución y aunque no recurrente, se ha generado la pérdida del servicio. Se faculta que esto se debe a los feriados y a la gran cantidad de usuarios de los servicios públicos en horarios parecidos, que conllevan con el colapso de alguno de los servicios. Vinculado a esto los servicios de restauración también se ven afectados por el requerimiento de agua en horas de alimentación y la posible disminución de este u otros servicios.

3.1.5. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad de vida de los residentes por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 40

Red de percepción de la disminución en la calidad de vida de los residentes locales por parte de líderes de comunidades de la localidad

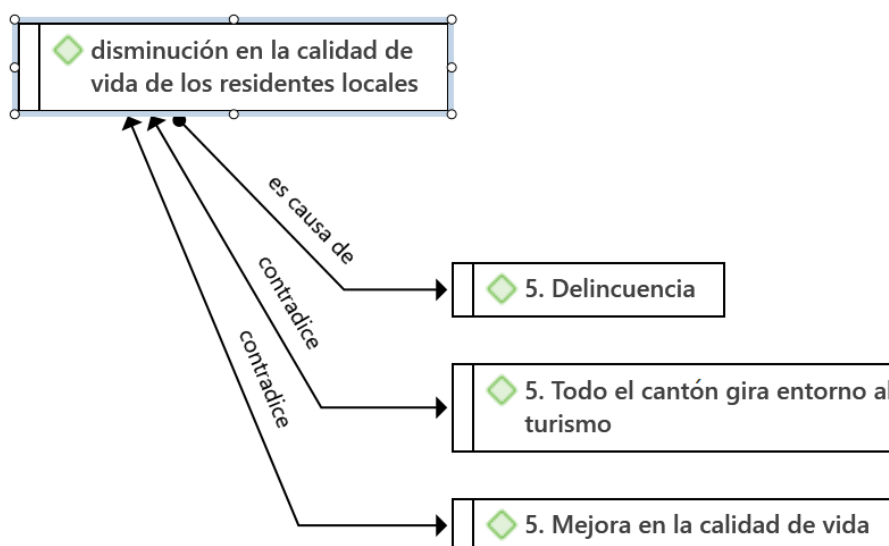


Ilustración N° 40

Título: Red de percepción de la disminución en la calidad de vida por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

La mayoría de los entrevistados se vieron contrarios a una disminución de la calidad de vida de los residentes locales, más bien denotaban la necesidad del turismo para toda la población del territorio. La base de los fundamentos que compartían era que se trata de una economía rotativa, en la cual todos se hallan inmiscuidos de una u otra forma, de esta forma sugiriendo el mejoramiento de la calidad de vida de los locales.

La situación actual del país en lo referente a seguridad se evidencia en todas las regiones, donde Baños no fue la excepción, a pesar de sentirse un ambiente seguro, si se llegó a sugerir que el tema de delincuencia se encuentra presente.

3.1.6. Percepciones de los impactos del turismo en la biodiversidad por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 41

Red de percepción de la disminución en la biodiversidad de la región por parte de líderes de comunidades de la localidad

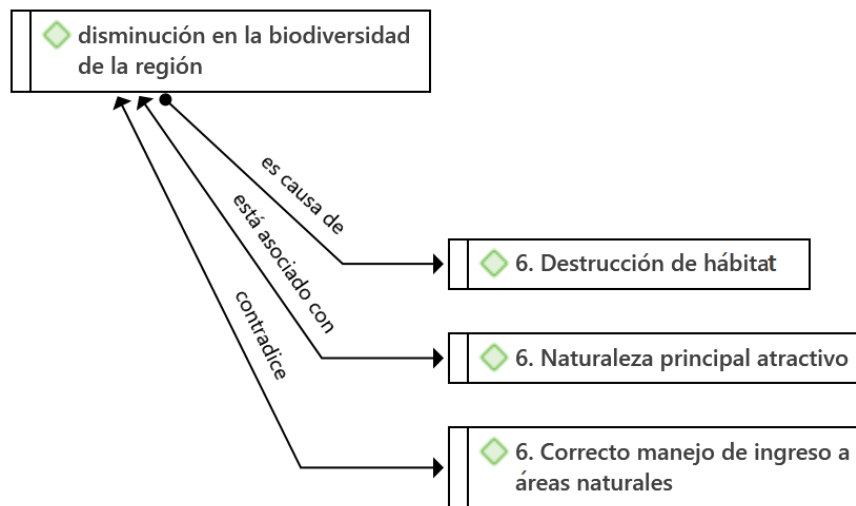


Ilustración N° 41

Título: Red de percepción de la disminución en la biodiversidad de la región por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Como lo describe la ilustración 41 se dio una respuesta en desacuerdo debido a que se sostiene que al ser un territorio que oferta turismo de naturaleza, este se encuentra bien regulado por parte de la cámara de turismo, así como el manejo de ingreso a áreas naturales así como al corredor ecológico.

El inconveniente que se presentó de manera neutral se ve más reflejado al tema de construcción e innovación sin regulaciones, para la mejora de calidad de servicio para los turistas, en donde se sugiere el apropiamiento de hábitats de diferentes especies, pero presentando una contradicción en el hecho de que estos mismos serán generados para la observación de esos hábitats.

3.1.7. Percepciones de los impactos del turismo en las infraestructuras por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 42

Red de percepción de la sobrecarga en las infraestructuras de Baños por parte de líderes de comunidades de la localidad

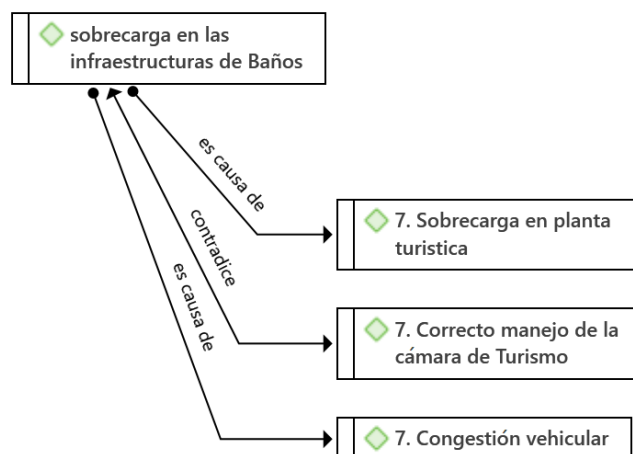


Ilustración N° 42

Título: Red de percepción de la sobrecarga en la infraestructura de Baños por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Aunque en la ilustración 42 se llega a sugerir un correcto manejo de la cámara de turismo, la mayoría de respuestas obtenidas sugieren que a pesar de esto si se presenta una sobrecarga en la infraestructura turística, en donde se presenta el tema de congestión vehicular como el principal problema a solucionar, que afecta principalmente a la vía de unión entre Baños - Puyo, por ser la única vía de acceso y salida del cantón, la gran afluencia vehicular ha generado una disconformidad en la mayoría de habitantes del territorio, específicamente en los feriados, que es cuando colapsa el funcionamiento vial.

De la misma manera se sugirió por uno de los presidentes de los GADs parroquiales una total saturación de servicios hoteleros, generando una concentración total en áreas de la ciudad, así como discotecas y la cabecera cantonal.

3.1.8. Percepciones de las concentraciones excesivas de visitantes por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 43

Red de percepción de concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de líderes de comunidades de la localidad

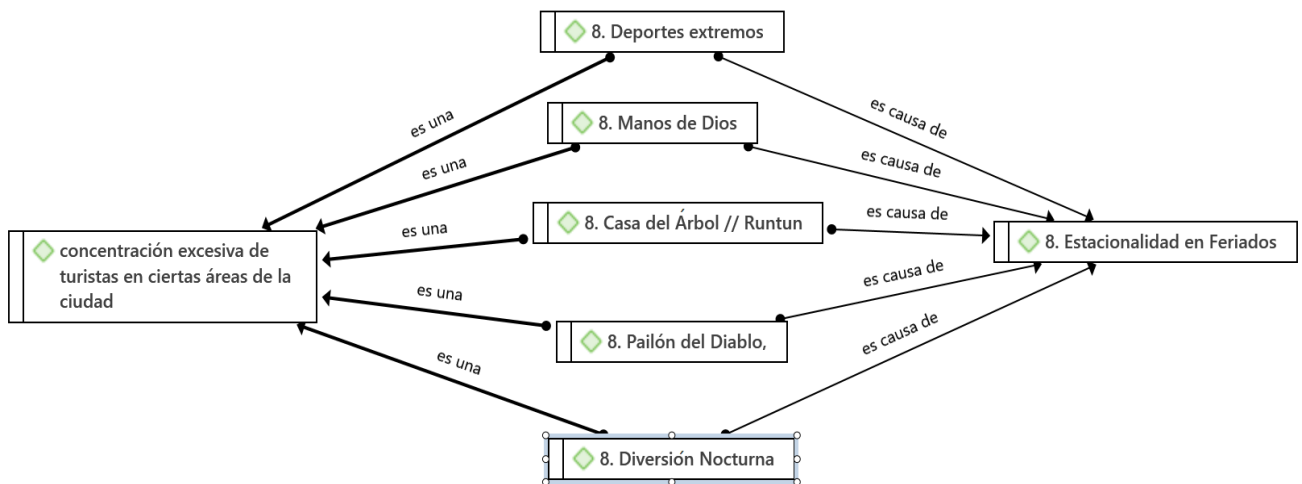


Ilustración N° 43

Título: Red de percepción de concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

De acuerdo a la ilustración 43 si se presenta una concentración excesiva de turistas, principalmente en las áreas descritas en la ilustración. Esta conglomeración se debe particularmente a la estacionalidad de los feriados, debido a la oferta turística que presenta el cantón, al ser un territorio de naturaleza para esta generación post pandemia, que huye del encierro. Lo que como ya fue mencionado desenlaza en una congestión vehicular, generando un no disfrute de las actividades turísticas.

3.1.9. Percepciones de los impactos del turismo en el patrimonio natural por parte de los líderes de las comunidades de Baños

Ilustración 44

Red de percepción de la falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región por parte de líderes de comunidades de la localidad

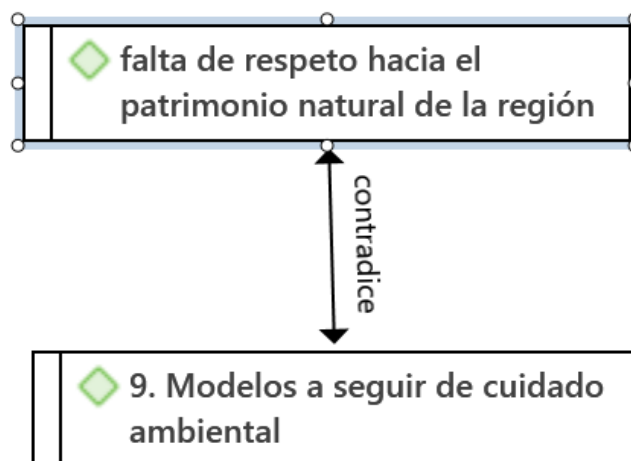


Ilustración N° 44

Título: Red de percepción de falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región por parte de líderes de comunidades de la localidad

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Por último, de acuerdo a la ilustración 44 se sugirió que puede existir de todo en el territorio, por la amplitud de perfiles turistas que se encuentran en el territorio. Por otro lado, en su mayoría sugieren que los locales han sido modelos a seguir, además de concientizar a los turistas del cuidado ambiental. Los turistas que visitan el territorio adaptan el comportamiento de los locales, respetando el ambiente natural del territorio y formando parte del cuidado del mismo.

3.2. Percepciones de los representantes de los gremios turísticos

Para el análisis de este apartado se conllevó las mismas variables del sistema anterior, la realización fue igual, la diferencia es que esta fue destinada directamente a los encargados de los gremios turísticos del cantón Baños de Agua Santa.

En la dirección de turismo se informó que la repartición de estos gremios estaba establecida por decisión propia de los mismo, por lo cual se nos sugirió personas relacionadas en el ámbito con trascendencia en el territorio para el análisis de las problemáticas, enfocados en atractivos turísticos de renombre, administrador de transportistas, referente de operadores turísticos, referente de artesanías y bisutería y por último referente de gastronomía artesanal.

3.2.1. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del aire por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 45

Red de percepción de la calidad del aire por parte de los referentes de turismo

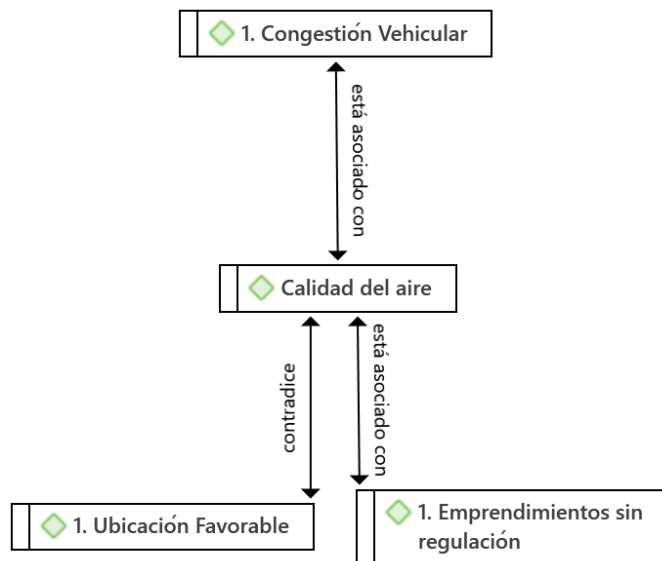


Ilustración N° 45

Título: Red de percepción de calidad del aire por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En la perspectiva en relación de la calidad del aire demostrada en la ilustración 45 se concuerda en su mayoría que la calidad del aire es favorable, ya sea por su ubicación o por la corriente de aire que proviene de la amazonia como lo mencionó uno de los participantes.

Lo único que se sugiere afecta la calidad del aire es la creación de emprendimientos sin ningún tipo de regulación, que se ha denotado en la destrucción de la naturaleza que purifica el aire del cantón.

3.2.2. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del agua por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 46

Red de percepción de la calidad del agua por parte de los referentes de turismo

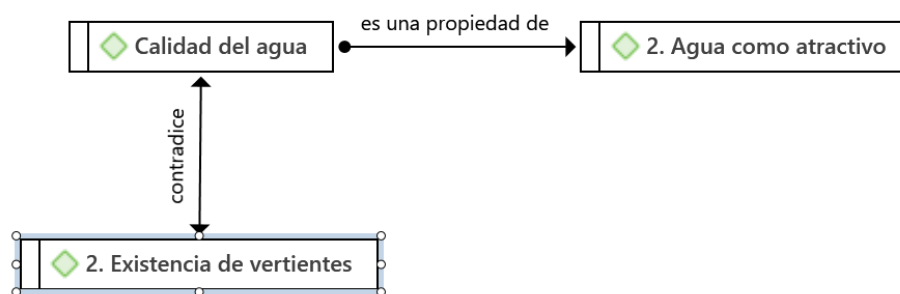


Ilustración N° 46

Título: Red de percepción de calidad del agua por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En cuanto a la calidad del agua como es descrito en la ilustración 46 todos los referentes se encuentran en desacuerdo, los mismos sugieren todo lo contrario, ya que no se ve afectada por la existencia de vertientes que mantienen en constante flujo y oxigenación el agua del territorio, esto gracias a las estribaciones del volcán Tungurahua. Sumado a esto el agua se ha usado como atractivo para turistas, siendo un aumento a la calidad de servicio que ofrece el territorio.

3.2.3. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del suelo por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 47

Red de percepción de la calidad del suelo por parte de los referentes de turismo

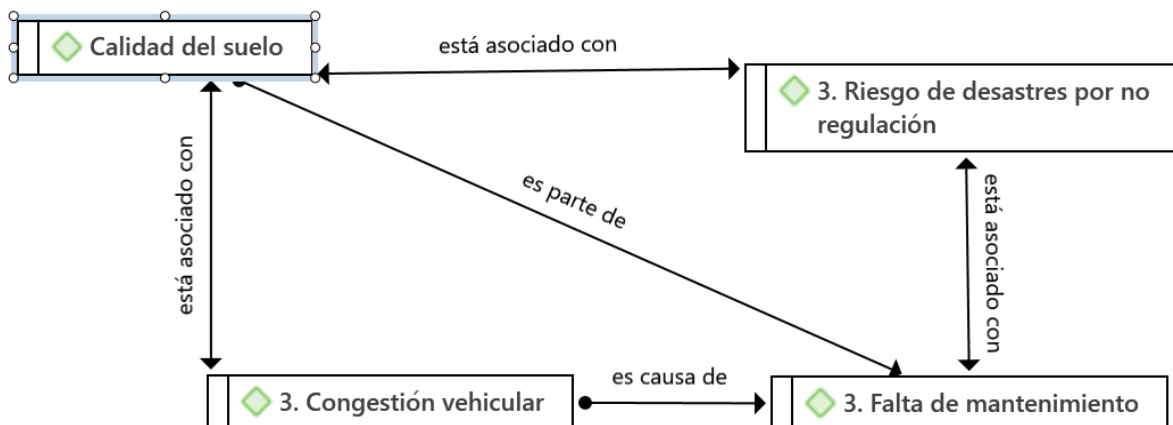


Ilustración N° 47

Título: Red de percepción de calidad del suelo por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Por otro lado, al referirse a la ilustración 47 que se refiere a la calidad del suelo del territorio se refleja un debate igualitario entre quienes se hallan de acuerdo y quienes no en cuanto a si existe un deterioro en el suelo. Se sugiere que no se podría medir el daño del suelo debido a que se generaría una contradicción porque este es el que mejora la calidad de vida de los locales, y el uso del mismo se ve necesario para esta mejora. Esto ha conllevado a que exista riesgos de desastres naturales por la pobre regulación que sugieren ciertos partícipes de la investigación.

La falta de mantenimiento de igual manera ha conllevado a que exista congestión vehicular, que si bien por el momento ninguno de estos fenómenos ha provocado un daño severo, se sugiere que en un futuro esto pueda ser causante de daños irremediables.

3.2.4. Percepciones de los impactos del turismo en los servicios públicos por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 48

Red de percepción de la sobrecarga en los servicios públicos por parte de los referentes de turismo

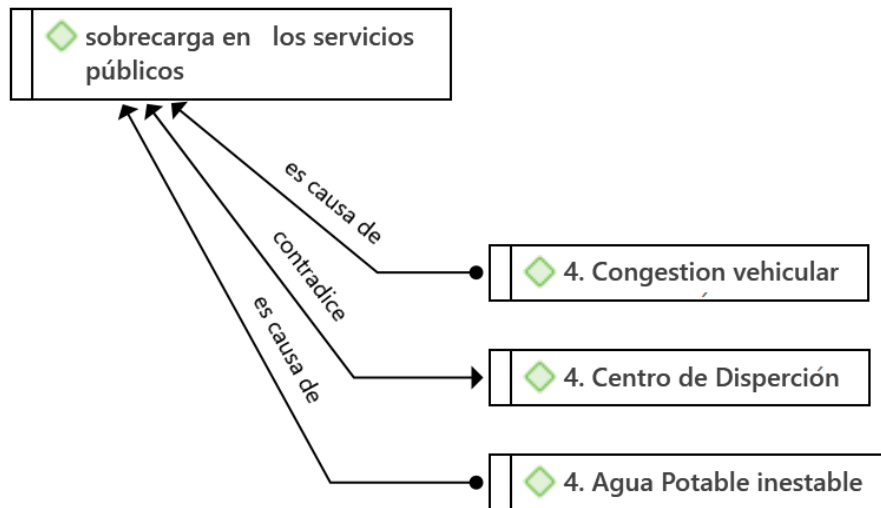


Ilustración N° 48

Título: Red de percepción de sobrecarga en los servicios públicos por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

La sobrecarga de servicios públicos, presenta una gran aceptación de sus fuentes eléctricas, pues sugieren que son capaces de soportar grandes demandas. La problemática de servicios públicos se centra primordialmente en la única vía de ingreso y salida, por la congestión que genera en los feriados, que la hace podría decirse intransitable, lastimosamente es la única vía que conecta con demás centros turísticos, por otro lado el agua ha generado caídas o disminución por el uso excesivo igualmente en la estacionalidad de alta demanda, ya que no está prevista para solventar tal carga.

Al ser un centro de dispersión sugiere que en cuanto a alojamientos se podrían direccionar a cantones aledaños, de esta forma no se satura el territorio, y el disfrute de la actividad turística es superior.

3.2.5. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad de vida de los residentes por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 49

Red de percepción de la disminución de calidad de vida de los residentes locales por parte de los referentes de turismo

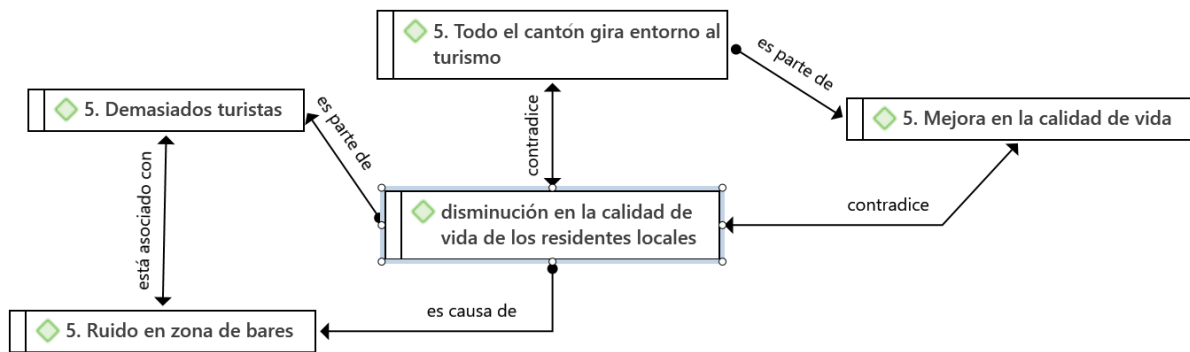


Ilustración N° 49

Título: Red de percepción de disminución de calidad de vida de los residentes locales por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

La mayoría de participantes sugieren que no había disminución en cuanto a la calidad de vida de los residentes. Se basan en que el territorio es netamente turístico, a mayor captación de turistas mejora más su calidad de vida por la cantidad de ingresos que reciben así como la oportunidad de empleos que se generan. Vinculado a esto se sugiere que se trata de una actividad que rodea a todo el territorio, que aunque no esté vinculado directamente con el turismo, de alguna forma hace parte de este.

Pero la presencia de tantos turistas podría generar cierta disconformidad en algunos habitantes, especificando por el ruido que se genera en la zona de tolerancia ubicada en la cabecera cantonal y la cantidad excesiva de turistas que pudiera presentarse, pero como supieron sugerir esto sería en mínima cantidad relacionado con lo positivo que conlleva ser un cantón turístico.

3.2.6. Percepciones de los impactos del turismo en la biodiversidad por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 50

Red de percepción de la disminución de la biodiversidad de la región por parte de los referentes de turismo

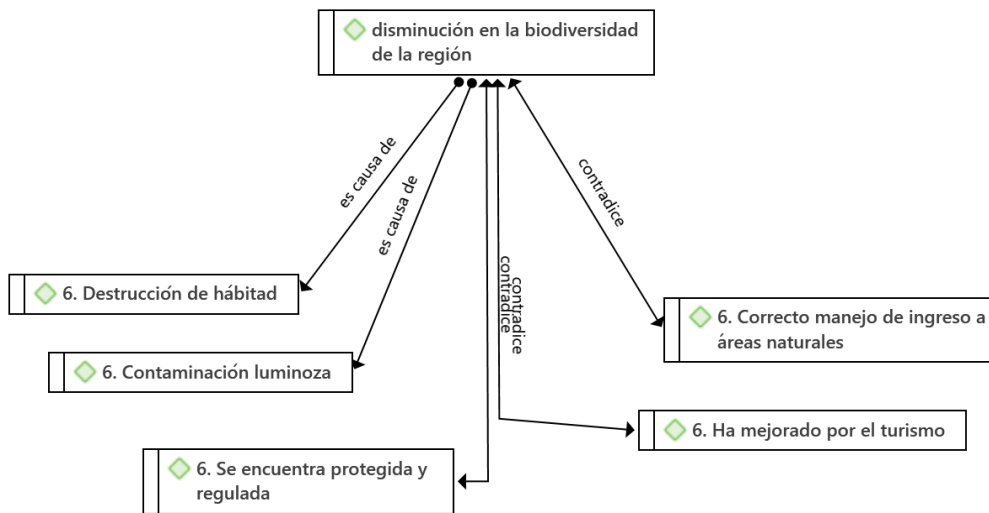


Ilustración N° 50

Título: Red de percepción de la disminución de la biodiversidad de la región por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

De igual manera que los resultados anteriores hay una división de opiniones en la que la mayoría está en desacuerdo de que exista un tipo de disminución en la biodiversidad de la región. Se sugiere que la gente que se hallaba inmersa en la agricultura se a tornado participe de las actividades turísticas, lo que ha permitido un crecimiento de nuevo de flora y captación de fauna en estas zonas que eran de cultivo, además que sostienen fuertemente que el Ministerio del Ambiente del Ecuador controla las áreas protegidas así como la biodiversidad presente, obviamente apoyados por un turismo que apoya a la actividad no nociva.

A pesar de esto también es evidente que los emprendimientos presentados han producido un movimiento de hábitats naturales así como la degradación de su flora. Cabe mencionar que

la contaminación luminosa por parte de los miradores que no restringen horarios han obligado la migración de gran variedad de aves.

3.2.7. Percepciones de los impactos del turismo en las infraestructuras por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 51

Red de percepción de la sobrecarga en la infraestructura de Baños por parte de los referentes de turismo

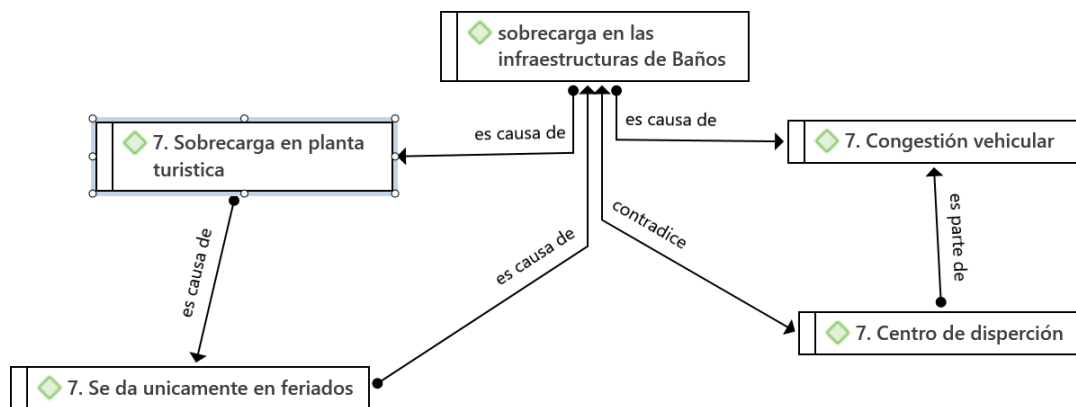


Ilustración N° 51

Título: Red de percepción de la sobrecarga en la infraestructura de Baños por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Como se evidencia en la ilustración 51 la mayoría de partícipes resolvieron que si existe una sobrecarga de turistas en base a la estacionalidad de feriados, principalmente en la planta turística, que a pesar de poder dispersar a los cantones aledaños se puede llegar a saturar en un feriado de alta demanda. Como ya se ha mencionado la congestión vehicular es uno de los detonantes de una saturación vial en el territorio, por la única existencia de una vía de acceso. Otra peculiaridad denotada es que existe saturación en bares y discotecas los fines de semana por alta demanda de un turismo joven que busca diversión.

3.2.8. Percepciones de las concentraciones excesivas de visitantes por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 52

Red de percepción de la concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de los referentes de turismo

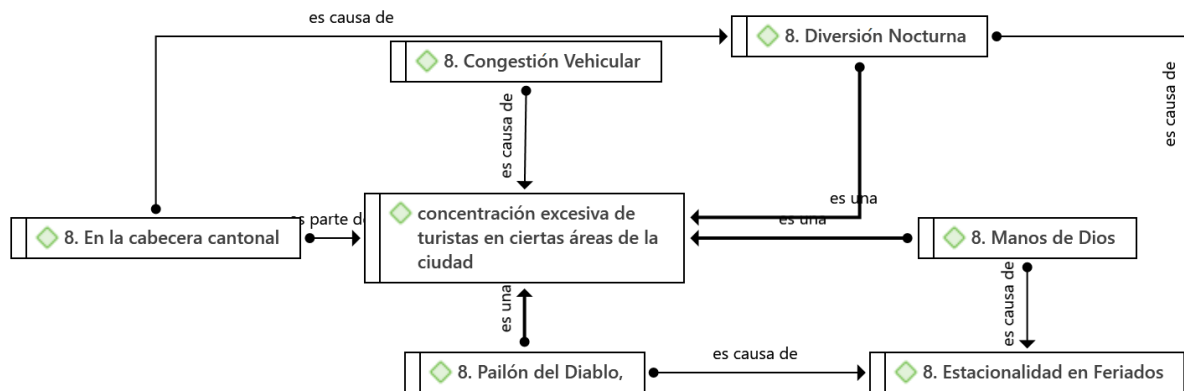


Ilustración N° 52

Título: Red de percepción de la concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

La excesiva concentración de turistas se ha denotado por la estacionalidad de feriados puntuales en el territorio, en donde los principales atractivos que llegan a presentar altas concentraciones de turistas son las Manos de Dios y el Pailón del Diablo, esto en base al análisis de las respuestas otorgadas por los referentes de turismo. Esto se encuentra directamente vinculado con la congestión vehicular que igualmente se genera por los feriados y ciertas rutas que no abastecen a el uso excesivo de las mismas.

La alta demanda de un turismo de diversión ha conllevado a que los establecimientos nocturnos se saturen en su totalidad, conllevando al cierre de la vía para evitar accidentes los fines de semana. Esto va de la mano con la saturación por alta demanda en la cabecera cantonal por ser eje de servicios hoteleros, de alimentación y demás.

3.2.9. Percepciones de los impactos del turismo en el patrimonio natural por parte de los representantes de los gremios turísticos de Baños

Ilustración 53

Red de percepción de la falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región por parte de los referentes de turismo

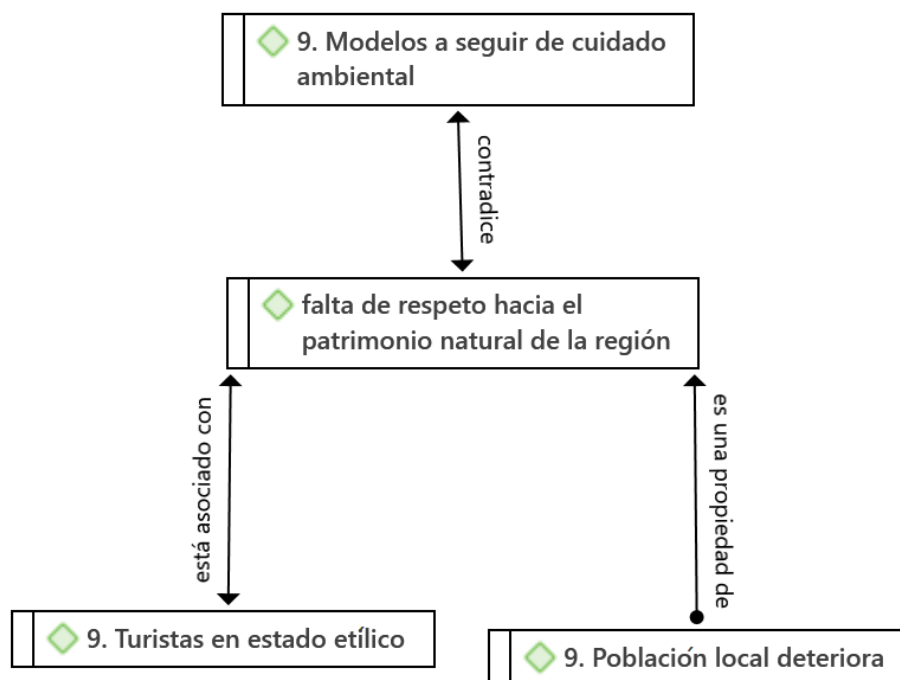


Ilustración N° 53

Título: Red de percepción de la falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región por parte de los referentes de turismo

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Los habitantes locales son un modelo a seguir del cuidado ambiental, en la cual invitan a sus visitantes a ser partícipes del buen trato con la naturaleza, que ha llevado a concientizar a la localidad del sentido de pertenencia del territorio y el cuidado que deben tener del mismo, de esta forma amonestando a quien no haga parte de esta convivencia.

Se menciona que los visitantes nacionales son quienes podrían irrespetar en su minoría a la naturaleza pero de igual forma se les hará saber el daño que causan. A esto se suma el turista que se encuentra en estado ético y no es capaz de concientizar las acciones que realiza.

3.3. Percepciones de las autoridades de turismo de Baños de Agua Santa

El análisis basado en las autoridades de Baños de Agua Santa se realiza a los principales encargados de turismo del cantón, hablando directamente con la dirección de turismo y cámara de turismo. Se logró obtener únicamente la respuesta de la dirección de turismo, por parte directamente de la Directora de Turismo de Baños Gabriela Santa María y el profesional en Marketing turístico Paul Ivan Repetto, lo que dio como resultado lo siguiente:

3.3.1. Percepciones de los impactos del turismo en el patrimonio natural por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 54

Red de percepción de la calidad del aire por parte de las autoridades de turismo.

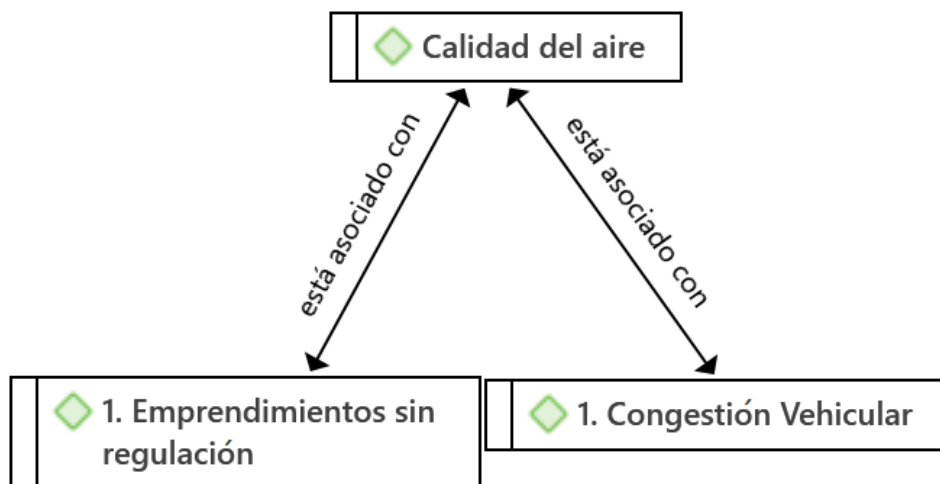


Ilustración N° 54

Título: Red de percepción de calidad del aire por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

A pesar de haber distinción en base a la respuesta obtenida como se muestra en la ilustración 54 las principales afecciones percibidas por los encargados de turismo del sector se encuentran asociadas primeramente a la congestión vehicular presente en el cantón, debido a que la emisión de gases por tal afluencia han generado la necesidad de prever medidas de cuidado ambiental. Por otro lado la implementación irregular de infraestructuras generan ciertos gases y partículas contaminantes, que como sugerencia se estimula a la implementación de energías limpias y medidas de gestión.

3.3.2. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del agua por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 55

Red de percepción de la calidad del agua por parte de las autoridades de turismo.

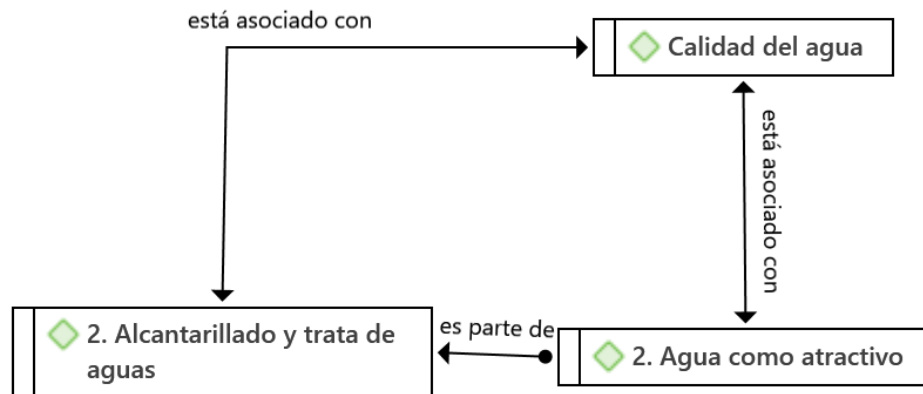


Ilustración N° 55

Título: Red de percepción de calidad del agua por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

De acuerdo a la ilustración 55 Se puede constatar que si existe una afección en cuanto a la calidad de agua, primordialmente vinculado al desfogue de las aguas servidas, que al no contar con un sistema de trata de aguas residuales, estas terminan directamente en las cuencas del río Pastaza. El río es uno de los atractivos tanto visual como para prácticas de deportes de aventura, el hecho de que se sepa que las aguas servidas desembocan en el

mismo, ha generado que los turistas duden de realizar ciertas actividades, como rafting, canyoning y demás.

3.3.3. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad del suelo por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 56

Red de percepción de la calidad del suelo por parte de las autoridades de turismo.

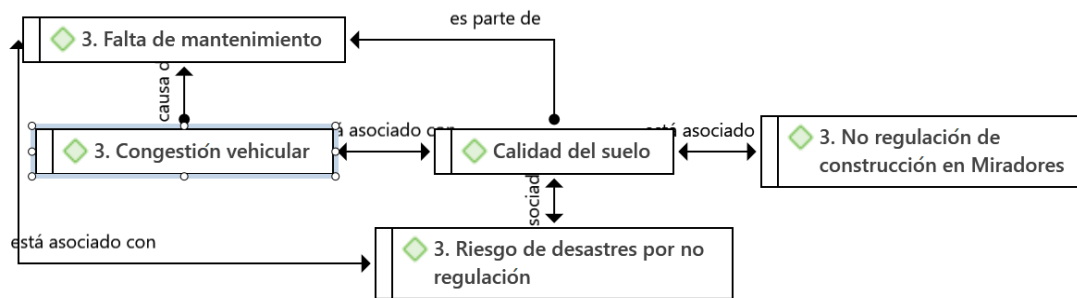


Ilustración N° 56

Título: Red de percepción de calidad del suelo por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En cuanto a la ilustración 56 se concuerda que existe afecciones en la calidad del suelo del cantón, el cual se divide en 4 puntos:

1. Urbanización y construcción: el hecho de desarrollo de infraestructura turística genera un impacto directo en el suelo, se da debido a que existe en general una remoción de este y el reemplazo por superficie más sólida, como pavimento o infraestructuras directamente. Lo que sugiere que existiría una compactación del suelo produciendo que este se vuelva infértil y sus procesos naturales. La principal percepción que se da es debido a la construcción de atractivos como miradores.
2. Erosión: Se genera debido a la afluencia de turistas en los atractivos, que conlleva un mayor tráfico vehicular así como peatonal en las áreas naturales y los senderos.

3. Contaminación: La gestión inadecuada de residuos sólidos, vertidos químicos, uso de productos químicos de limpieza, todo esto podría infiltrarse en el suelo generando una reducción en su calidad.
4. Uso de recursos naturales: La sobreexplotación de los recursos por la actividad turística, prioritariamente agua y electricidad podrían afectar la calidad del suelo.

3.3.4. Percepciones de los impactos del turismo en los servicios públicos por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 57

Red de percepción de la sobrecarga en los servicios públicos por parte de las autoridades de turismo.

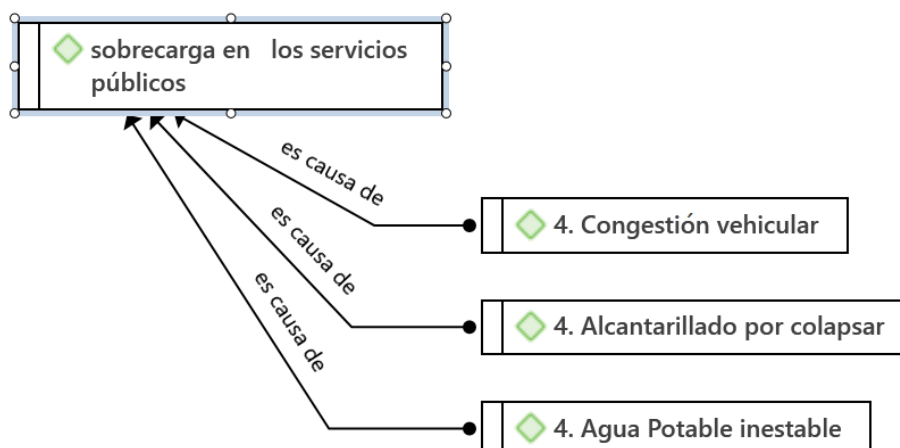


Ilustración N° 57

Título: Red de percepción de las sobrecarga en los servicio públicos por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En la ilustración 57 se ve reflejada la presencia de una sobrecarga en los servicios públicos del cantón. Primeramente, se habla de un alcantarillado pobre que se encuentra próximo a colapsar por la alta demanda del mismo, vinculado de igual manera con la trata del agua por el uso constante en horarios comunes por los turistas, generando colapso en su funcionamiento. También se toma en cuenta en el fallo del servicio vial, que como ya se ha

mencionado en feriados específicos llega a saturarse por la cantidad de visitantes que transcurren por la vía de ingreso al cantón.

3.3.5. Percepciones de los impactos del turismo en la calidad de vida de los residentes por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 58

Red de percepción de disminución en la calidad de vida de los residentes locales por parte de las autoridades de turismo.

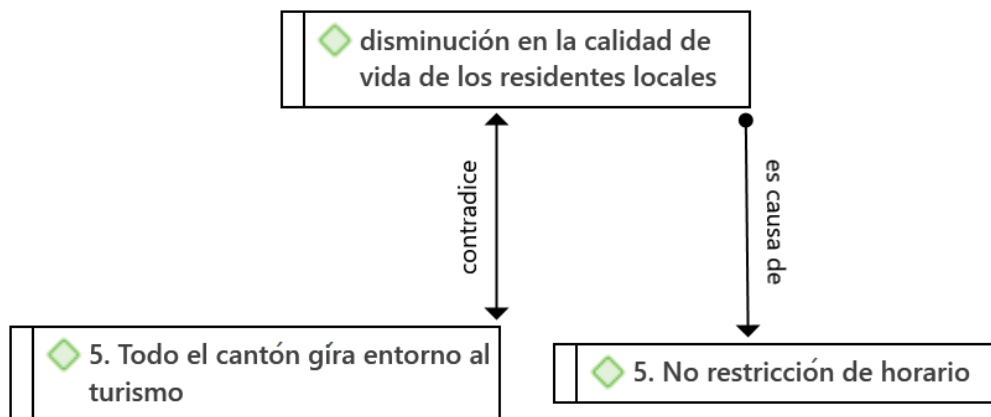


Ilustración N° 58

Título: Red de percepción de la disminución en la calidad de vida de los residentes locales por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Existe una disyuntiva que demuestra dos lados completamente diferentes, que si bien el cantón y su economía gira en torno casi en su totalidad alrededor del turismo, este ha beneficiado a todos en cuanto a su calidad de vida y oportunidades de generar ingresos. Por otro lado, se habla de un turismo irrespetuoso, que dura 24 horas, que no permiten el descanso de algunos locales por la existencia de un turismo de diversión nocturna y la no regulación del mismo.

3.3.6. Percepciones de los impactos del turismo en la biodiversidad por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 59

Red de percepción de la disminución en la biodiversidad de la región por parte de las autoridades de turismo.

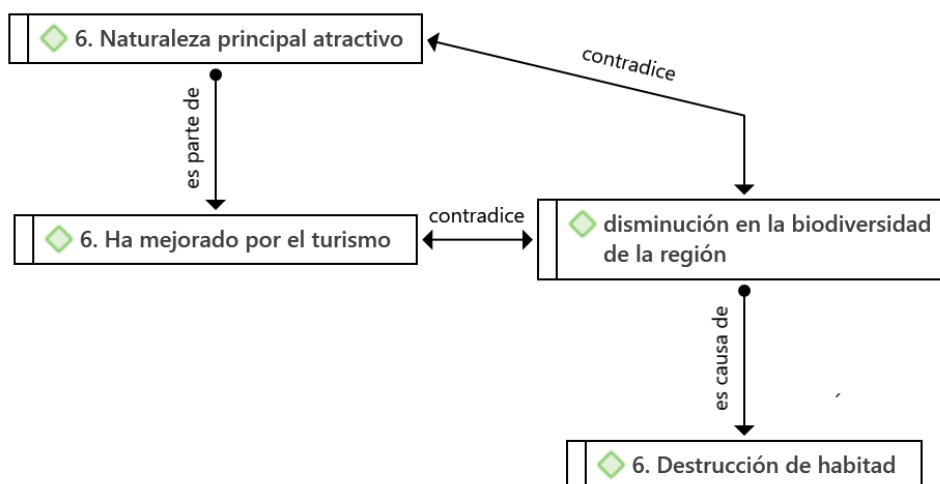


Ilustración N° 59

Título: Red de percepción de la disminución en la biodiversidad de la región por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En base a lo que demuestra la ilustración 59 se conoce que a pesar de que Baños presenta como uno de sus principales atractivos la naturaleza, ha conllevado a que haya una mejora en el cuidado y mantenimiento de la misma. Por otro lado se debe tomar en cuenta que esta expansión que se ha generado por la oportunidad establecida por el turismo ha generado el apropiamiento del hábitat de la biodiversidad de la región.

3.3.7. Percepciones de los impactos del turismo en las infraestructuras por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 60

Red de percepción de la sobrecarga en las infraestructuras de Baños por parte de las autoridades de turismo.

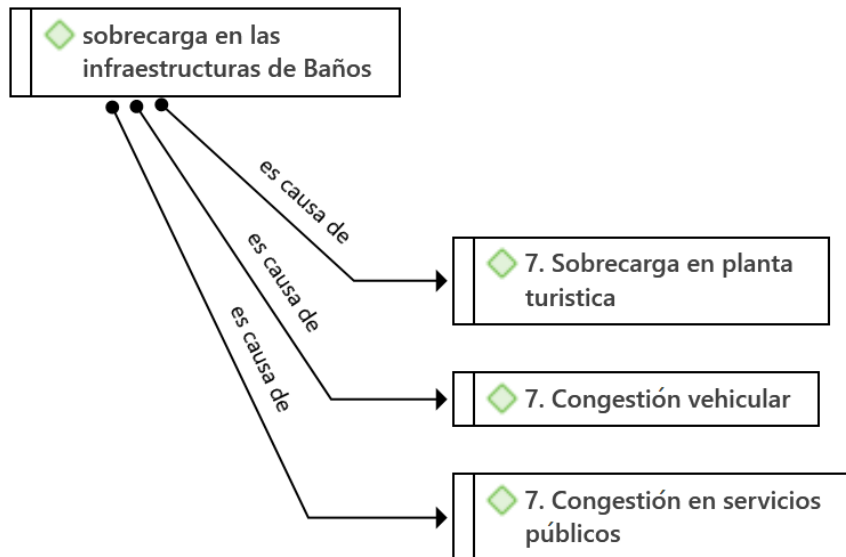


Ilustración N° 60

Título: Red de percepción de la sobrecarga en las infraestructuras de Baños por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En la ilustración 60 se considera únicamente en temporadas de feriados, ya que si bien la principal afección percibida es la congestión vehicular presente en la vía de acceso del territorio también se ha denotado una alta demanda en la planta turística, que podría llegar a colapsar el sistema de hoteles, restaurantes o bares. Sumado a esto también se ve afectada la red de servicio público que podría llevar a un fallo de la misma por el uso en horarios comunes por los visitantes, que no garantiza un suministro continuo para satisfacer todas las necesidades.

3.3.8. Percepciones de las concentraciones excesivas de visitantes por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 61

Red de percepción de la concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de las autoridades de turismo.

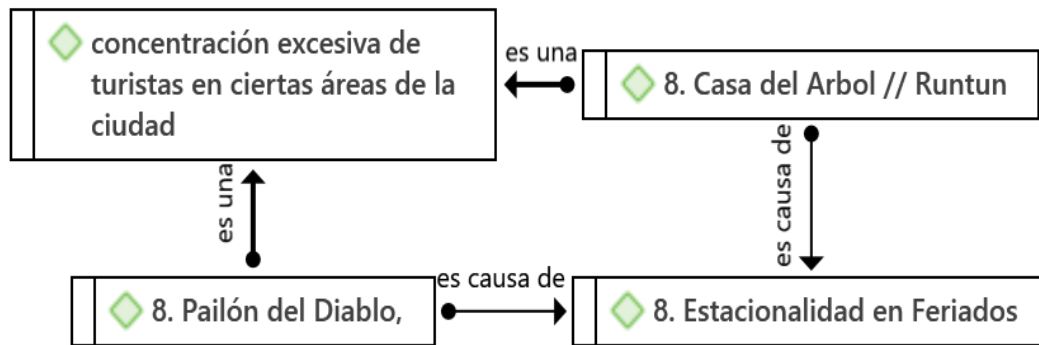


Ilustración N° 61

Título: Red de percepción de la concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

La ilustración 61 revela de manera contundente que existe una notable concentración de visitantes en las localidades de Runtún y el Pailón del Diablo, sobre todo durante los períodos de feriados. Esta elevada concentración de turistas se atribuye, sin lugar a dudas, a la amplia gama de ofertas y atractivos que estos destinos turísticos poseen en términos de productos y servicios. Es evidente que durante los días festivos, los visitantes acuden en masa para disfrutar de las diversas actividades y experiencias que se les ofrecen en estos lugares de gran interés turístico.

3.3.9. Percepciones de los impactos del turismo en el patrimonio natural por parte de las autoridades de turismo de Baños

Ilustración 62

Red de percepción de la falta de respeto al patrimonio natural de la región por parte de las autoridades de turismo.

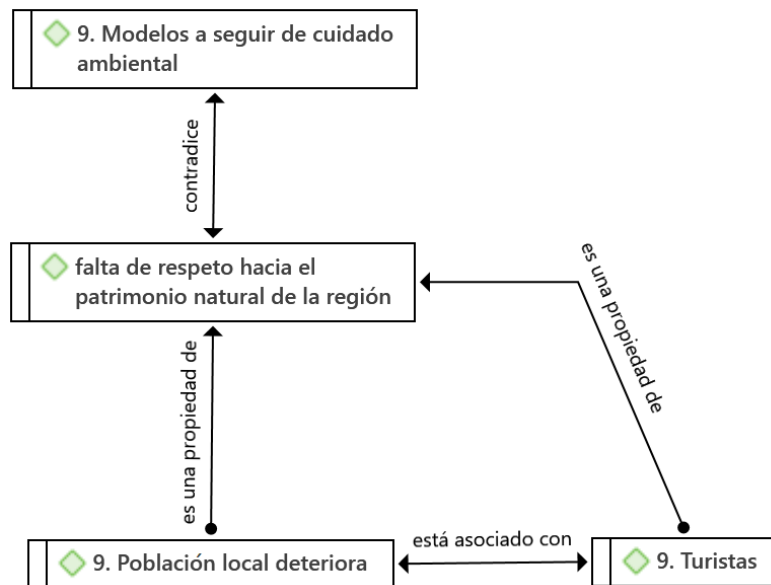


Ilustración N° 62

Título: Red de percepción de falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región por parte de las autoridades de turismo.

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Si bien el baneño es alguien que cuida totalmente el ambiente y lo defiende en cuanto a sus visitantes, no se puede culpar a alguien indistintamente, puesto que al captar tanta cantidad de turistas y la variedad de perfiles que existe, se sabe que pueden generar algún tipo de irrespeto a la naturaleza. Los daños ambientales a parte de la contaminación producida también se producen por la explotación de los recursos en la cual se hallan involucrados los locales, la invasión de los espacios naturales, ya sea para implementación de infraestructuras o para actividades recreativas, no se puede determinar un irrespeto a la naturaleza, más bien se genera una controversia en intentar de afectar lo menos pero sin descuidar el bienestar de los locales.

3.4. Cuantificación general de las percepciones de afecciones medioambientales derivadas de la saturación turística por parte de actores del turismo de Baños

La encuesta se realizó directamente a residentes del cantón Baños. Tuvo presencia una semana previa al feriado de la Batalla del Pichincha, en las fechas de 18 y 19 de mayo, principalmente por la facilitación de colaboración de los actores locales, tanto a autoridades como a la población inmiscuida en el ámbito laboral del turismo. Se cubrió la totalidad de sus actores, siendo así, se contó con la colaboración de todos los presidentes parroquiales y los dirigentes de la cámara de turismo y su municipio, así como los actores principales de los pilares turísticos del cantón, tanto de acomodación, alimentación, operación e inclusive artesanos. Se establece una indistincion de sexo asi como nivel educativo, edad, sin ninguna discriminacion.

En este análisis, se realizó una cuantificación de la escala de Likert utilizada en la encuesta, de manera que el nivel "Totalmente de acuerdo" correspondió con una percepción de afectación de 5 en una escala de 1 a 5. Esto implica que los actores turísticos de Baños han manifestado una percepción de una alta afectación por parte de la actividad turística, según el ítem específico relacionado con el medio ambiente. Por otro lado, un valor de 1 indica que no ha habido ninguna afectación. Se consideró el nivel de impacto según la respuesta con mayor porcentaje de elección

3.4.1. El turismo y la calidad del aire

Ilustración 63

Gráfico pregunta 1

1. ¿Considera usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha afectado negativamente la calidad del aire? Explique:

14 respuestas

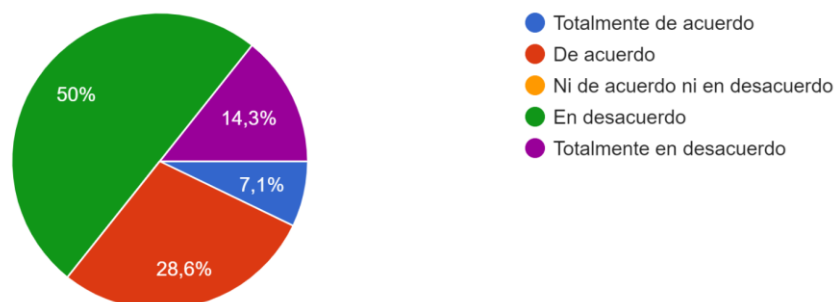


Ilustración N° 63

Título: Grafico pregunta 1

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En cuanto a los resultados de la encuesta realizada, se observa que la mayoría de los participantes, un total de 64%, están en desacuerdo con la existencia de algún tipo de afectación en la calidad del aire del cantón, lo que corresponde a que se percibe un nivel de afección 2, es decir, poco a nulo. Sus argumentos se basan en la presencia de abundante naturaleza que purifica el aire, así como en la influencia de corrientes de aire provenientes de la Amazonía. Por otro lado, el 36% restante sugiere la posibilidad de contaminación debido a la congestión vehicular, especialmente durante los feriados, y a la construcción de infraestructuras impulsada por la tendencia emprendedora actual del cantón.

3.4.2. El turismo y la calidad del agua

Ilustración 64

Gráfico pregunta 2

2. ¿Cree usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha afectado negativamente la calidad del agua? Explique en qué ha afectado?

14 respuestas

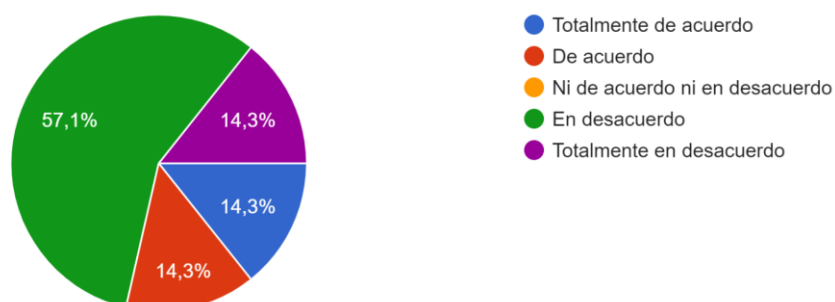


Ilustración N° 64

Título: Grafico pregunta 2

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

El nivel de percepción de la afección a la calidad del agua por parte del turismo es de escala 2, es decir, casi nulo. En relación a la calidad del agua en el cantón, la mayoría de los encuestados respondieron que no existe ningún tipo de contaminación. Argumentan que siempre hay un buen suministro de agua en el cantón, además de la presencia del río Pastaza y diversas fuentes de agua provenientes de los macizos que rodean el valle. Sin embargo, es importante tener en cuenta que al no contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales, todos los desechos sólidos tienen como destino final el río Pastaza, lo que sugiere la existencia de cierto nivel de contaminación. Sin embargo, algunos locales desconocen esta situación debido a la falta de información sobre el tratamiento de aguas residuales en el cantón.

3.4.3. El turismo y la calidad del suelo

Ilustración 65

Gráfico pregunta 3

3 . ¿Piensa usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha afectado negativamente la calidad del suelo? Explique

14 respuestas

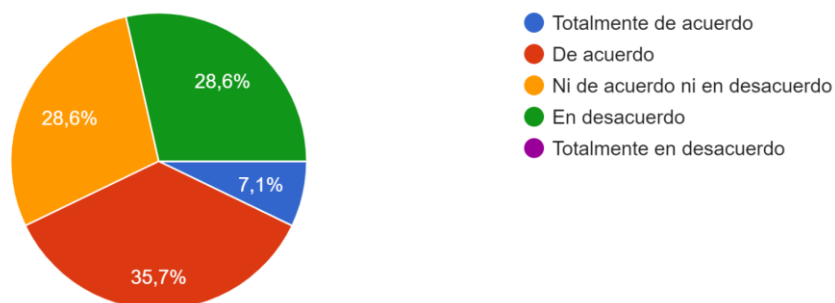


Ilustración N° 65

Título: Grafico pregunta 3

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

En este punto la mayoría piensa que el turismo ha afectado el nivel del suelo en un nivel 4, o sea, considerable. De acuerdo a las interpretaciones por parte de los encuestados hay cierto debate de acuerdo a si existe o no presencia de contaminación en la calidad del suelo del cantón Baños, se representa debido a la presencia de congestión vehicular así como personas en las áreas de naturaleza, que podrían afectar a la calidad del suelo y a sus componentes, sumado al continuo desarrollo del territorio tanto en infraestructura como en la expansión del mismo. En contradicción con lo mencionado anteriormente se cree que al haber tal cantidad de oferta turística que tiene el territorio las personas podrían dispersarse alrededor de todo el cantón así como a cantones aledaños, lo que evitará una saturación turística y un gran impacto en el suelo, ya que al ser un territorio turístico, no se podría evitar que haya algún tipo de afectación, pero si minimizar su impacto.

3.4.4. El turismo y la sobrecarga en los servicios públicos

Ilustración 66

Gráfico pregunta 4

4. ¿Cree usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una sobrecarga en los servicios públicos (por ejemplo, alcantarillado, electricidad, transporte)?

14 respuestas

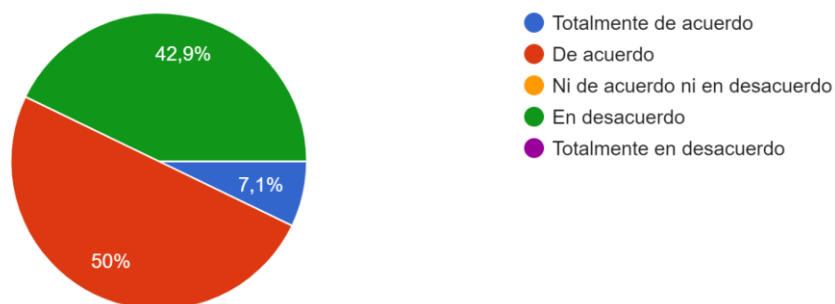


Ilustración N° 66

Título: Grafico pregunta 4

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

La mayor parte de los consultados cree que el turismo genera una sobrecarga en los servicios públicos en un nivel 4, o sea, considerable. En cuanto a la demanda que se genera sobre los servicios públicos en el cantón, más de la mitad de los locales encuestados sugirieron que si existe una saturación en los servicios, primordialmente en las vías congestionadas por los vehículos, que serán un total colapso en feriados, así como las redes de alcantarillado que se sugiere haya una mejora en este, los cortes que han habido en el sistema de aguas que a dejado sin agua al cantón o con poca presión de la misma en fechas de alta demanda. Se debe acotar que las problemáticas dentro de los servicios públicos únicamente se hacen presentes por tal demanda existente en el territorio en fechas de feriados.

3.4.5. El turismo y la calidad de vida de los residentes

Ilustración 67

Gráfico pregunta 5

5. ¿Considera usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una disminución en la calidad de vida de los residentes locales? ¿En qué sentido?

14 respuestas

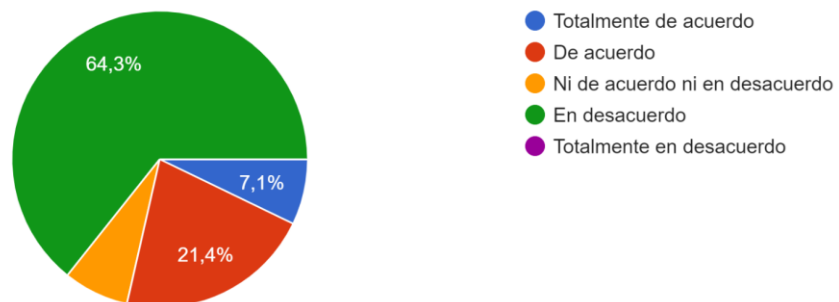


Ilustración N° 67

Título: Grafico pregunta 5

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

La mayoría considera que el turismo en Baños disminuye la calidad de vida de los residentes a nivel 2 o sea, muy poco a nulo. Como se puede observar en la ilustración 67 en su mayoría se tuvo una respuesta en desacuerdo, la mayoría de personas argumentaba que al ser el turismo la principal fuente de ingresos y principal rol de fluctuación de ingresos dentro del cantón la gente se encontraba totalmente conforme con la afluencia constante de turistas, siendo ya que de alguna u otra forma se encontraban vinculados con el espectro turístico los locales. La única molestia que se llegó a describir es quizá el irrespeto de horarios de descanso en la zona de tolerancia del cantón, que no permite que descansen tanto locales como extranjeros por la presencia de diversión nocturna y personas en estado etílico que generaban inconvenientes y conglomeraciones.

3.4.6. El turismo y la biodiversidad

Ilustración 68

Gráfico pregunta 6

6. ¿Piensa usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una disminución en la biodiversidad de la región? ¿En qué sentido?

14 respuestas

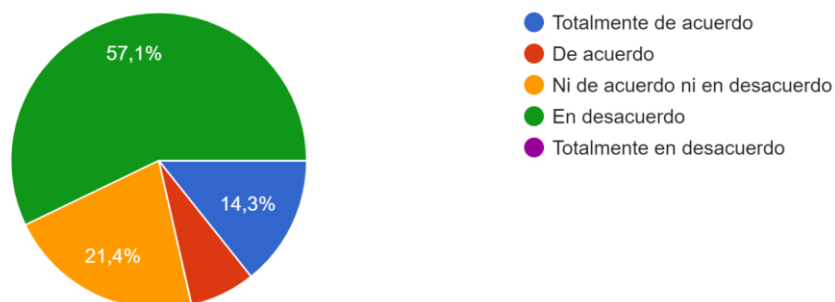


Ilustración N° 68

Título: Grafico pregunta 6

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Los actores consideran que la disminución de la biodiversidad de Baños por causa de la actividad turística ha sido de nivel 2, es decir, poca a nula. Por otro lado la biodiversidad de acuerdo a las percepciones de la mayoría de los locales no se encontraba afectada por el turismo, puesto que este era uno de los principales atractivos del territorio y se promulgaba un mayor cuidado al mismo, incentivando al cuidado ambiental y recuperación de hábitats. Las afecciones percibidas refieren más a la contaminación presente por la gran congestión vehicular así como de personas que producirían erosión en el suelo de áreas naturales. Las infraestructuras y emprendimientos serían los principales causantes de migración de aves y pérdida de hábitats de fauna así como flora, por lo cual se sugiere la presencia de regulaciones medioambientales y normativas de funcionamiento que controlen horarios de apertura y cierre.

3.4.7. El turismo y las infraestructuras

Ilustración 69

Gráfico pregunta 7

7. ¿Cree usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una sobrecarga en las infraestructuras de Baños (por ejemplo, hoteles, ...rantes, bares, carreteras, puentes, etc)? Explique:

14 respuestas

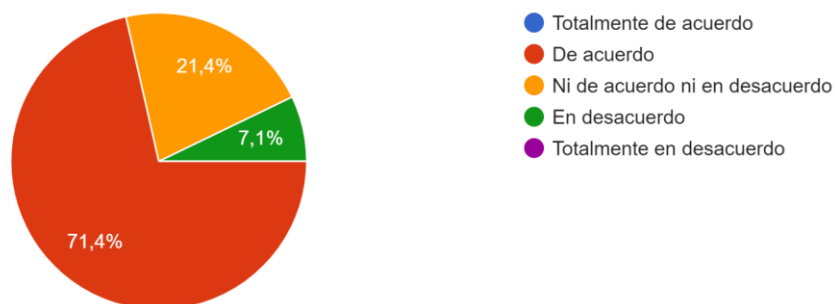


Ilustración N° 69

Título: Gráfico pregunta 7

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Los consultados consideran que la sobrecarga que genera el turismo a la infraestructura del Cantón es de nivel 4, o sea, considerable. En la ilustración 69 se demuestra que si se puede apreciar una sobrecarga en la infraestructura de Baños de Agua Santa, haciendo referencia principalmente a la multitud de personas que se movilizan en vehículos y generan una congestión total los días de feriados, la conglomeración de turistas se a visto identificado en la cabecera cantonal, debido a que es el área de hoteles y de restauración más grande del cantón, que llega a presentarse una saturación en las infraestructuras. El entretenimiento nocturno también se ha visto afectado por la presencia de turistas jóvenes en búsqueda de esta clase de oferta, que ha afectado a los horarios de sueño tanto de locales como de otros turistas. Aunque se cuente con gran número de áreas de dispersión de los turistas, se ha comprobado que sí existen áreas de conglomerados que son aquellos atractivos con más reconocimiento.

3.4.8. El turismo y la saturación de visitantes

Ilustración 70

Gráfico pregunta 8

8. ¿Considera usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad? ¿Cuáles son?

14 respuestas

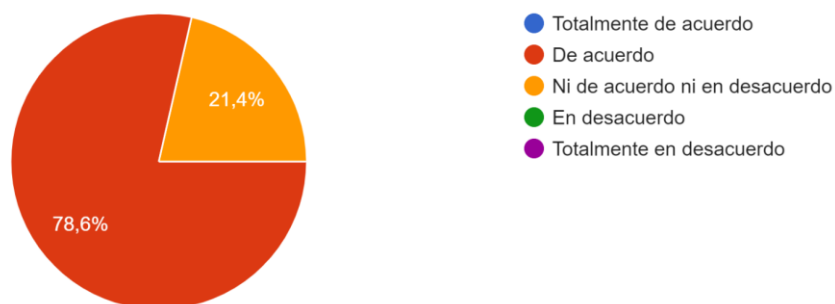


Ilustración N° 70

Título: Gráfico pregunta 8

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Propia

Fecha: 2023

Los actores del turismo en Baños consideran las concentraciones excesivas de turistas en ciertas áreas o atractivos son de nivel 4, es decir, considerables. Se describió que las concentraciones excesivas de turistas se daba paralelamente con la presencia de feriados a nivel nacimiento, en donde se contaba ya con este exceso de visitantes, los principales atractivos turísticos son; Pailón del Diablo, Mirador Manos de Dios, Casa del Árbol y Mega Adventure Park Rio Blanco. Al ser estos los de mayor renombre dentro del cantón si presentan una saturación en los feriados, que podría desencadenar en una mala calidad del servicio turístico e inconvenientes con la movilización del cantón.

3.4.9. El turismo y el respeto al patrimonio natural

Ilustración 71

Gráfico pregunta 9

9 ¿Cree usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región? ¿Explique en qué sentido?

14 respuestas

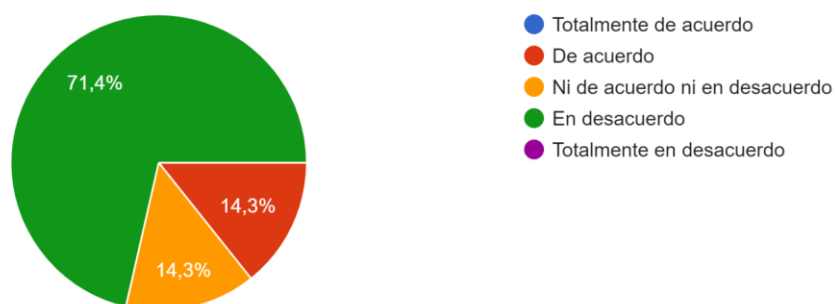


Ilustración N° 71**Título:** Gráfico pregunta 9**Autor:** Efraín Fárez - Juan García**Fuente:** Propia**Fecha:** 2023

El nivel de falta de respeto hacia el patrimonio natural de Baños, según los encuestados, es de escala 2, lo que significa, poco a nulo. La mayoría de los encuestados, como se demuestra en la ilustración 71 sugirió que los baneños serían un ejemplo a seguir para sus visitantes, son ellos quienes cuidan más el territorio y quienes aclararon cualquier maltrato existente hacia su naturaleza. El deterioro del ambiente va de la mano con el desarrollo, pero si se ha predispuesto al intención de crear un territorio con la menor cantidad de afecciones medio ambientales en búsqueda de estrategias verdes que ayuden a preservar la calidad del ambiente así como su naturaleza, incitando a que los visitantes forman parte de este cambio.

3.4.10. Análisis de la cuantificación de los resultados

Los niveles de afección mayores se encuentran en la afectación del nivel del suelo y la sobrecarga en los servicios públicos, ambos con un nivel de escala 4, es decir, considerable. Esto sugiere que los actores turísticos consideran que la actividad turística ha tenido un impacto significativo en estas áreas. La afectación del suelo puede estar relacionada con la construcción de infraestructuras turísticas, el tránsito constante de vehículos y la presión ejercida por la afluencia de turistas. Por otro lado, la sobrecarga en los servicios públicos puede deberse al aumento de la demanda de servicios como agua potable, energía eléctrica, recolección de residuos, entre otros, debido al incremento de la actividad turística.

En contraste, los niveles de afección menores se observan en la calidad del aire, calidad del agua, calidad de vida de los residentes, disminución de la biodiversidad, falta de respeto hacia el patrimonio natural, todos con un nivel de escala 2, es decir, poco a nulo. Esto indica que los actores turísticos perciben que el turismo ha tenido un impacto relativamente bajo en estas áreas. Puede ser debido a una gestión adecuada de la calidad del aire y agua, así como a la implementación de medidas de conservación y educación ambiental. Además, la falta de respeto hacia el patrimonio natural puede ser menor gracias a los esfuerzos de sensibilización y control por parte de las autoridades y los actores turísticos.

El nivel promedio de afectación es de 2.6, mismo que tiende a una escala de 3 o sea, impacto medio. Esto indica que, en general, los actores turísticos perciben un impacto relativamente

bajo en las diferentes áreas evaluadas. Esto sugiere que, aunque existen ciertos aspectos que generan preocupación y requieren atención, en general, la actividad turística no ha tenido un impacto significativo en el cantón de Baños. Sin embargo, es importante tener en cuenta que este nivel promedio es un indicador general y puede ocultar variaciones significativas entre las diferentes áreas evaluadas. Este nivel promedio de afectación general puede servir como una referencia inicial para comprender la percepción de los actores turísticos locales sobre los impactos ambientales de la actividad turística en el cantón de Baños. Sin embargo, es importante realizar análisis más detallados y profundos, considerando otros factores en el estudio.

El objetivo del capítulo fue el análisis cualitativo de los impactos medioambientales generados por la saturación turística en los principales atractivos de naturaleza presentes en el cantón por parte de los principales referentes turísticos del cantón Baños de Agua Santa. Se logró percibir una respuesta en relación a las afecciones previamente sugeridas de una manera observacional para la planeación del estudio, en donde los actores tuvieron respuestas similares entre sí, sugiriendo ciertos déficits y afectaciones ambientales. Las respuestas sugieren más enfoque en la calidad de vida y de servicio que se genera en el territorio puesto que se enfocan más en ámbitos como congestión vehicular y el respeto de horarios de funcionamiento. Así también se logró cuantificar los impactos o consecuencias de la saturación turística en Baños, llegando a tener una nueva visión de cómo es percibida.

La limitante de tiempo y bases de estudio no permitieron generar resultados precisos en cuanto a los daños ambientales presentes en el territorio, pero generaron una perspectiva en general de las principales afecciones denotadas en el territorio por quienes van directamente de la mano con el turismo, lo que apertura las puertas a un estudio mucho más amplio del territorio.

Conclusiones

1. Existe una falta de registro y una discrepancia en los datos sobre las visitas turísticas en Baños, tanto a nivel del Ministerio de Turismo, la Cámara de Turismo, la Dirección de Turismo y otros actores involucrados. Este desafío no es exclusivo del cantón, sino que se extiende a nivel nacional. En general, los establecimientos turísticos no comparten esta información por temor o por motivos comerciales. Como resultado, las autoridades se ven obligadas a realizar estimaciones basadas en datos limitados, como el número de visitantes en las piscinas municipales o aproximaciones proporcionadas por los hoteles sobre la ocupación de plazas. Esto conlleva a que las estadísticas presentadas en términos de visitantes durante días festivos y ganancias monetarias sean solamente estimaciones, lo cual refleja la necesidad de establecer un sistema de registro más sólido y confiable para respaldar la toma de decisiones y la planificación estratégica en el sector turístico de Baños.
2. Además, en Baños, se ha observado un cambio significativo en la oferta turística hacia el segmento del turismo masivo. Esta transformación se ha caracterizado por la llegada de una gran afluencia de visitantes, descritos como turistas post-Covid, que además de buscar áreas naturales, buscan experiencias turísticas rápidas, la oportunidad de capturar momentos únicos en fotografías y la visita de atracciones novedosas. Estos turistas tienen un enfoque particular en minimizar los gastos, lo cual se refleja claramente en la mayoría de los establecimientos de alojamiento, restaurantes y emprendimientos turísticos, que ofrecen opciones de bajo costo, mientras que las alternativas de lujo y alta gama son limitadas, así como de mucha menor demanda.
3. Esta situación ha generado una intensa competencia entre las empresas turísticas por atraer y satisfacer a los turistas durante las temporadas de mayor demanda. Sin embargo, en esta competencia por captar la atención de los visitantes, pocas veces se consideran las posibles consecuencias negativas de convertir un destino que se

caracteriza por su naturaleza en un lugar de turismo masivo. Es importante tener en cuenta que la gran mayoría de la población de Baños depende directa o indirectamente del turismo, por lo que un colapso del sistema turístico en el futuro, como resultado de la falta de enfoque en prácticas turísticas sostenibles, tendría un impacto significativo y perjudicial en todo ámbito de la comunidad local. Baños, hasta el momento, no ha alcanzado un nivel de saturación turística extremo. Sin embargo, es evidente la falta de enfoque en mejorar la calidad de la experiencia turística, sumado a la ausencia de medidas para prevenir el agotamiento de los recursos naturales y turísticos del cantón.

4. Baños, tradicionalmente conocido como un destino turístico de naturaleza y aventura, ha experimentado un cambio notable en la demanda debido a la pandemia. Actualmente, se observa un incremento significativo en las visitas nacionales de familias que buscan explorar y descubrir nuevos recursos turísticos, así como disfrutar de la belleza natural que ofrece la región. No obstante, esta tendencia ha generado una disminución en la afluencia de turistas que buscan experiencias más emocionantes y de aventura, ya que se encuentran con una ciudad abarrotada de personas y un tráfico intenso. En este nuevo escenario, el mercado principal se ha desplazado hacia el turista nacional, quien elige visitar Baños durante períodos más cortos, generalmente de uno a tres días, buscando disfrutar de una escapada rápida.
5. El incremento considerable de visitantes y la falta de un control adecuado en la gestión de la afluencia turística han generado diversas problemáticas en Baños. Uno de los desafíos más significativos es el deterioro del sistema de alcantarillado, el cual se ha visto sobrepasado debido al aumento de personas, la alta demanda y la falta de infraestructuras suficientes para su adecuado funcionamiento. Además, esta situación ha tenido un impacto negativo en los recursos hídricos, especialmente en el Río Pastaza, el cual ha sido afectado por la contaminación generada por el exceso de desechos producidos por los visitantes.
6. Paradójicamente, la pandemia ha impulsado la visita a Baños, lo que ha llevado a la creación de numerosos emprendimientos turísticos. La mayoría de estos emprendimientos se enfocan en la construcción de miradores y atracciones novedosas, pero pocos están relacionados con el patrimonio natural o cultural del lugar. Existe una tendencia a la aculturación extranjera, donde se copian emprendimientos de moda de otros lugares o se utilizan referencias de la cultura popular de series o programas de televisión internacionales. Sin embargo, muchos de

estos miradores se construyen en zonas propensas a deslaves, lo que además conlleva a la eliminación de la vegetación natural de las montañas para crear caminos y se instalan luces brillantes durante la noche, lo que afecta la fauna local. Aves y otros animales que solían habitar en estas áreas se ven obligados a abandonar su hábitat. Aunque los terrenos son privados y las personas tienen derecho al trabajo, la sobreexplotación nunca es beneficiosa y traerá consecuencias negativas en el futuro.

7. Baños experimenta un problema de saturación turística durante las temporadas altas, como feriados nacionales y fiestas locales, mientras que la demanda disminuye en otros días. Uno de los problemas más graves es la congestión de la carretera Baños-Puyo, debido al exceso de personas y al limitado tamaño de los dos carriles. Aunque se ha diversificado la oferta turística, esto ha tenido poco impacto en evitar estas concentraciones. La prioridad parece ser la cantidad de personas que visitan los atractivos turísticos y aprovechar su consumo, en lugar de garantizar una experiencia turística de calidad. A pesar de esto, el hecho de que la mayoría de la población pueda generar sus ingresos a través del turismo brinda una sensación de seguridad en la ciudad. Sin embargo, se evidencia que la población no se da cuenta de que la explotación de los recursos turísticos para obtener beneficios económicos sin considerar el futuro no es sostenible ni beneficioso a largo plazo.
8. La saturación de visitantes en Baños conlleva una serie de consecuencias que impactan tanto la calidad del turismo como el entorno natural. La congestión vehicular se convierte en un caos descontrolado, dificultando la movilidad y generando un efecto perjudicial en la infraestructura vial. Además, el constante flujo de personas provoca una erosión significativa del suelo, comprometiendo la integridad de los paisajes y la estabilidad de los ecosistemas locales. Los atractivos turísticos se ven opacados por las multitudes masivas de visitantes, limitando la capacidad de apreciar plenamente su belleza y esencia. La sensación de abrumo por la aglomeración constante de gente y el bullicio incesante impide a los turistas sumergirse en una experiencia satisfactoria y enriquecedora.
9. El sistema de alcantarillado, sometido a una presión excesiva, se encuentra al borde del colapso, con serias implicaciones para la salud pública y la calidad del entorno. Además, la provisión de agua potable se encuentra en una situación similar en temporadas altas, amenazando la disponibilidad de este recurso vital tanto para los residentes locales como para los visitantes. Estas consecuencias, si bien aún no han alcanzado niveles extremos, exigen una atención inmediata y la implementación de

medidas efectivas para preservar la calidad del turismo y garantizar la sostenibilidad de los recursos naturales en Baños.

10. Es importante destacar las limitaciones del presente estudio, el cual se basó principalmente en percepciones y fue realizado por un equipo de dos personas en un período de tiempo relativamente corto. Esta situación puede afectar el nivel de precisión de los datos presentados. Sin embargo, el estudio ofrece una perspectiva general valiosa sobre cómo se percibe el Cantón por parte de futuros profesionales del turismo que no son residentes de la zona. Estas percepciones pueden ser corroboradas o refutadas mediante las opiniones de los representantes del sector turístico de Baños. Este estudio sirve como una invitación a realizar investigaciones más exhaustivas y específicas para obtener datos y resultados más acordes con el contexto de la actividad turística, sus impactos positivos y negativos. En particular, se requieren estudios sobre la contaminación acústica y la degradación del suelo, así como sobre la flora y fauna en los lugares de mayor concurrencia o visita en Baños. Hasta la fecha, no se han llevado a cabo investigaciones en profundidad en estos sitios altamente frecuentados. De esta forma se promueve la protección del territorio para asegurar un futuro sostenible.
11. Las percepciones de los principales actores y autoridades vinculadas con el turismo, concuerdan en la mayoría de problemáticas presentes en el territorio, que si bien para ellos todavía no a existido grandes tipos de contaminación ambiental, es imprescindible la consideración de que a futuro podría ser considerado como un territorio de turismo en masas, lo que conlleva a la necesidad de cálculo veras de capacidad de carga, sin valores aproximados. Según actores partícipes del estudio, la necesidad de formular un turismo sostenible no es de consideración actualmente pues se menciona que no se ha planificado planes de manejo en relación al cuidado ambiental con el turismo, aunque se considera que son los propios habitantes quienes se encargan de este cuidado. A largo plazo podría generarse daños ambientales, en el sistema hídrico y el suelo principalmente los cuales podrían ser irremediables por lo que sería necesario la implantación de planes de manejo ambientales en relación al turismo con la naturaleza.

Recomendaciones

1. Se recomienda establecer un sistema integral de registro y recopilación de datos turísticos en Baños, que involucre la colaboración activa de los establecimientos turísticos. Esto incluiría la implementación de mecanismos de seguimiento y reporte de visitas, así como la promoción de la transparencia y confidencialidad de la información. Además, se debería incentivar la participación de los actores del sector turístico en la compartición de datos, a través de la sensibilización, la educación y la creación de incentivos adecuados. De esta manera, se lograría contar con datos precisos y actualizados que respalden una toma de decisiones informada y una planificación estratégica efectiva en el turismo de Baños.
2. Es fundamental implementar estrategias de gestión que permitan diversificar la oferta turística en Baños, promoviendo el desarrollo de emprendimientos de alta calidad y valor agregado. Esto implica fomentar la creación de alojamientos y restaurantes que satisfagan las necesidades de turistas con mayores recursos económicos. Asimismo, se deben establecer medidas para regular la competencia en temporadas altas y evitar la sobreexplotación del destino, priorizando la sostenibilidad a largo plazo.
3. Es necesario promover la conciencia sobre la importancia de conservar el patrimonio natural de Baños. Esto implica incentivar la creación de emprendimientos turísticos que estén en armonía con el entorno y que respeten los valores de la comunidad local. Además, se deben implementar medidas de control y regulación para evitar la construcción indiscriminada de miradores y emprendimientos turísticos que puedan causar daños al medio ambiente y alterar los ecosistemas naturales.
4. Se deben implementar acciones para reducir la congestión vehicular y mejorar la accesibilidad a los atractivos turísticos de Baños. Esto implica la ampliación y mejora de la infraestructura vial, así como la implementación de sistemas de transporte turístico eficientes. De la misma manera, se deben establecer medidas de control y regulación para evitar las aglomeraciones en los lugares turísticos, garantizando una experiencia satisfactoria para los visitantes.

5. Es crucial implementar acciones para fortalecer el sistema de alcantarillado y asegurar un suministro adecuado de agua potable en Baños. Esto implica invertir en la mejora de la infraestructura y en la implementación de tecnologías sostenibles de tratamiento de aguas residuales. Además, se deben promover campañas de concientización sobre el uso responsable del agua y la importancia de preservar los recursos hídricos.
6. Es necesario establecer un plan de gestión turística integral que tenga en cuenta los impactos positivos y negativos del turismo en Baños. Esto implica la participación activa de los actores locales y la colaboración entre los sectores público y privado. Asimismo, se deben implementar medidas de control y regulación para evitar el sobreconsumo de los recursos del Cantón y garantizar un crecimiento turístico sostenible.
7. Resulta crucial establecer estrategias efectivas que diversifiquen los mercados turísticos, reduciendo la dependencia de la demanda nacional y atrayendo a turistas internacionales. Esto implica la implementación de acciones como la promoción activa de la oferta turística en mercados emergentes, la participación en ferias y eventos turísticos internacionales de renombre, así como el desarrollo de campañas de marketing innovadoras y efectivas.
8. Es fundamental transformar a Baños en un destino de primer nivel, destacando su oferta de alta calidad y promoviendo una cultura del servicio excepcional. Esto implica la mejora continua de la infraestructura turística, la diversificación de las actividades y experiencias disponibles, y la capacitación del personal para brindar servicios de excelencia. De esta manera, Baños se consolidará como un destino atractivo para turistas exigentes en busca de experiencias enriquecedoras y de primer nivel, más allá de ser un destino familiar de bajo costo y vacaciones cortas. Este enfoque estratégico permitirá no solo elevar la reputación y el posicionamiento de Baños a nivel internacional, sino también asegurar una mayor rentabilidad económica y la conservación de los recursos de la región a largo plazo.
9. Es esencial implementar programas de capacitación y formación continua dirigidos a los actores del sector turístico en Baños. Estos programas deben abarcar áreas clave como gestión empresarial, sostenibilidad y conservación del patrimonio. Además, es necesario promover alianzas estratégicas entre instituciones educativas, el sector privado y las autoridades locales para fortalecer la formación y profesionalización de manera integral en el sector turístico de la región. Con una capacitación sólida y una

colaboración efectiva, se potenciará el desarrollo de un turismo sostenible y de calidad, garantizando así la protección y promoción adecuada del patrimonio local.

10. Se debe fomentar la realización de investigaciones más profundas y específicas sobre la actividad turística en Baños, con el fin de obtener datos y resultados más precisos y actualizados. Esto permitirá tomar decisiones informadas y ajustar las estrategias de gestión de acuerdo con la evolución del turismo en el destino. Asimismo, se deben establecer sistemas de monitoreo continuo para evaluar los impactos del turismo y tomar medidas correctivas en caso de detectar desviaciones o problemas.

Referencias

- Alvear Ulloa, L. M. A. U. (2016). Borrador del Estudio de Impacto Ambiental EXPOST y Plan de Manejo Ambiental Operación, Mantenimiento y Abandono para el Almacenamiento de Combustible del Balneario Santa Clara. En *GAD Municipal del Cantón Baños de Agua Santa* (MAE-496-CI). Recuperado de <https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2016/EsIAExPOSTBorradorbalnearioSantaClara.pdf>
- Anguera, T. (1983). Manual de prácticas de observación. México. Trillas. <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/viewFile/42171/94904>
- Araújo Pereira, G., & de Sevilha Gosling, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(1), 62-85.
- Ayaviri, V., Quispe, G., & Sánchez, P. (2017). Estimación de la demanda del turismo en la Comunidad Andina de Naciones. *Revista Espacios*, 38(31), 24-38. <http://www.revistaespacios.com/a17v38n31/a17v38n31p24.pdf>
- Bustamante, N. (23 de Agosto de 2020). El desafío del turismo ante la pandemia. Obtenido de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/desafio-turismo-pandemia>
- Garzón, C. (Fotógrafo). (2022). Las Manos de Dios [Fotografía]. Recuperado de <https://livingecuadortravel.com/miradores-volcan-tungurahua/>

Centro Turístico Pailón del Diablo. (2020). Pailón del Diablo. Recuperado de: <http://www.pailondeldiablo.ec/es/inicio>

Chavez, L. (2023, 18 de mayo). Entrevista a Luis Chávez (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

De Souza, N. (Fotógrafo). (2021). Cascada Pailón del Diablo [Fotografía]. Recuperado de <https://livingecuadortravel.com/cascada-pailon-del-diablo/>

Díaz, S. (2023, 18 de mayo). Entrevista a Stalin Díaz (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Díaz, B. (2023). Eléctricos, híbridos, diésel y gasolina: ¿cuántas emisiones producen en su vida útil?. caranddriver. <https://www.caranddriver.com/es/coches/planeta-motor/a30780438/emisiones-contaminantes-segun-tipo-coche/>

El Comercio. (2021, mayo 28). Baños oferta el turismo nocturno en familia y bioseguro. El Comercio. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ecuador-banos-turismo-bioseguridad-pandemia.html>

El Telégrafo. (2015, enero 25). Un millón de turistas al año visitan Baños de Agua Santa. El Telégrafo. Recuperado de: <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/un-millon-de-turistas-al-ano-visitaban-banos-de-agua-santa-infografia>

El Universo. (2016, diciembre 31). Gran afluencia de turistas se registra en Baños el último día del 2016. El Universo. Recuperado de:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2016/12/31/nota/5976256/gran-afluencia-turistas-se-registra-banos-ultimo-dia-2016/>

El Universo. (2017, noviembre 3). Servidores turísticos de Baños de Agua Santa contentos por la gran afluencia de turistas. El Universo. <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/11/03/nota/6463873/servidores-turisticos-banos-agua-santa-contentos-gran-afluencia/>

El Universo. (2017, noviembre 3). Servidores turísticos de Baños de Agua Santa contentos por la gran afluencia de turistas. El Universo. <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/11/03/nota/6463873/servidores-turisticos-banos-agua-santa-contentos-gran-afluencia/>

El Universo. (2018, noviembre 2). Turistas llegan a Baños de Agua Santa para disfrutar del feriado. El Universo. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/11/02/nota/7031160/turistas-llegan-banos-agua-santa-disfrutar-feriado/>

El Universo. (2020, octubre 2). En Baños reabren termas y bares; otras localidades liberan el flujo vehicular. El Universo. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/10/01/nota/7997929/termas-santa-ana-mas-bares-discotecas-abren-banos-agua-santa/>

El Universo. (2022, noviembre 2). Baños, uno de los destinos de la Sierra que captaron una importante cuota de visitantes en este asueto. El Universo. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/banos-uno-de-los-destinos-de-la-sierra-que-capto-una-importante-cuota-de-visitantes-en-este-asueto-nota/>

Expreso. (2020, abril 21). Coronavirus: Se confirma primer caso en Baños de Agua Santa. Expreso. Recuperado de: <https://www.expreso.ec/actualidad/coronavirus-confirma-primer-caso-banos-agua-santa-9743>

Flallos, I. (2023, 18 de mayo). Entrevista a Ivan Flallos (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Flores, D., & Barroso, M.de la O.(2012). La demanda turística internacional. Medio siglo de evolución. Revista de Economía Mundial,(32), 127-149. <http://www.redalyc.org/pdf/866/86625395006.pdf>

Freile, W. (2023, 18 de mayo). Entrevista a William Freile (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

García, C. (2017). Overtourism: aprendiendo lecciones de la masificación turística. Obtenido de <https://www.carlosgarciaweb.com/overtourism-omasificacion-turistica/>

Goodwin, H. (2017) The Challenge of Overtourism Responsible Tourism Partnership Working Paper 4 <https://haroldgoodwin.info/pubs/RTP'WP4Overtourism01'2017.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Río Verde. (2019). Atractivos Turísticos. gadrioverde. Recuperado de : <https://www.gadrioverde.gob.ec/turismo/atractivos-turisticos.html>

Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa. (2019). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2020/agosto2020/PDOT_2019-2023.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Baños de Agua Santa. (2020). Ordenanzas. Recuperado de: <https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/ORDENANZAS/2020/12.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños de Agua Santa. (2019). Historia de baños. municipiobanos. Recuperado de: <https://municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/features/historia>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños de Agua Santa. (s. f.). Municipio de Baños. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños de Agua Santa. Recuperado de: <https://municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/component/content/article?id=119:documentos-trámites>

Gonzales, P. G. V. (2020). Ing. Pilar González Vargas. En *Ministerio del Ambiente* (MAE-SUIA-0258-CI). Recuperado 6 de junio de 2023, de <https://rnn.tungurahua.gob.ec/documentos/download/6099862783ba889b2a3040d4>

Instituto Costarricense de Turismo (ICT) (s.f.). Atractivos turísticos mixtos. Recuperado de <https://www.visitcostarica.com/es/costa-rica/atractivos-mixtos>

Ir Andando (2019). Casa del árbol [Fotografía]. Recuperado de <https://irandando.com/2014/01/guia-para-viajar-por-ecuador/>

La hora. (2021, diciembre 5). 94% de los turistas que llegan a Baños son ecuatorianos. La Hora. Recuperado de: <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/94-de-los-turistas-que-llegan-a-banos-son-ecuatorianos/>

La hora. (30 de Abril de 2020). Turismo de Baños en crisis por el Covid-19. Obtenido de: <https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102317636/turismo-de-banos-en-crisispor-el-covid-19>

León, O. G. y Montero, I. (1997). Diseño de investigaciones. Madrid: McGrawHill

Leopold, L. B., Clarke, F. E., Hanshaw, B. B., & Balsley, J. R. (1971). A Procedure for Evaluating Environmental Impact. <https://pubs.usgs.gov/circ/1971/0645/report.pdf>

Los Andes. (2022, julio 16). Baños le apuesta a la innovación y creación de nuevos atractivos turísticos. Los Andes. Recuperado de: <https://www.diariolosandes.com.ec/banos-le-ap>

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf

Luna, A. (2023, 18 de mayo). Entrevista a Alexander Luna (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Ministerio de Transporte y Obras Públicas.(2018). estudios de factibilidad, impactos ambientales e ingeniería definitivos para la ampliación (4 carriles), rectificación y mejoramiento de la carretera pelileo-baños. Recuperado de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/EIA_Pelileo-Banos_Diagnostico_Ambiental.pdf

Ministerio de Turismo (2018). Baños, un carismático y tranquilo lugar al pie de un volcán. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/banos-un-carismatico-y-tranquilo-lugar-al-pie-de-un-volcan/>

Ministerio de Turismo (2021). Atractivos turísticos. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/atractivos-turisticos/>

Ministerio de Turismo. (2020). Consolidado nacional 2020.

Ministerio de Turismo. (2020). Plan Nacional de Turismo 2020-2025. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/plan-nacional-de-turismo/>

Ministerio de Turismo. (2023). Servicios. Ministerio de Turismo. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-minturuesta-a-la-innovacion-y-creacion-de-nuevos-atractivos-turisticos/>

Molina, M. (2023, 14 de mayo). Entrevista a María Isabel Molina (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Montero, D. (2023, 18 de mayo). Entrevista a David Montero (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Municipio de Baños. (2008). Ordenanza para la prevención y control de la contaminación producida por ruido en el cantón baños de agua santa. en *la ilustre municipalidad del*

cantón baños de agua santa. Recuperado de <https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/ORDENANZAS/2008/3.pdf>

OMT. (2018). Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420070>

Organización Mundial del Turismo. (2019). Productos turísticos. <https://www.unwto.org/es/content/productos-turisticos>

Paredes, A. (2023, 18 de mayo). Entrevista a Anthony Paredes (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAI9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Pulido, J, Saez, A, (2011), Estructura General del Mercado Turístico, Síntesis, S.A., 1era ED, Madrid.

Revista Baños. (2010). Acerca de. WordPress. Recuperado de <https://revistabanios.wordpress.com/acerca-de/>

Revista Baños (2011). Ruta de las Cascadas [Fotografía]. Recuperado de <https://revistabanios.wordpress.com/mapas/ruta-de-las-cascadas/>

Sanchez, G. (2023, 18 de mayo). Entrevista a Gabriel Sánchez (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAI9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Santamaría, D. (2023, 18 de mayo). Entrevista a Diego Santamaría (Entrevista personal).

Recuperado

de:<https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Santamaría, G. (2023, 19 de mayo). Entrevista a Gabriela Santamaría (Entrevista personal).

Recuperado

de:

<https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAl9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Secretaría de Turismo de México (s.f.). Atractivos turísticos de naturaleza. Recuperado de

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/attractivos-turisticos-de-naturaleza-24823?idiom=es>

Terminal Turístico De Chivas. (s. f.). Agencia De Excursiones En Autobús en Baños de Agua Santa. Recuperado de <https://terminalturisticodechivas.negocio.site/#summary>

Tripadvisor (2022). Megapark Río Blanco [Fotografía]. Recuperado de

https://www.tripadvisor.es/Attraction_Review-g312857-d20376380-Reviews-Mega_Adventure_Park_Rio_Blanco-Banos_Tungurahua_Province.html

Tungurahua Turismo. (2020). Ruta de las Cascadas. tungurahuaturismo. Recuperado de:

<https://tungurahuaturismo.com/es-ec/tungurahua/banos-de-agua-santa/cascadas/ruta-cascadas-axz5h4q8g>

Tungurahua Turismo. (s. f.). Artesanías Baños de Agua Santa. Recuperado de

<https://tungurahuaturismo.com/es-ec/tungurahua/banos-de-agua-santa/rutas-culturales/artesantias-banos-agua-santa-a67vzx4n7>

Tungurahua Turismo. (s. f.). Comida típica de Baños de Agua Santa. Recuperado de <https://tungurahuatourismo.com/en-ec/tungurahua/banos-de-agua-santa/rutas-gastronomicas/comida-tipica-banos-agua-santa-ab80a33f3>

Tungurahua Turismo. (s. f.). Tradiciones y celebraciones de Baños. Recuperado de <https://tungurahuatourismo.com/es-ec/tungurahua/banos-de-agua-santa/rutas-culturales/tradiciones-celebraciones-banos-aov44q7ve>

Turisec. (2020). En un cerro frente a Baños, quien se mece en un columpio gigante se siente protegido por Las manos de Dios.turisec. Recuperado de: <https://www.turisec.com/en-un-cerro-frente-a-banos-quien-se-mece-en-un-columpio-gigante-se-siente-protegido-por-las-manos-de-dios/>

Tustón, H. (2023, 19 de mayo). Entrevista a Hugo Tustón (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAI9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Urrutia, J. (2006). Cartografía, Orientación y GPS. Editorial ETOR-OSTA. https://books.google.com.ec/books/about/Cartograf%C3%ADa_orientaci%C3%B3n_y_GPS.html?id=C6JcMQAACAAJ&redir_esc=y

Vega, O. (2023, 18 de mayo). Entrevista a Orlando Vega (Entrevista personal). Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1MQtXQHReePDGJbBNXveGr71UhxWekGiosAI9ujv3aDc/edit?usp=sharing>

Anexos

Anexo A. Diseño aprobado del Trabajo de Integración Curricular

*Aprobado
Aprobado
26 Mayo 2022*

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 1 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

UCUENCA

CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

Carrera de Turismo

Diseño de Proyecto de Investigación: Sostenibilidad en el ámbito turístico y de hospitalidad

Consecuencias que provoca la Saturación Turística de visitantes en Destinos de Naturaleza de acuerdo a aspectos medioambientales. Caso de Estudio: Baños de Agua Santa, Ecuador

Línea de Investigación: Sostenibilidad en el ámbito turístico y de hospitalidad

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

Autores: Bryan Efraín Fárez Coronel, Juan Pablo García Guevara

CI: 0106821879 - 0105600605

Correo electrónico: efrain.farez@ucuenca.edu.ec

juan.garciag99@ucuenca.edu.ec

Director:

Ph.D Marcela Alexandra Galarza Torres

CI: 0102045655

Cuenca, Ecuador
16 – Diciembre - 2022



UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 2 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

ÍNDICE

DESCRIPCIÓN	
1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
2. NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES	3
3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
5. MARCO TEÓRICO	4
6. OBJETIVOS	8
7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	9
8. BIBLIOGRAFÍA	10
9. TALENTO HUMANO	12
10. RECURSOS MATERIALES	12
11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	13
12. PRESUPUESTO	13
13. ESQUEMA	14
14. ANEXOS	15

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 3 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Consecuencias que provoca la saturación de visitantes en destinos turísticos de naturaleza de acuerdo a aspectos medioambientales. Caso de estudio: Baños de Agua Santa, Ecuador.

2. NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES

Bryan Efraín Fárez Coronel (efrain.farezc@ucuenca.edu.ec)

Juan Pablo García Guevara (juan.garciag99@ucuenca.edu.ec)

1. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio pretende proporcionar conocimientos sobre el problema de la saturación de visitantes existente en Baños de Agua Santa, debido a que tras la visita al destino se pudo observar una exagerada presencia de individuos en atractivos de naturaleza, que degradan ambientalmente los mismos, además del desarrollo no sostenible de la actividad turística en el cantón. El objetivo será determinar el impacto ambiental y las consecuencias que produce la saturación de visitantes en destinos turísticos de naturaleza. El enfoque será mixto a través de las herramientas de revisión bibliográfica, estudios georeferenciados observacionales y encuestas descriptivas. Finalmente, se comprobará que los atractivos turísticos naturales del cantón Baños de Agua Santa han llegado a tener saturación turística especialmente en feriados o en períodos vacacionales. Esta saturación ha provocado una degradación de los recursos naturales reflejando una falta de gestión sostenible en los mismos.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

A lo largo de los últimos años, el turismo se ha convertido en parte fundamental dentro de la economía, llegando a representar el 10,3% del Producto Interno Bruto mundial, generando 1 de cada 10 empleos en el planeta (World Travel and Tourism Council, 2021). Los visitantes, ya sean turistas o excursionistas son los que generan el beneficio económico al destino. Sin la demanda, el sistema turístico estaría incompleto y el lugar que pretenda poner en marcha la actividad turística con ausencia de ella no tendría una razón de ser. No obstante, cuando el destino posee una exagerada demanda de visitantes se puede llegar al colapso del mismo, generando una variedad de problemas en los atractivos turísticos, la población y en el territorio.



UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 4 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

El aumento de turistas presentado desde los años noventa en el cantón de Baños de Agua Santa y su creciente demanda, ha derivado en una presión visible sobre la capacidad de carga de ciertos atractivos turísticos, lo que supone una amenaza a la sostenibilidad requerida por el territorio. A pesar de no existir información oficial relacionada, gracias a un análisis observacional previo, es fácil suponer una problemática de saturación y congestión turística presente en el territorio de Baños de Agua Santa. Esto se evidencia de forma directa en los atractivos, así como en la planta turística de la cabecera cantonal. Además, es posible percibir un escaso interés por parte del GAD en el Plan de Ordenamiento Territorial en referencia al cuidado ambiental y su ambicioso enfoque en el desarrollo económico, fragmentando los tres pilares del desarrollo sostenible (GAD Baños de Agua Santa, 2019).

Por lo tanto, se pretende analizar las consecuencias que provoca la saturación turística de visitantes en destinos de naturaleza de acuerdo a aspectos medioambientales. Caso de Estudio: Baños de Agua Santa, Ecuador. Por ello se establecen tres objetivos específicos; 1) Describir la oferta y demanda del destino Baños de Agua Santa. 2) Identificar las concentraciones de visitantes en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza del destino, de acuerdo con la estacionalidad. Y 3) Cuantificar las percepciones de los actores locales sobre los impactos medioambientales generados por la saturación turística.

3. MARCO TEÓRICO

5.1. Oferta y Demanda Turística

Partiendo desde la conceptualización, la oferta turística son los bienes y quienes lo ofertan que se encuentran en el lugar a donde los consumidores se desplazan, donde se desarrolla la actividad turística, y que influye directamente en sus preferencias y selección del destino. (Ayaviri et al., 2017). Son los bienes y servicios disponibles, capacidad técnica para satisfacer los deseos de los visitantes, precios de mercado e ingresos (Ayaviri, Quispe, Sánchez, 2017). De igual manera, el producto turístico es parte esencial dentro de la demanda, por la promoción que producen los mismos. La conjunción de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar y el desarrollo de un programa de promoción idóneo orientado a los consumidores potenciales, un esquema de distribución y una estructura de precio que responda a las características del mercado objetivo, es la definición de producto turístico.

Flores y Barroso (2012) indican que la demanda turística comprende el desplazamiento de individuos hacia los diversos destinos y su estancia en los mismos; así como, todos los bienes y servicios requeridos por el visitante durante el viaje de su residencia hacia el destino y su estadía, entre ellos el alojamiento, restauración y actividades realizadas en él. La demanda turística se relaciona con la cantidad de productos turísticos que los potenciales consumidores y visitantes

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 5 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

actuales están dispuestos a adquirir a un precio en un momento determinado (Ayaviri et al., 2017). En adición, oferta y demanda están directamente relacionadas, en el sentido de que esta última es atraída por el producto turístico de un lugar, generando el interés de visitarlo. No obstante, el excesivo número de individuos que visitan un atractivo puede derivar en la concentración de visitantes.

Rosenberg (2020) indica que la concentración de personas es la medida del número de individuos por unidad de superficie, comúnmente representada como personas por área. Partiendo de este análisis, para el presente estudio el área será igual al espacio utilizado por un atractivo turístico. Asimismo, Butler (1994) señala que la tendencia de las corrientes turísticas a concentrarse en un tiempo y espacio determinados es conocida como estacionalidad. De este modo existen épocas del año en las que se origina una mayor concentración de turistas o temporada alta y otra en la que el volumen de visitantes es mucho menor o, temporada baja. La estacionalidad o concentración de visitantes es un grave problema para la industria turística y los núcleos receptores porque descompensa evidentemente la oferta y la demanda. Así, se produce la congestión, la insuficiencia de las carreteras, la escasa calidad en el servicio, la inseguridad ciudadana, la falta de suministros, el ruido, la contaminación, entre otros efectos de saturación turística (Butler, 1994).

5.2. Saturación Turística

Para Goodwin (2017) la saturación turística describe los destinos en los que los anfitriones o huéspedes, locales o visitantes, sienten que hay demasiados visitantes y que la calidad de vida en la zona o la calidad de la experiencia se ha deteriorado inaceptablemente. Es lo contrario del turismo responsable, que consiste en utilizar el turismo para mejorar lugares para vivir y mejores lugares para visitar. A menudo tanto los visitantes como los huéspedes experimentan el deterioro y se rebelan contra él.

Complementando la idea anterior, la saturación turística es aquella “situación en la que una parte de la población local siente que el modo o la calidad de vida locales se ven disminuidos como consecuencia del turismo” (OMT, 2018, párr. 3). Esta es causante de resistencia o protesta dirigidas a la actividad turística, a los turistas, a los responsables políticos o a los agentes económicos (OMT, 2018, párr. 3). Estas dos concepciones destacan el malestar que genera la saturación turística y el deterioro de la experiencia. Se centran en el ámbito social, con la posibilidad de extrapolación al ámbito natural. Se toma en cuenta también el desgaste y deterioro del recurso de naturaleza ocasionado por el exceso de visitantes. Mientras que por otro lado para la medición de sus efectos negativos, se hace uso de indicadores determinantes de problemas turísticos.

5.3. Indicadores de Saturación Turística



UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 6 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define los indicadores como aquellas medidas de la existencia o la gravedad de los problemas turísticos y medios para identificar y medir los resultados de nuestras acciones. Gracias a ellos se puede medir los cambios en las estructuras propias del turismo y en los factores internos, los cambios en los factores externos que afectan al turismo y los impactos causados por el mismo.

La intensidad turística y la densidad turística son los dos factores más asociados al fenómeno de la saturación turística y, pueden ser muy útiles para medir los impactos del turismo (Peeters et al., 2018). La intensidad turística se refiere al número de turistas por habitante. Mientras que la densidad turística define el número de turistas por km². Este indicador permite evaluar la presión que ejerce el turismo sobre un territorio, de esta forma se puede precisar que una alta proporción de turistas extranjeros por habitante y por kilómetro cuadrado conlleva una mayor necesidad de recursos, además de una mayor degradación del medio y una superior generación de residuos, afectando a la calidad de vida de la población y del medio ambiente.

5.4. Turismo de Naturaleza

La OMT (2002) señala que el turismo de Naturaleza está directamente relacionado con el actual Ecoturismo. Este se desarrolla alrededor de la naturaleza y la principal motivación de los turistas es la observación y la apreciación del entorno natural. El ecoturismo minimiza los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural, contribuyendo también al mantenimiento de las zonas naturales que constituyen el atractivo ecoturístico. Es decir, ha existido una evolución en las actividades realizadas por los turistas en zonas naturales con el afán de volverlas sostenibles y ecológicas.

5.5 Efectos medioambientales producidos por la saturación turística

De acuerdo a Humberto Rivas (2014), se requiere una identificación de las principales afecciones presentes en zonas de interacción con los factores ambientales del territorio. En Chile con base a estudios realizados por el Servicio Nacional del Turismo, sugieren una amplia variedad de impactos que afectan la calidad de Turismo Rural principalmente vinculados al agua y suelo. Los resultados obtenidos por el Servicio Nacional de Turismo, demostraron que se produce un alteración en la calidad del agua, además de una alteración en sus caudales, lo que varía en los aportes a las cuencas hidrográficas. De la mano, se presenta una alteración del nivel freático del agua subterránea, que también produce la suspensión de sólidos y variación del régimen sedimentológico.

Por otra parte, los principales impactos identificados en los suelos y aire que son partícipes del turismo son: contaminación del suelo, que desencadena en alteraciones del uso del suelo actual. La gran presencia de turistas genera una compactación del suelo, que altera la calidad de los

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 7 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

nutrientes así como la dispersión de los mismos, una imponente y acelerada erosión del suelo, y un constante cambio de la capacidad de uso y valor del suelo. Las particularidades presentes en la calidad del aire del territorio, hacen referencia a incremento de niveles sonoros e introducción de olores, así como la contaminación de la calidad del aire del territorio (Rivas, 2014).

En cuanto a la biodiversidad se presenta como principales impactos; un aumento en el riesgo de incendios, las alteraciones de hábitats y ecosistemas, tanto por el ruido, la caza o destrucción de los mismos. Vinculado directamente con la degradación del suelo, se presenta pérdida de formación vegetal, que consigo presenta disminución de diversidad de tipos biológicos y estratos, así como la disminución de especies en categoría de conservación (Rivas, 2014).

Son escasas las investigaciones sobre saturación turística en destinos de naturaleza, no obstante, se pueden encontrar estudios de casos de saturación turística en áreas naturales protegidas. El Parque Nacional de Point Pelee (Canadá), reconocido por ser uno de los mejores lugares para avistamiento de aves del país, entre los años 60s y 70s presentó programas para la regulación de afluencia de habitantes, debido a la problemática que presentaba. Según Anya Diekmann en su estudio realizado en conjunto con la OMT (2004), los problemas que presenta la saturación turística son: la deficiencia ambiental que genera la congestión turística, las afecciones a la vegetación, las vías presentes se ven congestionadas, además de la deficiencia de parqueaderos para los visitantes del lugar, la gran afluencia de personas en un mismo momento en el territorio y lo perjudicial que es para la salud de los ecosistemas, lo que vinculado a lo anterior producirá una migración de la fauna presente en la localidad.

La Reserva Biológica Monteverde, Puntarenas (Costa Rica), es una reserva administrada de forma particular por el Centro Científico Tropical (CCT), creado en 1972, es un bosque que como principal atractivo presenta la fauna y flora del territorio, la cual posee un alcance mundial como una reserva de destino de ecoturismo (Centro Científico Tropical Reserva Biológica Monteverde, 2005), esto ha conllevado a ser uno de los sitios naturales que presentaba mayor saturación turística a nivel mundial. Según la OMT (2004), en dirección de Héctor Ceballos-Lascuráin, la problemática presentada por la saturación es; la erosión del suelo, aglomeración de turistas al no ser capaz de receptor tal cantidad de visitantes, la imposibilidad de gestión, sumado a la falta de personal para tal afluencia turística, congestión vehicular, mala experiencia de visita y un deterioro de los senderos (OMT, 2004).

Las islas Galápagos, ha sido considerado como el destino estrella para Ecuador por la oferta turística que presenta (Ministerio de Turismo, 2019) esto sumado a su especialidad y al ser una zona tan vulnerable y única lo han promocionado como uno de los mayores exponentes de turismo natural en el mundo, lo que obviamente conlleva a una gran afluencia turística a la localidad. De acuerdo a Christopher Grenier (2007) realizador del estudio enfocado en la saturación presentada en Galápagos, se encontró a un territorio movido por los intereses privados de adquisición monetario,



UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 8 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

dejando de lado el cuidado del patrimonio y lo endémico del territorio, generando una nula sostenibilidad. En consecuencia existe la presencia de una problemática perjudicial a los recursos naturales del territorio por dicha saturación turística.

Los principales problemas registrados en el territorio Insular por parte de la OMT (2004), según Héctor Ceballos-Lascuráin son: crecimientos poblacionales elevados, que conllevan a una expansión urbana desordenada, lo que afecta directamente al suelo del territorio, por otro lado se presencia una congestión turística en principales atractivos, que son la base para nuevos requerimientos de infraestructura y planta turística en el territorio por la alta demanda, dando el paso para el establecimiento de monopolios turísticos ya establecidos, desplazando así a las localidades de las actividades turísticas. Esto ha generado un deterioro tanto de la infraestructura ya presente, así como los servicios públicos, en donde los locales no generan una reinversión. La presencia de tal demanda turística, sumada al apoderamiento de empresas continentales han generado un distanciamiento de la sostenibilidad, dejando de lado el cuidado medioambiental, e inclusive de la protección social, dejando únicamente un enfoque previsible por el incremento económico,

Dentro del territorio de estudio, el Cantón Baños atrae a los visitantes por sus actividades relacionadas con la observación de flora, fauna, cascadas, paisajes, la visita a sus parques nacionales, los deportes de aventura, entre otros. Por ello, se lo puede catalogar como un destino de naturaleza. Es por ello que en base a la información turística del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón, se puede considerar como los principales atractivos naturales encontrados en el cantón a: Los Parques Nacionales Llanganates y Sangay, el volcán Tungurahua; su conjunto de cascadas, siendo las principales El Pailón del Diablo y el Manto de la Novia; y los miradores a los paisajes naturales, como La Casa del Árbol y los ojos del Volcán, entre otros atractivos turísticos naturales de gran interés (Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa, 2019).

4. OBJETIVOS

6.1. General

Determinar las consecuencias que provoca la saturación de visitantes de acuerdo a aspectos medioambientales en el destino de Naturaleza Baños de Agua Santa

6.2. Específicos

- Describir la oferta y demanda del destino Baños de Agua Santa
- Identificar las concentraciones de visitantes en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza del destino, de acuerdo a la estacionalidad.

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 9 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

- Cuantificar los impactos medioambientales generados por la saturación turística en los atractivos turísticos de naturaleza de mayor jerarquía mediante la percepción de los actores turísticos locales.

7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Este estudio observacional posee un enfoque mixto, con alcance descriptivo, debido a que este fenómeno no ha sido estudiado con anterioridad en el sitio, resultado de ello la información referente al caso es limitada y existe el interés de examinar aquellas características compartidas con otros casos de estudio. El tipo de corte es transversal ya que se analizarán datos en un solo período de tiempo.

Para cumplir con el primer objetivo se procederá a describir la oferta y la demanda de visitantes, para ello se hará uso de la revisión bibliográfica, en documentos como catastros turísticos, Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, y demás documentos oficiales locales pertinentes al estudio del caso. Adicionalmente, se realizarán entrevistas semiestructuradas a las autoridades de turismo del cantón, con el propósito de explorar los datos en lo referente a oferta y demanda turística.

Por otra parte, para cumplir con el objetivo número dos, se llevarán a cabo estudios georeferenciados observacionales. Las variables utilizadas para identificar las concentraciones de visitantes en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza estarán relacionadas al número de visitantes en los atractivos turísticos dentro de una temporada de demanda alta. En este período de tiempo se observará la cantidad de individuos que arriban, congestión en rutas de movilidad, impactos negativos generados, tiempo de estadía en el lugar, entre otros.

En lo que al objetivo número 3 se refiere, la metodología para cuantificar los impactos medioambientales generados por la saturación turística en los atractivos de naturaleza de mayor jerarquía, los datos e información relevante serán recabados por medio de una encuesta con las variables presentadas en la matriz de Leopold. La herramienta mide las actividades o acciones que realiza el ser humano y que pueden causar un impacto al entorno, estas actividades se analizan en comparación con los componentes ambientales que pueden ser alterados. Para realizar la evaluación de los impactos se utilizarán los factores como la climatología, geología, suelo, hidrología, vegetación, fauna y los ecosistemas (Leopold et al., 1971). Se recogerá la interpretación mixta de diferentes variables, en una escala de Likert de valoraciones fijas que definen los atributos mismos del impacto ambiental. Se realizará la encuesta a los actores directamente ligados con los atractivos turísticos en cuestión.



UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 10 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

La muestra se obtendrá a través de un muestreo no probabilístico a conveniencia. En el muestreo no probabilístico se excluye la aleatoriedad de la investigación utilizando una serie de criterios establecidos para conseguir unos objetivos. Entre sus ventajas se destacan los bajos costes y la facilidad operativa, y su desventaja más importante es que no se pueden realizar afirmaciones con rigor estadístico sobre la población (Malhotra, 2008).

Para el trato de la información obtenida, se servirá de la transcripción, y el análisis hermenéutico. La información que haya sido recolectada será organizada y analizada mediante el software Atlas.ti versión 22. Se precisará además usar software ofimático de Microsoft Office y herramientas online como Google forms y Speech to text. Cabe indicar que previo a la aplicación de los instrumentos los participantes darán su consentimiento libre e informado para participar en el proyecto.

3. BIBLIOGRAFÍA

Ayaviri, V., Quispe, G., & Sánchez, P. (2017). Estimación de la demanda del turismo en la Comunidad Andina de Naciones. *Revista Espacios*, 38(31),24-38.<http://www.revistaespacios.com/a17v38n31/a17v38n31p24.pdf>

Centro Científico Tropical Reserva Biológica Monteverde. (2005). Plan De Manejo De La Reserva Biológica Monteverde. https://panorama.solutions/sites/default/files/plan_de_manejo_rbbnm.pdf

García, M. (2000). Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de los flujos de visitantes. <http://www.ambientalex.info/revistas/201aug131148.pdf>

Flores, D., & Barroso, M.de la O.(2012). La demanda turística internacional. Medio Siglo de evolución. *Revista de Economía Mundial*,(32), 127-149. <http://www.redalyc.org/pdf/866/86625395006.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa. (2019). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 11 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2020/agosto2020/PDOT_2019-2023.pdf

Goodwin, H. (2017) The Challenge of Overtourism Responsible Tourism Partnership Working Paper 4 <https://haroldgoodwin.info/pubs/RTP/WP4Overtourism01'2017.pdf>

Gómez, C., & Palafox, A. (2014). Innovación turística para el desarrollo https://www.ucm.es/data/cont/docs/539-2015-03-14-2014_Publicaci%C3%B3n%20ACTAS%20AMIT_Chiapas_SELECCIONADO.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa. (2019). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

Grenier, C. (2007). Conservación contra natura Las islas Galápagos. https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1053&context=abya_yala

Leopold, L. B., Clarke, F. E., Hanshaw, B. B., & Balsley, J. R. (1971). A Procedure for Evaluating Environmental Impact. <https://pubs.usgs.gov/circ/1971/0645/report.pdf>

Malhotra, N. (2008). Muestreo; diseño y procedimientos. Malhotra, Investigación de Mercados. México: Pearson Educación, Prentice Hall.

Mangano, S. (2007). El Turismo en los espacios naturales protegidos análisis de los objetos de consumo turístico y del comportamiento de los turistas en los parques naturales de Liguria. Universidad de Girona. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/7911/tsm.pdf>

Ministerio de Turismo. (2019). Plan Nacional de Turismo 2030. Ministerio de Turismo del Ecuador.



UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 12 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

OMT. (2018). Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420070>

Rivas O., H. (1998). Los Impactos Ambientales en áreas Turísticas Rurales y propuestas para la Sustentabilidad. *Gestión Turística*, (3), 47–75. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.1998.n3-04>

Socatelli, M. (2015). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>

World Travel and Tourism Council. (2021). Economic Impacts Reports. <https://wtcc.org/research/economic-impact>

4. TALENTO HUMANO

Señalar la dedicación por parte del director y de los estudiantes para la realización del proyecto de investigación y valorar la misma. Hay que considerar que el trabajo de investigación durará un año.

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	1 hora / semana / 6 meses	448,78
Estudiantes	20 horas semana / 6 meses (por cada estudiante)	1176
Total		1564,78

5. RECURSOS MATERIALES

Especificar los equipos, materiales y suministros que se necesitarán para el trabajo investigativo. Especificar los recursos materiales con los que cuenta la Universidad u otras Instituciones y que pueden ser facilitados para la investigación.

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 13 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

Cantidad	Rubro	Valor \$
200 u	Fotocopias e impresiones	30
	Celulares y computador	
TOTAL		10

6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

(Detalle de las actividades y el tiempo necesario para cada una de ellas.)

Indicar el nombre del Proyecto

Indicar el período exacto de realización de la investigación

ACTIVIDAD	MES					
	1	2	3	4	5	6
1. Recolección y organización de la información	x					
2. Trabajo de campo		x				
3. Discusión y análisis de la información			x			
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos				x		
5. Redacción del trabajo					x	
6. Revisión final						x

7. PRESUPUESTO

Detallar los gastos de la investigación en cada uno de los rubros. Los estudiantes requieren explicitar el costo real de la investigación.

NOMBRE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 14 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Talento Humano Investigadores	0	0	0
Gastos de Movilización Transporte Subsistencias Alojamiento	120	0	240
Gastos de la investigación Insumos Material de escritorio Bibliografía Internet	30	0	30
Equipos, laboratorios y maquinaria Laboratorios Computador y accesorios Máquinas Utensilios	0	0	0
Otros	30	0	30
TOTAL	140	0	300

8. ESQUEMA

Carátula

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

CAPÍTULO I: Oferta y demanda del destino Baños de Agua Santa

1.1. Descripción de la oferta turística en el Cantón Baños

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 15 de 15
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

1.2. Descripción de la demanda turística del Cantón Baños

1.3 Diagnóstico situacional del turismo en el cantón Baños antes y después de la pandemia por COVID 19

CAPÍTULO II: Concentraciones de visitantes en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza del destino, de acuerdo a la estacionalidad.

2.1. Atractivos turísticos de naturaleza en Baños de Agua Santa

2.2. Concentración de visitantes según su estacionalidad

2.3 Ordenanzas municipales que rigen en torno a la actividad turística en el cantón Baños

2.4 Análisis del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Baños en torno al desarrollo turístico

CAPÍTULO III: Percepciones sobre los efectos medioambientales generados por la saturación turística por parte de los actores locales del territorio.

3.1. Percepciones de los líderes de las Comunidades locales

3.2. Percepciones de los representantes de los gremios turísticos

3.2. Percepciones de las autoridades de turismo de Baños de Agua Santa

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

9. ANEXOS

El diseño de Proyecto de Investigación no tiene Anexos

Anexo B. Consolidado Cantonal de establecimientos de alojamiento

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Total de plazas
VILLA DEL PEÑON LA	Alojamiento	Hostal	SEGUNDA	26
CASA DE CAMPO RESTAURANT LAS ORQUIDEAS	Alojamiento	Hostería	TERCERA	18
ULBILLA	Alojamiento	Hostería	4 Estrellas	43
SARAHÍ	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	68
SAN SEBASTIÁN DE AGUA SANTA	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	20
PUERTA DEL SOL	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	67
NAPOLITANO	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	24
CAROLINA	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	42
EL QUINDE	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	39
AGOYÁN HOSTERÍA SPA	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	75
EL JARDÍN DE BAÑOS	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	36
HOSTERIA ULBA	Alojamiento	Hostería	4 Estrellas	29
JULIANDS	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	30
ACHUPALLA	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	180
NOMADA	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	32

BRYANA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	39
HOSTAL AMAZONIA Y SOL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	45
GRAND IMPERIO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	36
MARIA JOSE	Alojamiento Hostal	1 Estrella	35
SAMARI SPA	Alojamiento Hostería	5 Estrellas	79
EL ORO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	48
SAVOY	Alojamiento Hostal	1 Estrella	82
LA CASA DE ADALUZ	Alojamiento Hostal	1 Estrella	26
ATHENE MOON	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	21
CAÑALIMEÑA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	64
GRAND RIO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	62
EL BOSQUE INN	Alojamiento Hostal	1 Estrella	31
SELINA BAÑOS	Alojamiento Hostal	3 Estrellas	177
PUERTA DE ALCALÁ	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	67
ROSSY	Alojamiento Hostal	1 Estrella	33
FABIS	Alojamiento Hostal	1 Estrella	30
LA CASA VIEJA DE DUSSELDORF	Alojamiento Hostal	1 Estrella	16
LA CHIMENEA CASA DE PIEDAD	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	73
VERDE VIDA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	28
MAYJE	Alojamiento Hostal	1 Estrella	29
ALISAMAY	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	64

CLUB EJECUTIVO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	56
HOSTAL ACAPULCO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	65
FINCA PALMONTE	Casa Alojamiento Huéspedes	de Categoría Única	6
BACKPACKERS D'MATHIAS	Alojamiento Hostal	1 Estrella	24
PASSIFLORA	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	60
REAL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	25
LLANGANATES DEL TESORO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	46
LA CASA DEL MOLINO BLANCO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	20
COLONIAL BAÑOS	Alojamiento Hostal	1 Estrella	47
CASA AMARILLA HOSPEDAJE	Casa Alojamiento Huéspedes	de Categoría Única	9
HOSTAL CASA AMARILLA CITY	Casa Alojamiento Huéspedes	de Categoría Única	8
HOSTAL MONTOYA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	76
HOSTAL LOS ANDES	Alojamiento Hostal	1 Estrella	48
DULCE AMANECER	Alojamiento Hostal	1 Estrella	50
LA POSADA DEL VIAJERO	Casa Alojamiento Huéspedes	de Categoría Única	15
CABAÑAS LAS MARIAS	Alojamiento Hostal	1 Estrella	15
HOSPEDAJE HIGUERON	Casa Alojamiento Huéspedes	de Categoría Única	6

AMBATEÑITO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	96
LA FLORESTA	Alojamiento Hotel	3 Estrellas	89
FINCA CHAMANAPAMBA	Alojamiento Hostería	3 Estrellas	43
LA PETITE AUBERGE	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	67
& SPA CASA REAL	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	39
ISLA DE BAÑOS	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	52
LA CUMBRE	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	14
COMMUNITY HOSTEL			
BANOS	Alojamiento Hostal	1 Estrella	40
TRANSILVANIA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	48
CASA CANELA GUEST HOUSE	Casa Alojamiento Huéspedes	de Categoría Única	6
SOLEIL	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	30
DONDE THADEO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	35
PLANTAS Y BLANCO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	66
LA POSADA DEL ARTE	Alojamiento Hostal	1 Estrella	36
LA CASA VERDE - ECOHOSTEL	Alojamiento Hostal	3 Estrellas	35
Great Hostels Backpackers	Alojamiento Hostal	1 Estrella	61
CANELA Y MIEL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	45
ELVITA TERMINAL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	77
CASA GIRALDA	Alojamiento Hostería	3 Estrellas	103
ISLA DEL PAILÓN	Campamento Alojamiento Turístico	Categoría Única	15

RIO VERDE	Alojamiento Hostal	1 Estrella	7
MONTE CARMELO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	25
CASA MATILDE	Alojamiento Hostal	1 Estrella	48
HOSTERIA LLANOVIENTOS	Alojamiento Hostería	3 Estrellas	43
RESIDENCIAL ROSITA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	24
BAÑOS	Alojamiento Hostal	1 Estrella	67
ANGELLY	Alojamiento Hostal	1 Estrella	56
ALCAZAR	Alojamiento Hostal	1 Estrella	38
FLOR DE ORIENTE	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	66
TODOS VUELVEN	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	50
EL CASTILLO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	33
RESIDENCIAL LUCY	Alojamiento Hostal	1 Estrella	45
BLANCA FLOR	Alojamiento Hostal	1 Estrella	35
DON DIEGO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	50
VILLA SANTA CLARA	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	50
RIO NEGRO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	18
EL PEDRÓN	Alojamiento Hostal	1 Estrella	47
EL BELÉN	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	45
ELVITA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	52
CASA BLANCA	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	69
HOSPEDAJE ANITA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	43
AGUA FUEGO	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	34

ISRAEL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	66
ISRAEL 2	Alojamiento Hostal	1 Estrella	41
VALVERDE´S	Alojamiento Hostal	1 Estrella	51
RESIDENCIA PRINCESA MARÍA BACPACKERS	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	35
SUEÑOS DE SAN CRISTÓBAL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	23
HUILLACUNA CASA ARTE	Alojamiento Hostal	1 Estrella	24
CASA POSADA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	73
HOSPEDAJE MONTE REAL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	42
GALA INN	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	64
NATURAL GAMBOA HOSPEDAJE & SPA	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	42
HOSTERÍA MONTE SELVA	Alojamiento Hostería	3 Estrellas	188
CHIMENEA	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	84
ANAIS	Alojamiento Hostal	1 Estrella	74
TIMARA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	34
JARDINES DE CHAMANA SPA	Alojamiento Hostería	PRIMERA	74
DONDE IVAN	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	43
SPA MIRAMELINDO	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	39
HOSTAL MAGDALENA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	47
SANTA CRUZ BACPAKERS (DADO BAJA)	Alojamiento Hostal	1 Estrella	59

SANTA CRUZ BACPAKERS

(DADO BAJA)	Alojamiento Hostal	1 Estrella	59
ERUPCIÓN ART	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	32
	Casa	de Categoría	
ALPINAR	Alojamiento Huéspedes	Única	6
TERESITA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	28
LA CASCADA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	34
VERITO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	47
METRO TURIS	Alojamiento Hostal	1 Estrella	34
ELVITA SPA	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	52
EL PARAÍSO DE MI FAMILIA	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	103
LAS ROCAS	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	42
DONDE MARCELO ME TOO	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	65
POSADA J	Alojamiento Hostal	2 Estrellas	48
HOSTAL ILE	Alojamiento Hostal	1 Estrella	22
DUGAM	Alojamiento Hostal	1 Estrella	55
ORQUIDEA DORADA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	52
CASA MONTOYA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	40
LUNA VOLCÁN ADVENTURE SPA	Alojamiento Hotel	4 Estrellas	74
CASA DEL BALCÓN	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	11
PAPACHOS HOSTEL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	34

JARVIC	Alojamiento Hostal	1 Estrella	24
HOSTAL BALCON DEL TUNGURAHUA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	49
HOSTEL CHARVIC	Alojamiento Hostal	1 Estrella	85
INTIKILLA SOL Y LUNA	Alojamiento Hostal	1 Estrella	21
BALCON DEL CIELO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	25
ERUPCIÓN			
BACKPACKERS HOSTEL	Alojamiento Hostal	1 Estrella	33
EL CHAMAQUITO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	32
DONDE FRANCISCO INN	Alojamiento Hostal	1 Estrella	28
KAMELOT INN	Alojamiento Hostal	1 Estrella	28
MERAKI	Alojamiento Hotel	2 Estrellas	72
EL COLIBRI	Alojamiento Hostal	1 Estrella	58
HOSTAL COLIBRI 2	Alojamiento Hostal	1 Estrella	52
SANGAY SPA	Alojamiento Hotel	4 Estrellas	201
VOLCANO	Alojamiento Hostal	1 Estrella	82
DESTINY	Alojamiento Hotel	3 Estrellas	95

Título: Consolidado Cantonal de establecimientos de alojamiento

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

Consolidados establecimientos de restauración

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría
TAJ MAHAL FAST FOOD SHAWARMA	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
KATHERINE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
WHY NOT	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
BOUNA PIZZERIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PESCA DEPORTIVA ARCO IRIS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
RESTAURANT QUILOTOA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CONVOY FAST FOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
SUEPAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
FARFALLE PIZZA AND GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
CARACOL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ASADERO AMBATEÑO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PESCA DEPORTIVA RIVERSIDE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
QUINTA PAPA TEO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
POPER'S	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
RINCÓN DEL GATO	Alimentos y Bebidas	Bar	2 Copas
PARADERO HERMANOS SANTAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
OLLA DE BAÑOS LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CAFE GOOD BOOKS & FOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
MILOS	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA

CJ PATIO DE COMIDAS BAÑOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
QUILOMBO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
MÉXICO DE MIS SABORES	Alimentos y Bebidas	Cafetería	1 taza
TRADIBAÑOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
FONDUE GARDEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	1 tenedor
AMARELO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
D'LIRIOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	4 tenedores
ZUQUINI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
FARAÓN	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
VOLCAN BAR DISC	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
CARE DIEM	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
DRAGON PALACIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
XCALIBUR	Alimentos y Bebidas	Bar	1 Copa
EL MANÁ DEL MANABA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
BIG BOY BURGER	Alimentos y Bebidas	Establecimien to móvil	Categoría Única
MINIMARKET LA ESTACIÓN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
VARIEDADES DEL MAR NEPTUNO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CLOSERIE DES LILAS LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PARADERO DON GABRIEL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ÉPOCA GRILL BAR KARAOKE	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
PESCA DEPORTIVA LAS ORQUÍDEAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA

MEXICAN MONI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
LIZ BURGUER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
LA CASA DEL SALADO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
CASA VIEJA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PAILÓN GRIETA AL CIELO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ANANITAY	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
MAMA ELVIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PARRILLADA D`ANTONIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CHIMENEA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
LA CASA DE LA PIZZA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PICOLINO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ALFPASITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
DONDE SHARON	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
BAR KARAOKE AKAPULCO	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
PIPAS BAR	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
FABIS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ASADERO CORDILLERA MGG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ASADERO DON ASH	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
DON ENRIQUE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
DON DIEGO A LO CRIOLLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
AQUI A LO CRIOLLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
RINCÓN DE GRACIANO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA

RESTAURANT VILLA GERTRUDIS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
DULCE ADICCIÓN HELADERIA K'FETERIA	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
SANTA INES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
MOCAMBO	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
THE COFFE LOUNGE	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
LLAMARADA DE MOE	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
PIÑUS CHARCOAL GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
NATIVA GASTRO	Alimentos y Bebidas	Discoteca	2 copas
MÄC DÖNER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
LEPRECHAUN PUB	Alimentos y Bebidas	Restaurante	2 tenedores
PARADISE	Alimentos y Bebidas	Bar	1 Copa
OVEJA NEGRA RESTAURANTE GRILL & BEER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PARADERO DE DIEGOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
COMO HECHO EN CASA	Alimentos y Bebidas	Cafetería	1 taza
RESTURANTE MAILY'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
LA TOQUILLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
NATIVE CAFÉ RESTAURANTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PEPERONIS EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
CRUZ COFFEE SNACK	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
CASA Y CAMPO ASADERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA

EL PROFE PARADERO SPA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CAFE HOOD	Alimentos y Bebidas	Cafetería	SEGUNDA
VLAKITAS	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
DULCE CARBÓN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CAFE ALI CUMBA	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
MERCEDES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PIZZERIA MAMA FANNY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
TARINACUY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CASA HOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA
ANTURIOS LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA
CAÑA MANDUR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ESTABLO EL CAFE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
SHER E PUNJAB EL RINCÓN DE LA INDIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	1 tenedor
GALLINAS DE PINLLO ABAKA FOOD EVENTS LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA
TASCA DE BAÑOS LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ARTE CAFE & TE	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
ALTO CARIBE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
KFC	Alimentos y Bebidas	Restaurante	2 tenedores
JUAN VALDEZ CAFE	Alimentos y Bebidas	Cafetería	1 taza
CHERUSKER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA
CHERUSKER	Alimentos y Bebidas	Bar	SEGUNDA

CASA DEL ÁRBOL EN BAÑOS DE AGUA SANTA Y LOS COLUMPIOS DEL FI	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
GIUSEPPE'S PIZZA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
SWEET & GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
DONDE CARMITA COMIDA DE CASA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ROCA SAN MARTÍN LA	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
HELEN'S ASADERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CHALET EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PRIMO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
MYSTIC	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
BAR BASS	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
PANCHO'S	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
LUCERNA CLASSIC RESTAURANT-PIZZERIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CASTELLANA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PAPAYA AND GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CHEZ ROBERTO GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PARRILLADAS URUGUAYAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CJ PATIO DE COMIDAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
SPLIT	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
PARADERO SIN RIVAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CAFFEE J.J	Alimentos y Bebidas	Cafetería	1 taza

DON LUCHITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
VERITOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
DELICIAS CONCHITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
BLUE BAR	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
BAR CAFE DEL JACK	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
PAPPARDELLE (SUCURSAL)	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA
PAPPARDELLE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA
GARDEN DELI COFFEE	Alimentos y Bebidas	Cafetería	1 taza
MESTIZART	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CAFE RICOOO PAN	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
PICANTERIA ELVITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
LAS ORQUIDEAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
KAMELOT CHIKEN BROSS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
DELICIOUS LOS BOLONES DE LA MALDONADO	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
COCINA DE DULCELINA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PICANTERIA AVE FENIX	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CHIO	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
SARAHÍ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA
CAVERNA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
NEVADOS LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
EXCELENCIA GOURMET	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PARADERO LA CABAÑA	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA

GUAYABAL EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ALTAR EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
AROMI CAFÉ Y CHOCOLATE TIENDA GOURMET 1	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
AROMI CAFÉ Y CHOCOLATE TIENDA GOURMET 2	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
MARISQUERÍA RINCON MANABITA DEL CAPITÁN JACK SPARROW	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
LA CASA DEL VOLCAN	Alimentos y Bebidas	Cafetería	CUARTA
SWEET KISS	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
KICHUA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
FRANQUICIA NICE CREAM TUTTO FREDDO	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
BLAH BLAH	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
EL BUEN ASADO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
COFIBAR JOTA JOTA	Alimentos y Bebidas	Cafetería	1 taza
BUENAVISTA	Alimentos y Bebidas	Discoteca	1 copa
ACHUPALLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
CASA DE LA ABUELA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
BELLA ITALIA EN BAÑOS LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
PANCHO VILLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
DLEYT	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
VISTA AL TUNGURAHUA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA

TACOS R.M	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
MENESTRAS DEL FLACO LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
HONEY COFFEE & TEA	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
PEPERONI'S SNACK BURGUER	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
ALO MERO MERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
TORRE AL CIELO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
LEPRECHAUN SALSOTECA	Alimentos y Bebidas	Discoteca	2 copas
LEPRECHAUN	Alimentos y Bebidas	Discoteca	1 copa
RESTAURANT LA CASCADA DE BAÑOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
ZUMO FOOD & DRINK	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
PIZZERIA GARFIELD # 1	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
LOUNGE BAR CAFFETTERIA GAMBRINUS	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
GAMBRINUS LOUNGE BAR - CAFFETTERIA	Alimentos y Bebidas	Bar	SEGUNDA
LEONI PIZZERIA Y COMIDA RÁPIDA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
STEAK HOUSE BAMBU DOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
STEAK HOUSE BAMBU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
VIAJERO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
JAGUAR HOUSE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
NUNNA CHILL GARDEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
NUNNA	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA

LA ESQUINA DE MONCHITO ASADERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	1 tenedor
COMICS BURGUER GRILL	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
COCO BONGO Z	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
PINGÜINO	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
MORRON RESTAURANT- GRILL EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
MM WINGS	Alimentos y Bebidas	Establecimiento móvil	Categoría Única
MELITOS ASADERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
EL TEQUILA BANEÑO	Alimentos y Bebidas	Bar	1 Copa
BOAMAR RICO POLLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
EXPRESO DE MEDIANOCHE	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
MUG	Alimentos y Bebidas	Cafetería	CUARTA
SWEET ROLLS	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
LAS HORTENCIAS DE RÍO VERDE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
TUCAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
COFFEE TIME	Alimentos y Bebidas	Cafetería	CUARTA
MENESTRAS DASTIN GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA
VIDA EXÓTICA	Alimentos y Bebidas	Cafetería	TERCERA
PONCHE SUIZO	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA

HICKORY VERDADERAS	HAMBURGUESAS	Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	TERCERA
TURISGALARZA CIA. LTDA.		Alimentos y Bebidas	Restaurante	CUARTA
SWISS BISTRO		Alimentos y Bebidas	Restaurante	SEGUNDA

Título: Consolidado establecimientos de restauración

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

Oferta Complementaria

Oferta Complementaria	Descripción
Spas	<p>Baños posee una gran variedad de spas, los cuales ofrecen baños de vapor, aromaterapia, hidratación con miel o chocolate, exfoliaciones, tratamientos faciales y corporales. Las empresas que se dedican a esta actividad son privadas. En su totalidad son 10 establecimientos de Spa en base al Catastro turístico 2020, que son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. AGOYÁN HOSTERÍA SPA 2. SAMARI SPA 3. EL PROFE PARADERO SPA 4. & SPA CASA REAL 5. NATURAL GAMBOA HOSPEDAJE & SPA 6. JARDINES DE CHAMANA SPA

7. SPA MIRAMELINDO
8. ELVITA SPA
9. LUNA VOLCÁN ADVENTURE SPA
10. SANGAY SPA

Aguas termales

Puntualmente de acuerdo a la página municipal de Baños de Agua Santa (2023) y en base al Ministerio de Turismo se posee un total de siete balnearios con aguas termales presentes en el cantón, los cuales son :

1. Balneario la Virgen
2. Balneario El Salado
3. Balneario Santa Clara
4. Balneario las modernas
5. Balneario Santa Ana
6. Eduardo`s ecología y aventura
7. Balcon Hermoso

Las cuales hacen uso de las aguas subterráneas provenientes del volcán Tungurahua.

El turismo en el que trabaja es el medicinal, dado que sus fuentes brotan desde las entrañas de la tierra, las cuales son consideradas como terapéuticas, estimulantes para las defensas del organismo.

Vida nocturna

Baños posee un ambiente especial enlazado con la vida nocturna y zona de tolerancia, una de las opciones es visitar la zona de los bares, peñas y discotecas, las cuales están ubicadas en la calle Thomas Halfants entre Ambato, Oriente y Eugenio Espejo. Las empresas que se dedican a esta actividad son privadas.

Se presenta en base a la siguiente división, establecida por parte del Ministerio de Turismo en su Consolidado Nacional 2020.

Establecimientos de Diversión

Establecimientos de diversión

Tipo	Establecimientos
Bares	21
Discotecas	10
Total	31

Título: Oferta complementaria

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo - Municipalidad de Baños de Agua Santa

Fecha: 2020 - 2022

Consolidado entretenimiento nocturno

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría
-------------------------	------------------	----------------------	------------------

WHY NOT	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
RINCÓN DEL GATO	Alimentos y Bebidas	Bar	2 Copas
FARAÓN	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
VOLCAN BAR DISC	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
XCALIBUR	Alimentos y Bebidas	Bar	1 Copa
ÉPOCA GRILL BAR KARAOKE	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
ANANITAY	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
DONDE SHARON	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
BAR KARAOKE AKAPULCO	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
PIPAS BAR	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
MOCAMBO	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
LLAMARADA DE MOE	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
NATIVA GASTRO	Alimentos y Bebidas	Discoteca	2 copas
PARADISE	Alimentos y Bebidas	Bar	1 Copa
VLAKITAS	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
CHERUSKER	Alimentos y Bebidas	Bar	SEGUNDA
ROCA SAN MARTIN LA	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
MYSTIC	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
BAR BASS	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA

BLUE BAR	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
BAR CAFE DEL JACK	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
PARADERO LA CABAÑA	Alimentos y Bebidas	Discoteca	SEGUNDA
BUENAVISTA	Alimentos y Bebidas	Discoteca	1 copa
DLEYT	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
LEPRECHAUN SALSOTECA	Alimentos y Bebidas	Discoteca	2 copas
LEPRECHAUN	Alimentos y Bebidas	Discoteca	1 copa
GAMBRINUS LOUNGE BAR - CAFFETTERIA	Alimentos y Bebidas	Bar	SEGUNDA
NUNNA	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
COCO BONGO Z	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA
EL TEQUILA BANEÑO	Alimentos y Bebidas	Bar	1 Copa
EXPRESO DE MEDIA NOCHE	Alimentos y Bebidas	Bar	TERCERA

Título: Consolidado entretenimiento nocturno

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

Consolidado Operadoras e intermediación

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación
------------------	-----------	---------------

MASQUEVUELOS S.A	Operación e Intermediación	Agencia de viajes internacional
COMPAÑÍA ECOTURÍSTICA CETUMIR	Operación e Intermediación	Operador turístico
ECOSPORTOUR	Operación e Intermediación	Operador turístico
HACIENDA GUAMAG GUAMAGTUR CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
EXPEDICIONES AMAZONICAS	Operación e Intermediación	Operador turístico
EXPEDICIONES AMAZONICAS 1	Operación e Intermediación	Operador turístico
GEOTURS CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
EXPLORSIERRA	Operación e Intermediación	Operador turístico
SEBASTIAN MOYA EXPEDICIONES CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
AVENTURA TRAVEL HERANTONIO	Operación e Intermediación	Operador turístico
DISTRACTURS TRAVEL AGENCY COMPAÑIA LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
LLANGANATES	Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual
LLANGANATES	Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual
WONDERFULL ECUADOR	Operación e Intermediación	Operador turístico

MARBERKTOUR	Operación e Intermediación	Operador turístico
JOSE & DOSPERROS	Operación e Intermediación	Operador turístico
ALEXANDERTOUR S.A.	Operación e Intermediación	Operador turístico
ALEXANDERTOUR SUCURSAL 1	Operación e Intermediación	Operador turístico
EXPLORJUNGLE	Operación e Intermediación	Operador turístico
TEAM ADVENTURE CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
IVAGATOUR	Operación e Intermediación	Operador turístico
IVAGATOURS	Operación e Intermediación	Operador turístico
BERMEO NAVEDA HERMANOS CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
EXPEDICIONES PAILONTRAVEL	Operación e Intermediación	Operador turístico
CARRILLO HERMANOS	Operación e Intermediación	Operador turístico
CASAHURCO TRAVEL AGENCIA	Operación e Intermediación	Operador turístico
LAS ESTANCIAS TOUR CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
LAS ESTANCIAS	Operación e Intermediación	Operador turístico

LAS ESTANCIAS TOUR. MATRIZ	Operación e Intermediación	Operador turístico
TUNGURAHUA EXPLORER TUNGUEXP	Operación e Intermediación	Operador turístico
TUNGURAHUA EXPLORER TUNGUEXP	Operación e Intermediación	Operador turístico
CHEBASTOUR	Operación e Intermediación	Operador turístico
TOPSPORT ADVENTURE	Operación e Intermediación	Operador turístico
TORRES SILVA	Operación e Intermediación	Operador turístico
DOAVEEX	Operación e Intermediación	Operador turístico
BAÑOS XTREMESPORTS CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
MTS ADVENTURE MYKANAY	Operación e Intermediación	Operador turístico
SIERRA SELVA AVENTURAS SISEAVENTOURS CIA LTDA	Operación e Intermediación	Operador turístico
puertas del cielotravel extrema aventura cia.ltda.	Operación e Intermediación	Operador turístico
DREAMPARADISE	Operación e Intermediación	Operador turístico
MEGAVENTURA TOUR OPERATOR	Operación e Intermediación	Operador turístico
ULTRAMOTOS	Operación e Intermediación	Operador turístico

EXTREME EXPERIENCE	Operación e Intermediación	Operador turístico
CAROLINES TOUR	Operación e Intermediación	Operador turístico
DOGUITOURS CIA LTDA	Operación e Intermediación	Operador turístico
DOGUITOURS CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
PEREZ TOURS	Operación e Intermediación	Operador turístico
REHOBOTH	Operación e Intermediación	Operador turístico
FANATIES SPORT TOUES TRAVEL AGENCY CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
VIVANCOS TOURS TRAVEL AGENCY	Operación e Intermediación	Operador turístico
ANINGATRAVEL	Operación e Intermediación	Operador turístico
IMAGINE ECUADOR	Operación e Intermediación	Operador turístico
NATURAL MAGIC EXPEDITIONS TRAVEL AGENTRAVEL	Operación e Intermediación	Operador turístico
Extreme natural sports	Operación e Intermediación	Operador turístico
KAYOS TRAVEL	Operación e Intermediación	Operador turístico
SAFE DESTINY	Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual

AVENTURBAÑOS CIA.LTDA	Operación e Intermediación	Operador turístico
MEGA ADVENTURE PARK RIO BLANCO	Operación e Intermediación	Operador turístico
MEGA ADVENTURE PARK RIO BLANCO	Operación e Intermediación	Operador turístico
AVENTURE ECOTURISMOAGOYAN CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
AGOYAN EXTREMESPORT	Operación e Intermediación	Operador turístico
KAJOL LAVAN TRAVEL	Operación e Intermediación	Operador turístico
PUTZANT CANOPY	Operación e Intermediación	Operador turístico
AVENTURCANOPI	Operación e Intermediación	Operador turístico
AGUILAS DEL MANTO	Operación e Intermediación	Operador turístico
AGUILAS DEL MANTO	Operación e Intermediación	Operador turístico
ALEXTRAVEL AVENTURE SUCURSAL 1	Operación e Intermediación	Operador turístico
ALEXTRAVEL AVENTURE MATRIZ	Operación e Intermediación	Operador turístico
AVENTURA DE ADAN Y EVA	Operación e Intermediación	Operador turístico
TURISMO SAN PEDRO DE BAÑOS TURISANPEDRO SA	Operación e Intermediación	Operador turístico

KAMIKAZE DEPORTES EXTREMOS	Operación e Intermediación	Operador turístico
KAMIKAZE AVENTURA EXTREMA 1	Operación e Intermediación	Operador turístico
KAMIKAZE AVENTURA EXTREMA 2	Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual
GUEVARA VILLAVICENCIO TRAVEL	Operación e Intermediación	Operador turístico
ARCOFIMUND CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
EL VUELO DEL CONDOR	Operación e Intermediación	Operador turístico
PAILONDELDIABLOADVENTURE	Operación e Intermediación	Operador turístico
STAR LINE ECUADOR CIA LTDA	Operación e Intermediación	Operador turístico
FLORTRAVEL	Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual
BETSATOUR EXPEDICIONES CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
MAGIC-EXPERIENCE ECUADORIAN TRAVEL AGENCY	Operación e Intermediación	Operador turístico
AGENCIA RUMILUNA CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual
A VIAJAR CON GUIDO	Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual
COMPAÑÍA DE TURISMO TARABITA CHINCHINADVENTURE S.A.	Operación e Intermediación	Agencia de viajes mayorista

AGENCIA INFOTRAVEL ECUADOR ECUATOURAGENCY CIA.LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
TURISMO MAMA	Operación e Intermediación	Operador turístico
HUILLACUNA EXPEDICIONES	Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual
MUNDO AVENTURA EXPEDICIONES- TRAVEL CIA.LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
KAI EXPLORER KAI-EXPLORER CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
FLYNITON CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
LOS OSOS TOURS CIA. LTDA.	Operación e Intermediación	Operador turístico
AMAZINGTRIP	Operación e Intermediación	Operador turístico
REGINA-TRAVEL	Operación e Intermediación	Operador turístico

Título: Consolidado Operadoras e intermediación

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2020

Cálculo de la muestra para la encuesta sobre la demanda turística desde un estudio de los investigadores

La población o universo supera las 100.000 personas por ello se usa la fórmula del MAS infinito (López-Roldán & Fachelli, 2015).

La fórmula para el tamaño de muestra en el muestreo aleatorio simple sin población infinita es:

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

Donde:

Z = Valor de la distribución normal estándar correspondiente al nivel de confianza deseado.

p = Proporción estimada de la característica de interés en la población.

q = 1 - p.

E = Margen de error deseado.

Sustituyendo los valores proporcionados:

Z = 1.96

p = 0.5

q = 0.5

E = 0.05

$$\begin{aligned}n &= \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2} \\n &= \frac{3.8416 \cdot 0.25}{0.0025} \\n &= \frac{0.9604}{0.0025} \\n &\approx 384.16\end{aligned}$$

Modelo de Entrevista Semiestructurada

Oferta Turística en Baños de Agua Santa

¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de Baños de Agua Santa y cómo se promueven para atraer visitantes?

¿Cómo se compone la planta turística y los servicios turísticos en el cantón? (Alojamientos, alimentos y bebidas, transporte, entre otros).

¿Cómo describiría la oferta turística actual de la ciudad? ¿Hay algún tipo de turismo que sea más destacado?

¿Cómo se ha adaptado la oferta turística de la ciudad a la pandemia derivada de la COVID 19? ¿Ha habido alguna innovación o cambio en particular?

¿Cree que la oferta turística ha contribuido a la saturación turística en la ciudad? ¿Por qué?

¿Qué iniciativas se están llevando a cabo para involucrar a los turistas en la conservación del entorno natural de Baños de Agua Santa?

Demanda Turística en Baños de Agua Santa

¿Cómo se determina la demanda turística en el cantón de Baños de Agua Santa?

¿Cuáles són las técnicas o herramientas utilizadas?.

Según los datos obtenidos mediante las técnicas, ¿Cuál es el perfil de la demanda de Baños de Agua Santa según su edad, procedencia, tiempo de estadía, atractivos y recursos turísticos de mayor visita, actividades de mayor demanda, mercados emisores?

¿Cómo se realiza el seguimiento y análisis de la demanda turística a lo largo del tiempo?

¿Cómo ha cambiado la demanda turística comparando el antes y después del impacto de la pandemia derivada por la COVID 19?

¿Qué medidas se están tomando para evitar una saturación turística en el cantón y garantizar una experiencia positiva para los visitantes?

Transcripciones de entrevistas realizadas a los actores locales del turismo en Baños de Agua Santa

Entrevista a Stalin Diaz

Administrador de la terminal de las chivas // Designado de representante de 4 empresas de transporte turistico del canton

US: Nada, su nombre va a quedar registrado para hacer la tesis, su nombre y la posición que carga ?

SD: Stalin Diaz, soy el administrador del terminal de chivas

US: Listo entonces las preguntas tienen que ver sobre todo en el antes y después de la actividad turística, diríamos temporada antes covid y después covid, según su percepción más o menos en los años 2016 17 18 19 y luego del covid, ya que sea mediados 2020 hasta la fecha ¿cuál ha sido los cambios que usted piensa en cuanto a la oferta suya de las chivas y también a la demanda, el número de personas que utilizan sus productos turísticos?

SD: ya, en cuestión de lo que es el en el año que hubo las pandemias, fue un golpe fuerte ya que La mayoría de locales turísticos o prendedores turísticos que más trata aquí en la ciudad de baños, empezaron a quebrar, sus negocios empezaron a vender, pues desesperación de la gente ya que la ciudad de baños depende mucho de lo que es el turismo, Entonces los ingresos fueron muy bajos, tuvimos que tomar otras cartas en el asunto como nuevos emprendimientos, poner nuevos sitios turísticos nuevas ideas para que nuevamente el turismo vuelva a subsistir la lo que es aquí el servicio de transporte turístico también.

US: ¿Usted cree que a comparación de los años antes Covid a la fecha se ha llegado más o menos a tener el mismo número de turistas aumentado o ha disminuido?

SD: Hasta la actualidad ha aumentado por motivo de que la gente como aquí es muy emprendedora, entonces ha puesto nuevas ideas para que vuelva a ver un poco más de turismo, pero no es igual que antes de la pandemia antes de la pandemia era Muy buenos los ingresos teníamos turismos a nivel internacional nacional, pero ahora es muy bajo, tenemos turismo solo a nivel nacional y pues no es lo mismo, gente internacional, de Holanda, España Australia pero ahora cómo está también un poco peligroso optan por no venir acá al país.

US: Hablando de lo que es el transporte turístico de las Chivas ¿ustedes saben más o menos, Qué es la saturación turística? o tienen una idea

SD: Saturación turística se refiere más o menos al exceso de cantidad de personas y justamente que vienen al lugar

US: Más que todo concentración de personas en un lugar determinado, entonces hablando de eso ¿usted piensa que existe saturación dentro del transporte turístico, por ejemplo de personas que utilizan las chivas en ciertas fechas ? o también exceso de personas que visitan un solo lugar o lugares preferidos

SD: Sí sí, en lo que son feriados creería que hay saturación turística porque pues las chivas tienen capacidad para un número de personas, pero en los feriados hay excesiva cantidad de personas el lugar que más visitarían es las manos de Dios ahí colapsa totalmente y la vía es angosta y peligrosa, es de los lugares más visitados en los feriados, los 9 miradores, más colapsan porque la vía es angosta y la cantidad de carros y personas que suben Arriba es terrible

US: Y también desde su percepción ¿un punto positivo o negativo digamos de este exceso de personas que usted crea que se ves

SD:Un Punto positivo sería el ingreso a todas las actividades turísticas que vienen a realizar las personas de diferentes lugares ya que en temporadas bajas, no, no, no hay ingresos pero en temporadas buena Sí, pero un punto negativo sería que hay mucha falta de organización en lo que es Cómo transportar a las personas, cómo hacer el turismo en realidad ya que hay mucho turismo informal a parte de lo que nosotros les brindamos a ellos

US: Listo entonces dentro de la entrevista, eso sería todo. Muchas gracias por su ayuda.

Entrevista a Anthony Paredes

Representante de Operadores turísticos, propietario de Kamikaze tours

US: Post covid de lo que es la oferta y la demanda como más o menos fue dentro de lo que es tu negocio, de sus perspectivas antes del covid-19 2017, 18 y 19 después del covid como más o menos ha sido esa situación?

AP: En general, primero que nada anteriormente a la pandemia el trabajo era estable, todas las temporadas era igual, después del covid hubo demasiado turista, como estaban encerrados querían salir, venían acá y había demasiadas personas, se triplicaba el valor de lo que normalmente había, . Y después de un año estamos hablando del 2022 es como que ya se bajó todo.

US: Entonces ese 2022 se bajó más o menos hasta antes del covid o antes incluso menos de lo que era antes del covid?

AP: Menos de lo que era antes

US: Entonces digamos que hubo un boom post pandemia? de la gente que quiso salir hasta 2022 entonces actualmente sigue esa tendencia del 2022 se mantiene más o menos esos mismos números?,

AP: no, en este momento ya se está mejorando lo que era antes

US: y tal vez sus perspectivas de la saturación turística más o menos saben que es saturación turística, es la aglomeración o conjunto de varias personas en un atractivo turístico ustedes creen que baños tiene esa saturación turística, demasiada gente en un solo lugar?

AP: Yo creo que sí, digamos porque por ejemplo, todos tenemos horarios para ir a la ruta. entonces hay horarios que van a toda las chivas, digamos a las 10:30 nos vamos a las cascadas y entonces llegamos al sector del canopy y en ese lugar se llena completamente el lugar Porque porque vienen aproximadamente unas 25 a 30 chivas entonces todas llegan a la misma hora y ahí es donde se satura el lugar.

US: Dentro de la oferta ustedes dentro de sus paquetes lo que ofrecen de las Chivas tiene un límite de personas que lleva por Chivas? Más o menos un promedio de límite de personas

AP: claro el aforo osea el límite de las chivas es de 40 personas claro que hay chivas de 30 de 35

US: Cuáles son los atractivos o lugares turísticos que más se frecuentan ?

AP: Los más frecuentes son las manos de Dios y la ruta de las cascadas

US: Ustedes piensan que este es un aspecto positivo o negativo el hecho de que haya bastantes personas en los atractivos, haya bastante demanda?

AP: buena es algo positivo porque o sea, donde diga dónde van las Chivas va el dinero, entonces, pero también hay algo negativo porque la momento donde hay aglomeración de personas no pueden sentirse libremente ni relajados para hacer las actividades, hay aspectos positivos y negativos.

Entrevista a Iván Flallos

Gerente mega adventure park representante de atractivos

US: Bueno de momento estoy recogiendo información para el trabajo de titulación Qué es acerca de la saturación turística en baños si existe o no? ¿Tiene consecuencias positivas o negativas?, entonces son preguntas sobre la oferta y demanda a lo largo del tiempo más o menos antes de la pandemia tipo 2016- 2020 y luego post pandemia Cómo se cree que ha variado el número de turistas la demanda Y también la oferta que se ofrecido aquí dentro de megapaca, agua blanca? empezando si nos puede ayudar con su nombre

IF: mi nombre es Ivan Fiallos, gerente propietario de Mega Adventure Park Rio Blanco llevamos aquí 11 años, en realidad del turismo en Aventura en si No tiene quizá competencia alguna a nivel dentro del cantón baños o fuera mucha gente que viene de otros países o del mismo ecuador , vienen acá a realizar sus actividades porque les gusta y ven la seguridad en la calidad del servicio eso es una ventaja para nosotros y para ellos también Entonces sí nos afectó la pandemia en el sentido de que estábamos todos inmiscuidos en nuestras casitas, luego fue un Boom aquí fue un éxito con el puente de cristal por ejemplo, inclusive hasta las cenizas de los cadáveres vienen a botar aquí, bien imaginario, verdad? pero son cosas de ellos dejar que la gente haga sus creencias y en otras instancias miles de cosas, en realidad ese puente rompió records y así cada quien vamos haciendo. Ahora estamos ya con el salto tarzan swing durante un año en esa actividad y en realidad la gente va motivando, y quiere en sí recrearse, creo que es más fácil, salir a recorrer nuestro país es lo más sencillo o de pronto fuera pero recrearse es parte de nuestra vida de nuestra salud misma es mucho más barato invertir en recreación que curarse las enfermedades que vienen con el tiempo entonces eso me mencionan los turistas Y en si baños tiene algo interesante que la producción de su geografía, de aguas termales su fe religiosa también, catolica que tiene la Virgen de la ciudad de Agua Santa su montaña sus caminatas las actividades que van dando servicios del ambiente turístico, en sí las chivas entre comillas Y si la gente le encanta hay gente de la costa casi la mayoría de sectores que le encantan esas actividades, en la región interandina, la gente de quito y la gente de cuenca también le encantan estas actividades. en el centro país también Grac está un poquito más moderado, el oriente también están arriesgando a hacer muy pocos turistas tenemos de galápagos pero si a nivel internacional hay mucha gente que vienen y que a pesar que han hecho en otros lados estas actividades pero que ahora vienen a ver el cañón el río blanco el río pastaza que aprovechamos de alguna manera para que hagan este tipo de aventuras

US: Siguiendo con la parte de la demanda, usted cree que o existe alguna saturación turística en alguna temporada en cierto tiempo dentro de lo que es el Mega Parque

sobre todo aparte de la saturación de Chivas o de demasiados turistas por ejemplo en diferentes tiempos hay demasiado y no se abastece o no llegan a ese punto ? Si llega a haber una cierta saturación pero no es todo el tiempo, son determinadas horas del día, por ejemplo de 11 a 1 tarde cuando son feriados de súper saturada y el tráfico también es complicado y para todos los turistas

IF: qué han venido acá a baños o al Oriente o por lo menos están regresando al centro país o de baños están saliendo a la costa o al Oriente es complicado también el tráfico porque apenas son dos carriles entonces se necesita espacio , entonces el momento que haya la posibilidad de ampliar los carriles, será mucho más fácil aliviar el tránsito, aquí la hora más complicada de saturación es quizá todos el días de 11 a 1 de la tarde, pero no es una saturación excesiva, es moderada y feriados y días segundo de feriado generalmente es el más fuerte por cuanto Sí sí hay una saturación, No es que todo el tiempo hay saturación, en eso hay que quedar claros de los fines de semana que mencionaba es la que más se satura pero ayuda a agilizar los procesos y esto ayuda para que también se desenvuelva el cambio económico

US: Y en cuanto a su percepción cree que a parte de baños de agua santa de todo el cantón, la parte del centro los otros atractivos cree llega a ver esa saturación turística ese exceso de personas y algunas consecuencias positivas o negativas?

IF: Yo creo que actividades que si hacen saturación porque casi todos coordinan no saben los horarios de atención y a veces coinciden en determinados horarios en ir allá , caso de los cuales cogen una misma hora, por ejemplo van casa del árbol, manos de dios saturan ese lugar en determinadas horas no todo el tiempo, y a veces coincide también un grupo de turistas que van a esa misma hora, entonces al final quizás negativo que se satura el tráfico también, de pronto no hay todas las comodidades para que un turista se desenvuelva rápidamente y vaya más satisfecho porque invierte menos tiempo en hacer las actividades que en llegar o salir de ahí, entonces en ese aspecto podría ser algo negativo, pero yo he visto que turistas se van contentos se van felices porque baños en baños, es único, porque presenta muchas cosas que en realidad nos deleitamos, no solamente en el día sino también en la noche, en bares y discotecas, que viene también la gente a relajarse día a disfrutar un fin de semana generalmente o algún feriado

Entrevista Orlando Vega

Propietario del zoológico



OV: Orlando Vega, soy el dueño del zoológico

US: Esta entrevista es sobre todo para conocer sus percepciones de lo que fue antes y después del covid la demanda turística es decir el número de personas que han venido aquí al zoológico entonces según su percepción ¿Cómo ha cambiado antes de lo que fue la pandemia a ahora?

OV: Bueno la verdad es que estamos comenzando a recuperación y usted ve la serie de problemas que viene, vino paros y en fin, pues y ahora pues no sabemos con esto si nva va a venir algo bueno o que nos va a pasar no porque estaban reactivando esté muy bien el turismo no solamente aquí sino en todo el ecuador todo después de la pandemia Si, pero como hay tanto problema pues no se que va a pasar. Entonces digamos que más o menos justo después de la pandemia fue el boom de las personas que quisieron salir entonces ahí hubo bastante demanda, pero últimamente más o

menos unos 10 - 12 meses atrás con los problemas políticos del Ecuador entonces de lo que estaba reactivando de nuevos se ha venido abajo así es si

US: Mas o menos ahora la demanda, o sea la cantidad de turistas que vienen comprado con los 2017-2018 es menor mayor o se mantiene ?

OV: es menor, es menor, si, O sea lo que a nosotros nos favorece para mantener en este lugar, pues es las fiestas que hay Cómo es Carnaval, semana santa. sábado y domingo hay 3 carros pero pues nosotros tenemos una finca de sustento. que nos ayudamos bastante o sea, para mantener el zoológico

US: Claro y hablando también de la demanda Es decir de los turistas, usted piensa que como había dicho en los feriados es la temporada donde más gente está bien. Piensa que aquí dónde es el zoológico hay saturación turística es decir exceso de personas en el mismo lugar

OV: no nunca ha habido baños, o sea, muchos emprendimientos. No sé si ustedes le conocen Pues sí, eso también ha hecho pues que el turista pues lógicamente ¿Cómo es obvio no?, que se repartan a los diferentes lugares, eso también hay un poco, pero mejor para baños porque el turista que viene pues se demora yo que sé un dos tres días en conocer los lugares turísticos

US: Entonces usted cree que ha sido positivo más bien Cuando viene, digamos bastantes turistas, no ha habido digamos aspectos negativos, por ejemplo. demasiados turistas, concentraciones, no hay suficiente espacio de parqueo, cosas así?

OV: No o sea siempre ha sido, o sea, yo tengo 3 parqueos 13 lugares para parquear no, eso no tengo problemas, ni tampoco pues o sea son tres, secciones bien grandes, que tiene el zoológico donde le repartimos a la gente, ponga usted 100 aquí, 100 aca, 100 aca que nunca hay 300 o sea nunca nunca hay 300 personas en el mismo o sea en el mismo momento que ingresen al zoológico

US: y en cuanto a la demanda más o menos usted tiene un estimado de las personas sobre todo digamos en fechas fuertes los feriados que digamos un promedio nada más de personas más o menos que visiten aquí el zoológico

OV: Bueno es decir no he hecho yo un promedio total porque, no porque a veces hay o a veces usted está esperando digamos una fiesta por a o por b pues usted se ha trocado no vienen Entonces no no tenemos, tenemos un promedio aceptable no, si llevamos un registro que habría que lógicamente chequear eso.

Ing. Mgst. Maria Isabel Molina

Asistente Técnica de Cámara de Turismo de Baños de Agua Santa

US: Si me podría ayudar con una breve introducción de a lo que se dedica y en qué ámbito laboral está trabajando en conjunto con baños.

MI: Ya eh Yo estoy en el área técnica de la cámara de turismo soy la asistente técnica en la cámara de turismo de baños de agua santa tiene una presidencia y vicepresidencia la presidencia está dada por la señora Carmita Luna, la vicepresidencia por el señor Giovanni Romo y también tiene sus directivos que son los vocales de la cámara, la cámara se dedica a promover y promocionar el destino turístico baños, además de todos sus socios, pero el principal objetivo es promover el destino difundir el destino y estar pendiente de muchas otras cosas en las cuales se puede Ayudar y Procura que el destino sea seguro y uno de los primeros en el Ecuador

US: Ya muy agradecido, vamos a pasar a una parte ya enfocada más bien en el estudio que está más vinculada a la oferta y demanda que se encuentra ahorita actualmente en Cantón para usted, o sea personalmente las preguntas son más personales que nada Cuáles serían los principales atractivos y el Cómo se promovería el que se atraiga visitantes al cantón?.

MI: Los principales atractivos de baños es uno de los iconos, la casa del árbol puesto que ganó un premio, el siguiente podría ser el pailón del diablo en la cascada Cómo se ha traído y cómo se atrae a estos atractivos turísticos naturales es Mediante

difusión a través de redes sociales promociones alianzas estratégicas con entidades gubernamentales y no gubernamentales nacionales e internacionales está presente en ferias, presente en eventos, eso ha promovido mucho a Baños desde hace más de 30 años, baños tiene una historia turística bastante amplia y en el tiempo.

US: Ya listo, para usted jerárquicamente, cómo se compone la planta turística y los servicios que ofertan haciendo referencia así a alojamiento, restauración, transporte, operadores y demás

MI: La planta turística de baños está conformada por turismo formal e informal como en todo el Ecuador y en el mundo el mundo no está regularizado, por ejemplo, tenemos alrededor de 685 establecimientos turísticos registrados entre turísticos y no turísticos tal vez usted conoce eso está dentro de la ley, los que no han cumplido que están considerados como hospedajes, y son considerados no turístico sin embargo están regidos a través del Ministerio del interior y no a través del ministerio de turismo sin embargo sirven para una función similar es el alojamiento de estos También tenemos alrededor de 1000 Airbnb registrados en la zona si usted puede ver y analizar estos datos van a encontrarlos a través de la plataforma. tenemos dentro de la planta turística los servicios de alojamiento ocupan alrededor del 65% Luego están los restaurantes. Alimentos y bebidas en general, luego están las operadoras de turismo, Qué son menos son alrededor de 104. Luego tenemos los sitios de diversión nocturna y también nosotros tenemos una problemática, qué tal vez están presente en muchos sitios del Ecuador Qué son los atractivos turísticos que como existe un vacío legal, puede también evidenciarlo Y también sé que el Ministerio de turismo está trabajando alrededor de un año ya para poder solventar esto, no tenemos una clasificación o categorización o las dos. para atractivos turísticos baños tiene atractivos turísticos naturales y culturales que están registrados como operación turística o como compañías turísticas sin tener ningún tipo de de normativa especificación facilidades que debe tener El caso es también existen problemáticas dentro de la plaza turística de Baños, que no es solo del sector sino también es una ley nacional la cual no está presente por los vacíos legales que ya mencione

US: Sí, sí estaba al tanto. pasamos a la otra, no hay problema?, ¿con usted cómo le describiría a la oferta que se presenta actualmente en la ciudad o sea hay algún tipo de turismo que sea más destacado?

MI: Baños tiene una oferta considerada por mí por estudios míos y de otras personas muy diversificada Entonces no tenemos un nicho exclusivo al momento antes era un nicho y más exclusivo de turistas extranjeros incluso teníamos un nicho de países que nos visitan con mayor frecuencia hay unos datos del 2019 que fueron echos por mi cuando fui pasante en la dirección de turismo, al menos 2017 perdón en las cuales se indica el perfil específico, donde se tomó datos de más de un mes, de alrededor de 6 mes para dar esta información, sin embargo, ahora tenemos tan diversificada y también con el tema post pandemia. Tenemos un cambio drástico. entonces ese Análisis como tal del perfil no se lo ah echo, yo le podría decir de manera muy general tal vez el perfil del turista son los post pandemias que si son el Nicho es turismo rural entre comillas porque ya no está siendo Rural, estos los lugares que se dedicaban a la ruralidad ya ya han construido empezó a com uno y ahora ya son 14 atractivos turísticos entonces han perdido esa, entonces como que el nicho podría ser turismo rural. Hasta tal vez el año pasado o menos un año porque en cuestión de meses esto se incrementó. No hay como tal uno en específico, pero eso es como que el más apegado últimamente.

US: Ya y hay algunos, o sea, como iniciativa o programa que contribuye ahorita la mejora de la oferta turística post pandemia?

MI: La oferta bueno a través de la cámara hay varios programas que se han presentado para que la oferta una no sea tan diversificada y no deteriora el destino porque no queremos que este destino se caduque, baños vive exclusivamente del turismo alrededor del 93% de la población vive del turismo o de actividades muy inmersas del turismo inclusive el resto vive de eso, y los bancos viven del turismo todos, las tiendas viven del turismo usted ve a personas en las tiendas capacitando en otro idioma para poder vender más o solventar alguna inquietud o duda del turista entonces los programas están hechos más. Para mejorar la oferta están basados en capacitaciones. a los servidores, sin embargo no tenemos gran aceptación o gran participación más que aceptación porque puede existir la aceptación más no la participación yo siempre digo a baños llega todo el mundo entonces como que no existe esa necesidad de capacitarse en no sé, tal vez en servicio, al cliente tal vez de mejorar mi servicios no, usted no la ve tan presente aquí

US: Como dijo la falta del Nicho también hace la necesidad ?

MI: Aja, entonces es muy generalizado usted encuentra aquí alojamiento por ejemplo de 5 \$ hasta 240\$ entonces es bien amplio y encuentra aquí de todo porque baños es Prácticamente la fábrica del turismo en Ecuador porque aquí lo prueban y lo hacen en otros lugares

US: Y usted no se ha percatado de algún tipo de saturación turística? Esto está vinculado con lo que se oferta verdad?

MI: Por supuesto, Claro si tenemos una amplia cantidad de ofertantes También tenemos una amplia cantidad de demandantes Es difícil decir que baños está vacío, baños genera mucho en turismo, mucho y siempre está lleno un fin de semana común después de la pandemia es terrible el tráfico usted tiene que hacer fila para comer en ciertos lugares de alimentos, se tarda alrededor de 3 horas en 19km para movilizarse, imagínese entonces si existe una saturación del mercado, de la afluencia de demandantes turísticos En específico podría llamarse al sector de los miradores, por ejemplo, ahí hay una saturación terrible

US: Sí tuve la oportunidad de conocer este de las antenas y si es el tráfico, por lo menos si se denota

MI: tanto que han ampliado sus horarios, porque como no pueden ampliar el espacio físico, han ampliado los horarios, entonces eso dura hasta las 3 de la mañana, inicia, antes de las 7 de la mañana

US: y hay alguna iniciativa que involucre a los locales y los turistas a la conservación del entorno. Hablando directamente a lo natural?

MI: Existe una iniciativa y también un grupo ecológico que se ha dedicado a esto, por ejemplo hablar de temas de la contaminación lumínica porque con esto del covid, como había el tema de afors usted no podía tal vez si incrementar su espacio Repito no pero podría incrementar su horario de apertura entonces que hicieron iluminaron en la noche para poder atender en la noche. Entonces por ejemplo no hay un análisis ambiental para para esto para el tema de la contaminación lumínica no hay un análisis

de planificación estratégica turística de planificación territorial turística en la cual indique usted no puede construir, no puedo poner esas luces con esa fuerza lumínica porque está acabando con eso, no existe eso Y no existe el control, baños al ser una ciudad, netamente turística tampoco tiene alguna oficina del Ministerio de turismo imaginense está considerada la primera en el Ecuador después Incluso hasta galápagos

US: si es así tenía entendido, o sea, todo se rige en base a la cámara de turismo a la actual cámara de turismo?

MI: la cámara de turismo puede hacer solo ciertas cosas porque nosotros somos un ente, no de control solo somos un ente de promoción y somos una organización sin fines de lucro entonces Quién debería regir el primero es el alcalde y luego a través de los proyectos que genere o gestione la dirección de turismo y también a través del ministerio de turismo nosotros no podemos más que tal vez dar una noticia o extender un boletín indicando que esto está pasando, nada más. no tenemos potestad de control.

US: Y bueno en relación a la demanda hay alguna forma de cálculo de la demanda o algún tipo de capacidad de carga analizada?

MI: La demanda turística tal vez a través de los establecimientos turísticos y a través del consumo local. La última vez que se hizo un análisis era que los turistas llegaban en un fin de semana alrededor de 90000 turistas. Que sobrepasa la capacidad de carga frente al hospedaje porque el hospedaje está incluidos los Airbnb está en 16064 plazas.

US: le excede con más del triple

MI: Exacto Porque si me considera dos noches de pernoctación y los divides son como alrededor de 32000, entonces le excede mucho, 60000 quedan en el aire prácticamente, también considere que nosotros tenemos no solo turistas, también tenemos visitantes que no pernoctan, o también tenemos el puyo o los lugares

aledaños que también tienen capacidad hotelera, limitada pero la tienen, entonces también a través de que se puede analizar esto es a través del municipio en las piscinas municipales que también tienen una capacidad limitada, ver una piscina llena es ver que usted solo se puede parar y están todos juntos.

US: Esto en relación al tiempo Hay algún tipo de seguimiento de la demanda Por así decirlo a lo largo del tiempo a lo largo de los años que transcurren ?

MI: si por ejemplo hubo, sobrepasó el punto de equilibrio. el año pasado de los 90000 que Supuestamente podíamos o podía soportar o qué Ya estuvo soportando a 120, no 150 fue el punto de equilibrio, entonces sobrepaso recibieron alrededor de. 160,000 turistas, hubo un análisis no se exactamente si eso sucedió porque yo no lo hice, el tema de los 90000 yo si estuve presente participe de eso, de las estadísticas que se levantaron, las veces que fuimos a analizar y todos los indicadores que pudimos analizar para poder dar este dato que es aproximado porque tiene un margen de error.

US: Sí es demandante, y en relación al Covid ha habido algún cambio. Del antes y después de la pandemia en relación a la demanda

MI: si un cambio bastante drástico, porque tal vez pensaban que el turismo iba a ser la última actividad que se recuperaba y fue indicada en todo el mundo sin embargo baños fue uno de los primeros destino que abrió y abrió por la cámara de turismo, la señora Carmita Luna abrió el 5 de Mayo con el plan de reactivación turística aquí se desarrolló el plan de reactivación turística antes que en cualquier otro lugar y abrió también sus dos hoteles entonces. la actividad turística inició no con ese ejemplo y también con todos los protocolos de bioseguridad que se crearon en la cámara de turismo y se entregaron al coe Nacional y cantonal. y es bastante osea si antes recibíamos 90 ahora estamos recibiendo el doble. por eso el incremento de Airbnb, porque tal vez las personas no pueden crear un alojamiento, con todas las condiciones que indica y abren sus casas y rentan una parte de su casa Y hay muchos que ni siquiera están registrados porque usted solo ve el papelito que está pegado ni siquiera Están en airbnb sino estan, son papelitos no que usted encuentra y dice renta de habitación.

US: Por la rentabilidad me imagino también.

MI: Aja también Entonces, ese es otro tema, no hay alguien que se dedique netamente a recabar estadísticas pero también alrededor de 7000000 se mueven en una semana en baños de agua santa. Hay 14 cajeros de los cuales en un feriado usted los puede ver vacíos.

US: Y en base a esta prácticamente ya saturación existente, ¿Qué medidas, se están llevando a cabo para Cómo evitar en sí la saturación.?

MI: Bueno en realidad no existen hasta ahora yo no he conocido ninguna medida tal vez únicamente estrategias que han tomado los los establecimientos de manera Autónoma y Privada no dentro de su empresa incrementar los valores tal vez. se puede ver tras esa línea, ejemplo, me invento, Luna Volcán 2022 cobraba por pax \$90, al momento están cobrando por pax \$100. Entonces usted puede medir también a través de esto que hay un cambio, ¿no? Que no solo un incremento por el tema del cambio del año, el incremento de valores, inflación, etc. costos y demás sino también es para de alguna forma filtrar esto

Carmen Luna presidenta de la cámara de turismo, propietaria de Luna Volcán

US: Las únicas que nos sobraría es en relación al covid la primera sería, cómo se adaptó la oferta turística derivado de la pandemia? sí, refiriéndonos a la planta turística, los atractivos y así es que ha habido alguna adaptación o algo, post pandemia?

CL: Se han generado más productos turísticos, hablando de atractivos, de todo, hay nuevos, avanzados, después de la pandemia hay nuevos atractivos turísticos, nuevos sitios, nuevos restaurantes, etc

US: bueno, otra duda sería si es que cree usted que existe o bueno, la oferta ha contribuido a que exista algún tipo de saturación turística en la ciudad. nivel natural y nivel cantonal dentro de la urbe Por así decirlo ?

CL: Saturación, puede ser solo los fines de semana y feriados, porque contando con pocas excepciones de ciertos hoteles no pasa del 50% de ocupación

US: hablamos entonces de temporadas Por así decirlo, verdad?

CL: Osea el promedio de la ocupación hotelera en baños, el promedio anual es del 50%, con el caso de excepciones como Luna Volcán que tiene más alto

US: listo tal vez Existen algunas iniciativas que involucren a los turistas así para generar un tipo de conservación al entorno natural

CL: No, no, no existe

US: Tal vez también algún cambio en la demanda turística que en la cantidad de visitantes que existe después de la pandemia ¿alguna variación?

CL: hay más turismo, pero es más turismo nacional no, actualmente en baños un 95% del turismo es nacional, un 5% extranjero

US: Tal vez existe alguna medida que sea para evitar una saturación a futuro una saturación de turismo.

CL: Se necesita regulaciones en el municipio, es importante

US: listo cualquier necesidad yo le haría saber Muchísimas gracias.

Luis Chavez

Técnico de turismo de Baños de Agua Santa

US:Buenos días, necesito que me ayude con su nombre y apellido. y¿Qué cargo tiene aquí en la empresa

LC:Bueno, mi nombre es Luis Chávez. Yo soy técnico de turismo del municipio de baños de agua santa.

US:entonces, esta entrevista semiestructurada es sobre todo para conocer la oferta y demanda de baños de aguas santa. Entonces, las primeras preguntas, ¿cómo se compone, por ejemplo, la planta turística y los servicios turísticos dentro del cantón? Ya sea alojamiento, bebidas, transporte, entre otros.

LC:Nosotros tenemos aquí un catastro turístico, al cual ustedes pueden acceder, solicitando a través de un documento al director. Entonces, ahí tenemos todo, el cómo se compone la planta turística, el segmento alojamiento, segmento de alimentos y bebidas, operación turística y transporte turístico. Estos son los cuatro segmentos que nosotros manejamos y que están dentro de la normativa del Ministerio de Turismo. Y nosotros, como somos un municipio descentralizado, nosotros también hacemos el control de todas estas actividades, de estos segmentos turísticos que tenemos. Somos alrededor de 380 servidores turísticos que están catastrados aquí y que lógicamente tienen la licencia única de funcionamiento, la cual es otorgada por la Dirección de Turismo.

US: Y dentro de su perspectiva propia, ¿cuál es el tipo de turismo que sea más destacado y que más se oferta?

LC: Bueno, aquí en Baños, el turismo que más se destaca es el turismo de aventura, turismo al aire libre, deportes extremos. Ese es el turismo que más se destaca.

US: Y más o menos para ver una retrospectiva, ¿cómo ha sido la adaptación de toda la oferta turística? Antes de cómo era la situación del COVID 19 a ahora, luego de que todavía seguimos con el COVID 19, digamos, pos pandemia. ¿Cómo ha sido el cambio?

LC: Bueno, aquí en Baños ha pasado una cosa particular. Baños ha sido la única ciudad, creo que en el Ecuador, y una de las pocas ciudades en el mundo, que en época de pandemia la gente empezó a construir nuevos emprendimientos, nuevos atractivos turísticos, capaz de que cuando inició nuevamente el flujo turístico pos pandemia o a mediados de la pandemia, se vino a encontrar con cosas nuevas aquí en baños, con nuevos establecimientos, nuevos hoteles, nuevos restaurantes aquí. En vez de cerrar los locales de aquí, más bien incrementaron y lógicamente incrementó el flujo turístico. Baños está considerada y catalogada como la primera ciudad en el país que se reactivó después de la pandemia en un 100 por ciento. Entonces, para nosotros el turismo post pandemia ha sido positivo y hemos tenido una gran afluencia de turistas en épocas y en meses, inclusive más de años anteriores. Se ha vivido una resiliencia. Exactamente. Como ustedes conocen, Valles es una ciudad resiliente. Nosotros hemos sabido, digamos, inclusive con el tema de los desastres de la naturaleza, con el volcán Tungurahua, nosotros hemos podido convivir, sabemos convivir y lógicamente, siendo una ciudad resiliente, nosotros hemos tenido el mayor flujo turístico, inclusive que otros años, hablando de la post pandemic.

US: También hablando de la resiliencia y de, sobre todo, flujos turísticos, ¿usted cree que la oferta turística ha contribuido a la saturación turística? Es decir, el sobre turismo, demasiados turistas, sobre todo aquí, dentro del cantón baños o los atractivos?

LC: Bueno, nosotros podemos... De pronto, ustedes o de pronto gente que viene a hacer un análisis del turismo, el tema de la oferta, de la saturación turística. A lo mejor ustedes pueden ver así, pero es porque Baños tiene una particularidad grande que Baños es una ciudad pequeña. Entonces, Baños siendo una ciudad pequeña, de pronto se piensa que hay una saturación, pero no es así porque son más de 120 actividades y atractivos turísticos que tenemos. Entonces, todas tienen afluencia de turismo y si ustedes pueden hacer un feriado, una visita de todos los atractivos, al menos aquí en el centro de la ciudad, no va a haber tal saturación. Y aún más si ustedes se van a los atractivos turísticos que están en la zona rural, van a ver en todos los atractivos turísticos, tiene gente debidamente organizada. De pronto, aquí los únicos atractivos turísticos en los que el único atractivo turístico que podemos decir que de pronto hay un poco de exceso de carga o de saturación es el Pailón del Diablo en feriados. Yo creo que en todos es un oficio normal, el turismo fluye y hay que tomar en cuenta que aquí en Baños, por ejemplo, los atractivos turísticos están muy cercanos. Entonces, mientras un número de personas visiten un atractivo, el otro grupo de personas visite el otro atractivo turístico, entonces no hay una acumulación exagerada, creo. Pero de todas maneras sí creo que es un tema que se merece también un análisis, justamente inclusive para poder determinar la calidad de servicio, porque depende de la demanda, a la saturación, también eso, también depende del tema de calidad de servicios. Y también de pronto en el tema del transporte de las chivas, pienso que también hay el tema de saturación, creo yo que eso también sí sería digno de un análisis para mejorar la calidad de servicio, que es lo que es el tema de transporte turístico de chivas.

US: Y hablando de la demanda, aquí dentro de la Dirección de Turismo tienen algunas técnicas o herramientas que se usan para tener una percepción de la demanda, aunque no sea tan precisa, por ejemplo, de las personas que trabajan. Vienen en feriados.

LC: Sí, bueno, nosotros la única herramienta que tenemos aquí, con la cual se ha manejado durante todo este tiempo, todos los años, es el ingreso a los balnearios. Nosotros tenemos una base de ingreso a los balnearios y ahí más o menos hacemos una media del número de turistas que pueden llegar acá a los baños. Esa prácticamente es la herramienta que tenemos y con la cual siempre hemos hecho estos análisis de demanda que llega acá hasta nuestra ciudad.

US: Y dentro de este análisis, más o menos, ¿cuáles son los datos o las características principales del tipo de turista que visitaba, por ejemplo, ya sea, por ejemplo, familias nacionales, extranjeros. ¿Cuál sería más o menos el porcentaje? ¿El de nacionales, extranjeros, edad y buena parte de las actividades? ¿Las preferencias, por ejemplo, si prefieren hoteles, por ejemplo, de una o dos estrellas o también prefieren hoteles, digamos, de mayor categoría. Más o menos un perfil rápido del turista. Que visita Baños.

LC: Bueno, tomando en cuenta que Baños tiene alrededor de 150 hoteles, están registrados, ¿no? Están registrados, hay alrededor de 300, Airbnb, tenemos restaurantes igual en un número de 150. Aquí la oferta es... Es variada. Es diversa. Tenemos hoteles desde cuatro estrellas hasta hostales de una estrella, restaurantes de un tenedor, de tres tenedores. Entonces, aquí está la oferta. El tema de que aquí hay baños también va creciendo de acuerdo a la demanda. Es decir, nosotros aquí mal podríamos decir que nosotros tenemos una política pública en que nosotros apuntamos a un segmento de a un segmento de turismo, ¿no es cierto? Definido. O sea, aquí prácticamente, aquí en Baños se trabaja prácticamente al ritmo, digamos, de la demanda, va creciendo la oferta y realmente para nosotros sí es un poco difícil poder determinar, inclusive el tema del segmento, porque aquí viene el segmento familiar, viene el turismo en la noche que viene únicamente por diversión, es que es joven, viene el turismo de la tercera edad, viene el turismo como es para personas con discapacidad. Entonces, como no hemos hecho un estudio técnico, sí es un poquito complicado, entonces acá el mejor el compañero o el Paúl, le puede traer, a lo mejor pueda tener un poquito más claro el tema ese que les pueda ayudar en ese sentido.

US: Entonces, más o menos un dato general, ¿no tienen un promedio, por ejemplo, en días no feriados y también feriados de la cantidad de personas que visitan, digamos. Un promedio general.

LC: Un promedio exacto, datos exactos, no. O sea, no. No manejan. No tenemos. No manejan.

US: Solo se dirigen a lo que es de los balnearios?

LC: Exactamente, es un dato general no, porque es un dato promedio general, claro que en fines de semana, entre semana y feriados, pero todos en base al tema de los ingresos a los balnearios.

US: Y una ultima pregunta, Como usted me cuenta que no se ha determinado en sí una saturación turística, pero tal vez se toman como había dicho algunas medidas para mejorar en este caso, la calidad o Para apoyar a las personas de los emprendimientos privados porque por ejemplo el Pailón es un emprendimiento privado para mejorar la calidad del servicio y evitar, digamos más que una saturación, una aglomeración de ciertos templos por ejemplo en feriados?

LC: bueno almenos nosotros en la época, en la época del covid planteamos una ordenanza municipal para el tema del tema de bioseguridad que cada establecimiento turístico cada emprendimiento turístico tenía, digamos sus normas y el control que nosotros hacemos como dirección de turismo, nosotros aquí Somos 4 técnicos de turismo, que siempre hacemos y estamos haciendo inspección controlando la calidad de servicio y algunas otras cosas más que nos faculta la ley de turismo, la normativa y también las ordenanzas entonces nosotros estamos haciendo control de establecimientos turísticos control de actividades turísticas de deportes extremos entonces yo creo que esa es una de las formas también es otra aportar nocierto, a que los servidores turísticos también puedan en este caso hacer el turismo de una manera regular, no? Y son prácticamente controlados por nosotros

Entrevista a David Montero ,

Administrador del Pailón del Diablo

US: Primero que nada, ¿su nombre?

DM: David Montero

US: ¿Y qué labor realiza usted aquí?

DM: Soy administrador del complejo turístico Pailón del Diablo y de la cascada

US: Ya, ahora sí Entonces, ¿usted ha trabajado en el Barrio en bastante tiempo y en todo el sector de Río Verde y la cascada del Pailón del Diablo?

DM: Sí, prácticamente yo vivo aquí, soy de la parroquia misma.

US: ¿Usted cómo ha visto, como se sabe, Baños, digamos, motor económico del turismo pero como ha visto el turismo antes de la pandemia y después de la pandemia?

US: ¿Cuáles son los cambios que usted más ha percibido? por ejemplo, si se ha percibido ahorita una mayor afluencia de turismo claro que ahorita es la temporada baja

DM: O sea, el turismo ha mejorado. Más que todo el turismo europeo. Hay mucha gente ah bueno, o sea, el turismo ha mejorado bastante, ¿no? porque la gente como que el encierro les tuvo ahora la gente lo que es sábados y domingos de esto está yendo, río, a ver está yendo en la semana siempre está yendo todo si, el día que más turismo hay es el día domingo domingo que sale casi mucha gente, más que el sábado prioritariamente nacional nacional el día domingo. Pero de ahí lo que es lunes a viernes es full europeo, como pueden ver ahí. Sí, sí. Harto extranjero.

US: ¿Usted piensa que antes de la pandemia, después de la pandemia, los números de turistas, digamos, la demanda en sí ha aumentado, ha disminuido o se ha mantenido?

DM: Si, ha aumentado un poco más el turismo. Es que también, bueno, aquí también van aumentando lo que es centros turísticos, también lo que es desde Baños, todo este tramo, con deportes extremos y todo eso, porque anteriormente no había muchos lugares turísticos. Entonces digamos que ha habido nuevos emprendimientos turísticos. Exacto, en la temporada de la pandemia fue donde más se crearon emprendimientos turísticos, ya que la gente tuvo tiempo para pensar cómo no había gente entonces se dedicaron a hacer nuevas construcciones y todo eso. Porque a raíz de la pandemia empezó lo que es esto también los paseos nocturnos en la cascada, las manos de Dios, todo eso fue creado en temporada de la pandemia. Apertura de la pandemia que ya empezó la gente a salir. Empezaron a visitar los nuevos centros turísticos y dio buena acogida, por eso siguen incrementando más centros turísticos.

US: Y en cuanto a la saturación turística, ¿usted piensa que tiene consecuencias positivas y negativas? ¿Usted percibe esa saturación turística, como me había dicho antes, sobre todo los días de semana, que hay bastante gente? Entonces, ¿cuáles piensa que son esas consecuencias o aspectos positivos y también negativos de tener varios turistas?

DM: La verdad, cosas negativas no le veo nada porque aquí la gente se desenvuelve, ¿no? Toda la gente de aquí de la zona, la información de los centros turísticos, con eso el turismo no se queda estancado en un solo sitio y todo eso, ¿no? Por ejemplo, aquí vienen a la cascada y me preguntan qué más podemos hacer, por ejemplo yo les doy todos los centros turísticos que pueden hacer aquí en Río Verde. Y con eso el turismo sabe a donde tiene que ir, con eso ya no está que se para en un solo sitio y todo eso. Lo que sí a veces es un poco congestionado ya cuando va terminando el feriado o el fin de semana el tráfico. El tráfico. El tráfico es un poco, sí, la congestión de vías porque hay muchos rompevelocidades que aumentaron en un transcurso porque no había mucho de la vía principal exacto, la vía principal ya para llegar a Baños aumentaron como unos 5 de rompe de velocidad entonces eso congestiona demasiado la... usted se demoró unas 2 horas en llegar a Baños en esa temporada más fines de semana que más turistas. Exacto.

US: Entonces, en cuanto a la entrevista, sería todo, gracias.

Entrevista a Hugo Tustón

Presidente del GAD de la Parroquia Lligua



US: Muy buenos días, primero que todo se puede presentar.

HT: Muy buenos días, estimados amigos. Mi nombre es Hugo Tustón, soy el actual presidente del GAD Parroquial de la parroquia Lligua de aquí el Cantón Baños de Agua Santa, estoy listo para cualquier inquietud que ustedes tengan para poder solventarles con mis respuestas.

US: Listo, entonces primero son unas preguntas sobre la oferta y demanda dentro de lo que es el sector turístico en la parroquia y también a nivel cantonal, en Lligua, ¿cuáles son los principales atractivos turísticos?

HT: Bueno, en estos últimos años el Lligua está empezando a sobresalir, es más, el sector turístico que se está abriendo ahora, como es el turismo de las partes fuera de la ciudad, estamos hablando del turismo de alta potencialidad de visión de lo que en sí cuenta con Baños, es un turismo rural que por el momento aquí en la parroquia tenemos 11 emprendimientos, ustedes tal vez escucharon ya las famosas manos de Dios, las manos de Dios son de aquí de Lligua, pero tal vez acá de Lligua, Si, hay otros emprendimientos similares, lógicamente no con las mismas condiciones tal vez es por un poquito más distantes, pero que están empezando a sobresalir en este tema de ti.

US: Y desde su perspectiva personal, como usted es habitante de Lligua, ¿Varios años o está, por ejemplo, estos últimos tiempos como autoridad?

HT: No, no, a ver, yo soy nativo de acá, yo soy nacido acá en Lligua y tengo ese gusto de ahora a mi edad que tengo pues continuar sirviendo para el Lligua, o sea eso es lo importante, eso es lo que le hace a uno ser mejor, porque uno se siente hecho y realizado cuando la potencialidad de uno al servicio del pueblo se le pone.

US: Desde su perspectiva como nativo aquí de la parroquia de Lligua ¿cómo ha visto el turismo antes de la pandemia, 2016 hasta 2020 y luego del encierro a mediados de 2020 hasta la fecha, cómo se han visto los cambios?

HT: Bueno, por una parte nos trajo ventajas la pandemia, estoy hablando del tema del turismo, lógicamente, ¿no?, porque eso hizo que el turista ya no se concentre en las partes céntricas busque espacios con aire libre en donde puedan caminar, puedan respirar y puedan hacer sus actividades libremente ahí entramos nosotros, de ahí comenzamos nosotros ahora desde ese punto de vista estamos progresando con ese tipo de turismo que ya no les hemos soltado, ya les hemos detenido y estamos más avanzando con ese tipo de turismo, eso después de la pandemia sobre todo. Así, después de la pandemia.

US: Y también usted conoce el término saturación turística?

HT: Sí, la saturación turística quiere decir que ya no hay donde más, ya está todo ocupado. Aquí lamentablemente sí se ha dado ese fenómeno, estoy hablando especialmente del tema de alojamientos, alojamientos y también últimamente, en estos últimos periodos, se está dando el tema del tránsito porque Baños cuenta con una sola vía de acceso que lamentablemente o ventajosamente por aquí pasan a todo lo que es el Oriente ecuatoriano. Entonces eso da como resultado de que ya los normalmente, digamos así, los fines de semana y peor aún si contamos en feriados, es un caos realmente bárbaro que a tal punto nosotros que somos del sector nos hemos puesto la meta de que en esos días no salgamos mejor, porque es muy difícil, es muy difícil salir y poder volver a nuestros hogares, nos hace muy difícil.

US: ¿Y también ha visto ese tipo de saturación dentro de la parroquia?

HT: Bueno, no aquí no, gracias a Dios no, aquí todavía como les había dicho, principalmente el territorio es amplio, en donde los turistas que vienen pues tienen la facilidad de estar, tienen por donde recorrer, hacer caminatas, subir en vehículos, o

sea tienen todas las facilidades acá, pero lógicamente como autoridades vamos a tratar de mejorar eso es para darle un mejor servicio.

Entrevista a Gabriela Santamaría

Directora de Turismo del Cantón Baños de Agua Santa



US: Buenos Días, Dentro de la oferta turística, ¿ ustedes tienen, el catastro tiene un registro de los establecimientos, pero en cuanto al registro de visitantes, ustedes llevan un sistema, tienen herramientas que les permita conocer, más o menos, la medición o tal vez un estimado de visitantes?

GS: Bueno, realmente nosotros, yo estoy ahorita recién una semana aquí dentro de la dirección de turismo, hemos tratado de recopilar toda la información que se ha pedido en cuestión de visitantes, que la única manera en la que han llevado un registro más o menos estadístico ha sido con el tema de entradas de piscinas. Entonces hacen más o menos un cálculo de cuántas personas han ingresado durante el fin de semana, desde el viernes, sábado y domingo, para saber más o menos el tema de cuántas personas nos visitaron. Teniendo en cuenta que no todos son turistas, a veces son solo personas que están de paso, o se podría decir, personas que se ven, excursionistas, que vienen, pasan el día y se retiran, regresan a sus lugares de origen. Entonces se hace más o menos un estimado de cuántas personas han venido y también, bueno yo formo parte del segmento de alojamiento, También muchas veces nos llaman a preguntar cuánto ha sido la plaza de ocupación entre hoteles, hostales, hosterías, toda la categorización

US: En cuanto también a lo que fue el turismo, la actividad turística desde su percepción personal, antes de ocupar el cargo, más o menos desde el 2016 hasta el 2020, y luego post-pandemia, post-confinamiento, mediados del 2020 hasta la fecha, ¿cómo ha cambiado la actividad turística?

GS: Bueno, si bien es cierto el mercado cambió totalmente, al menos en Baños, yo le puedo hablar desde una forma personal. En los años 2015, 16, 17, 18, 19 podríamos decir que sí teníamos por ejemplo un flujo de turistas extranjeros mayor al de nacional. Sí teníamos por ejemplo en cuestiones de franceses, alemanes, comenzaron a venir mexicanos también bastante. Entonces sí hubo como que ese cambio, el momento que hubo el encierro, estuvimos en el tema de la pandemia, Baños cambió totalmente en el sentido de que todos nos encerramos, pero empezamos a innovar el tema de nuestros servicios. Por ejemplo, después de la pandemia, Bajos tomó un giro al tema de turismo de familia, ya no tanto al tema de deportes extremos, ya no tanto al tema

de senderismos como había antes. La gente empezó a hacer más balcones, miradores y comenzamos a promocionar el turismo familiar. Ahora si ustedes recorren todas las ciudades van a encontrar parques temáticos, miradores. Que ahora después post pandemia mucha gente viene a pasar el fin de semana en familia y entre semanas están viniendo el tema de extranjeros. Eso ha cambiado digamos. Sí, cambió el giro a nacional. Estamos recuperando la parte internacional también, de hecho también el país como tal está tratando de recuperar la imagen internacional, entonces si actualmente tenemos los fines de semana llenos casi, se podría decir la mayor parte de hoteles, pero con el tema de turismo nacional, y entre semana de cuento ver que es un poco más internacional.

US: Y en cuanto a lo que es la demanda y la saturación de la misma, es decir, la saturación turística, ¿usted cree que en primer lugar de su percepción existe esa saturación turística en algún lugar de Baños, el canto en general, aquí en el centro?

GS: Más que saturación, yo creo que si antes era el tema de venir el sábado, sólo el sábado a disfrutar de Baños de Agua Santa, hoy en día hay muchas cosas más que puedes hacer durante todo, desde el viernes a sábado o el domingo. Si bien es cierto, habría más atractivos turísticos que eso ha hecho que se descongestionan ciertos atractivos turísticos. Por ejemplo, antes podríamos decir que el Pailón del Diablo era un lleno total. Hoy tenemos Animal Park, hoy tenemos las manos de la Pachamama, y la gente empieza a distribuirse por todos esos lugares. En donde sí hemos tenido congestión, también podríamos hablar del tema de vías. en el ideal si hemos llegado a tener el tema de transporte turístico si ha habido una saturación pero el tema de atractivos turísticos no se ha tenido saturación tal vez en los feriados si se ha tenido saturación el tema de alojamientos que ha sido un desfogue tal vez el tema de los Airbnb como para poder igualar toda la plaza de alojamientos que el turista requiere tratando de cubrir toda la demanda de turistas que estamos de nada, que nos necesitan en la ciudad.

US: Entonces, tal vez medidas que se estén tomando o se tomarán a futuro para, como había dicho usted, aparte de diversificar la oferta que se tiene en cuanto a atractivos para no concentrar a las personas solamente en cierto, en los más

populares, también por ejemplo innovación, calidad del servicio, se pretende mejorar, algunos planes o proyectos a futuro o existentes ya?

GS: Bueno, de hecho vamos a iniciar con un tema de un plan de seguridad turística. El problema ahora no es el tema de las vías, no es el tema de la saturación. Ahora hay una percepción en todos los ecuatorianos de inseguridad. Y tal vez eso ha hecho que Baños en estos últimos meses tenga una afluencia de turistas bastante grande, lugares cercanos de Quito que han tenido ataques, se podría decir, por ejemplo hubo los ataques de bombas comerciales en Guayaquil, hubo bombas en Quito y eso ha hecho que la gente se estrese. Entonces han buscado buscar otros destinos turísticos en donde puedan tener una percepción de seguridad más que ofrecerle un paisaje bonito a turista, sino también de brindarles esa percepción de seguridad. Ustedes deben haber recorrido o deben haber estado algún tiempo ya aquí y ustedes se van a dar cuenta que realmente sí hay una percepción de seguridad. Se puede sentir que pueden caminar tranquilamente en la calle, que uno puede andar con el celular, no pasa nada. Entonces sí queremos mantener esa imagen de esa percepción de seguridad. Como primer punto queremos recuperar el turista que ya no ha venido, el turista internacional ha venido pero en menor cantidad, entonces sí queremos recuperar ese segmento de mercado porque los deportes extremos también son importantes para nosotros, ese segmento de mercado es bastante importante, entonces queremos recuperar esa parte de ello también y seguir desarrollándonos como destino turístico, después de la pandemia Baños fue uno de nuestros destinos turísticos más visitados del país y queremos seguir manteniendo esa imagen.

US: Entonces en cuanto a la entrevista, que es la primera parte, sería todo. Muchas gracias

Entrevista a Alexander Luna

Presidente del GAD Parroquial de Ulba



US: Buenos días, si podemos empezar con su nombre, su labor aquí, sus títulos quizás.

AL: Mi nombre es Alexander Luna, soy ingeniero en marketing y gestión de negocios y soy presidente del gobierno parroquial rural de Ulba.

US: Entonces, la entrevista se refiere más o menos a todo relacionado al turismo, por ejemplo a la oferta, demanda y también la situación actual dentro de lo que es la

parroquia de Ulba y también su percepción del canto en general. Entonces, en Ulba, ¿cuáles son los principales atractivos turísticos? Y si hay una oferta turística, por ejemplo, hospedaje, alimentación, etcétera.

AL: En Ulba tenemos varios atractivos, entre ellos hay un atractivo que es la gastronomía, tenemos muchos paraderos, tenemos la ruta gastronómica también marcada, que es una ruta gastronómica diurna y nocturna. Tenemos establecimientos, tenemos hospedajes, tenemos hosterías, tenemos hoteles. También somos conocidos por las rutas de senderismo. Aquí se realiza el trail running. Se realiza todos los años, y ahora están viniendo nuevos eventos que se desarrollan acá por nuestro sistema montañoso y porque a toda la gente les gusta realizar caminatas por estos senderos. Tenemos también las cascadas, la cascada del Silencio, la cascada de Urba, la cascada de Río Blanco también. En la cascada de Chamán y de Río Blanco realizan el deporte extremo que se llama el Kayoning, que es el descenso en cuerda.

AL: De ahí las otras cascadas son más para ver, para bañarse, de ahí otro de los puntos importantes también que mantenemos en la parroquia es los deportes extremos nosotros llegamos a la zona de río blanco de agoyán y tenemos los canopies entre ellos los canopies más largos los canopies más pequeños la bola extrema tenemos el puente de cristal tenemos el puente tibetano en todo el sector de la parte baja que realizan todos estos tipos de entretenimientos eso sería en cuanto a turismo de ahí tenemos la zona que están incentivando que es el turismo a través de la fruta. Ellos allá cosechan mora, están haciendo establecimientos turísticos donde puedan conocer cómo se cosecha la mora, en servirse algo de la mora, el vino de mora, todas esas cosas están ellos introduciendo. Y también están introduciendo las pescas deportivas también, la pesca de trucha. Entonces también estamos, se podría decir que somos una parroquia en desarrollo en el turismo, como una parroquia de paso por el tema gastronómico.

US: Y más o menos de su percepción personal, antes del COVID, los años 2016 a 2020 y post-COVID, desde más o menos mediados de 2020 hasta la fecha, ¿cómo ha sido el turismo en la parroquia y también en el nivel general de Baños? ¿Cuál es su percepción? ¿Ha cambiado? ¿Ha habido mayor oferta, mayor demanda?

AL: Sí, justamente después, bueno, antes nosotros no teníamos muchos emprendimientos turísticos a nivel general, en Baños estoy hablando, entonces no había muchos emprendimientos por lo que no ocupaban mucho el tema de hospedajes, el tema de alimentación que nosotros podemos ofrecer como parroquia.

Luego de la pandemia, en la misma pandemia, creo que todas las personas de aquí de baño son emprendedores, son visionarios, y ellos empezaron a crear bastantes atractivos turísticos. Una vez que ellos crearon todos estos atractivos, yo creo que mejoró el turismo en Baños porque se llenaban todos los hospedajes, todos los hoteles, teníamos gran afluencia de turistas. Entonces, esto es debido a los emprendimientos que realizaron estas personas emprendedoras y visionarias. La pandemia como un medio de una alternativa para ellos generar algo nuevo a futuro todos sin saber qué iba a pasar pero con la iniciativa de decir si pasamos esto pues lo reactivamos de una manera mejor y más fuerte y llegamos a ser incluso como Baños considerados el primer destino turístico ahora estamos en competencia con Galápagos, estamos como segundo destino turístico pero nos mantenemos nosotros en pie de mantener ese destino turístico a Baños y van apareciendo nuevos emprendimientos también en cada uno de los sectores.

US: ¿Usted también conoce el término saturación turística? ¿O tiene una idea de a qué se refiere?

AL: Sí, cuando ya no hay mucha oferta para los turistas, cuando no tenemos hospital, no tenemos alimentación y estamos llenos. Sí, más que todo cuando hay demasiada gente concentrada en ciertos puntos, lo que puede generar, bueno, si hay aspectos positivos y negativos.

US: ¿Pero la saturación turística dentro de su percepción en lo que es la parroquia aquí de Ulba o tal vez dentro de la cabecera cantonal, es decir, demasiada gente que no se puede controlar?

AL: Sí, especialmente en feriados nosotros tenemos el problema de la vía, que es la vía principal que conecta la Amazonía con la sierra, colapsa, quiere decir que los vehículos de transportarse por lo general del puyo a baño se demoran una hora, en el traslado de vida a tanto turista y no tenemos sistemas para que puedan salir, que tengan vías alternas para poder transportar. Entonces ese es el principal problema que tenemos acá, que en feriados se saturan las vías y no tenemos opciones de salir, por lo que los turistas a veces optan por salir un día antes y con eso se evita todo el tráfico que se realiza aquí en el cantón. Listo.

US: En cuanto a la entrevista, muchas gracias sería todo.

Entrevista a Gabriel Sánchez

Gerente Propietario de La Casa del árbol

US: Buenas Tardes. Las primeras preguntas son más o menos viendo la situación antes del COVID 2017-2020. Y desde mediados de 2020 hasta la fecha, ¿cómo ha cambiado la parte turística, la demanda? En primer lugar, aquí en el atractivo de la Casa del Árbol y en Baños según su perspectiva.

GS: Sí. Sí, bueno, en realidad, a partir de que se dio esto del COVID hemos tenido una baja considerable de visitantes, ¿no? Pero poco a poco se ha venido recuperando, sobre todo el turista extranjero que ha necesitado salir de la ciudad. El ecuatoriano siempre tuvo o mantuvo durante los primeros meses luego del COVID, ese recelo de salir por el miedo a contagiarse, ¿no? Pero el extranjero ya empezó a buscar nuevas alternativas. Actualmente, Baños ha mejorado muchísimo en lo que respecta al turismo. Hay bastante turismo, ya conocemos las fechas que vienen los extranjeros a visitar nuestra ciudad. En este caso, en este mes estamos teniendo bastante turista europeo. Entonces son las personas que en realidad están ayudando a la economía de la población.

US: ¿Aquí mayoritariamente es nacional o extranjero?

GS: Extranjeros, nacionales, a veces, ecuatorianos que han migrado a España o han migrado a Estados Unidos, pero ellos vienen a pasar sus vacaciones con sus familias y aprovechan para venir a Baños, que es una ciudad tranquila, sobre todo en esto de tantos peligros que están suscitando en el país. Entonces, al escuchar las noticias y ver que en Baños no hay ningún tipo de inconvenientes, muertes o robos, entonces aprovechan para venir a Baños.

US: ¿Usted cree que ha habido saturación turística dentro de lo que es la cabecera cantonal y también del atractivo de la casa del árbol, es decir, exceso de turistas en un tiempo determinado?

GS: Bueno, excesos de turistas no. En Baños hay variedad de actividades que el turista puede escoger. Entonces ellos escogen la actividad que desean realizar. Lastimosamente en Baños no ha habido un departamento que controle las actividades que no sean repetitivas. Acá en Baños hay una cantidad de columpios que hacen que el turista dude a dónde ir. Pero bueno, la gente que conoce, que sabe de este lugar hace que venga. Entonces por ende nosotros nos hemos mantenido con la cantidad de turistas que siempre han venido varias veces y que están permanentemente visitándonos.

GS: La casa del árbol nace a raíz del proceso eruptivo del volcán Tungurahua en el año 99. Entonces esto es un llano completo donde mi papá tenía sus animales, sus barcas, sus borregos y en el año 99 evacúa a la gente y mi papá hace una promesa y se queda aquí para monitorear al volcán Tungurahua y como equipo de radio informar a los vulcanólogos de cómo estaba el proceso eruptivo porque en la parte del columpio tenemos una quebrada, la quebrada que se preveía de que cuando erupcione el volcán Tungurahua por ahí iba a bajar la ceniza y esa quebrada conecta al Bascún, en este caso a las piscinas del Salado. En 20 minutos decían que iba a destruir Baños.

Entonces mi papá hace eso. Como no tenía dónde cubrirse, se construyó una casa del árbol para que sea un lugar donde pueda veníamos a visitar y armar unas cuerdas para hacer un columpio en una rama, entonces ahí empezaron a venir canales de televisión a acampar, a sacar sus fotografías cuando estaba en proceso eruptivo y empieza de a poco a venir la gente a conocer el lugar por el proceso eruptivo del volcán, no por la casa del árbol, no por el columpio sino por el proceso eruptivo del volcán.

GS: Lo que nos dio un boom o se dio la vuelta al mundo fue a partir de 2014 la fotografía esa que como ya la gente empezó a venir a conocer la casa del árbol entonces vienen esos turistas, toman la fotografía, participan, ganan entonces nos ayudó bastante a nosotros para que la gente pueda venir y conocer bueno esa es la historia para que más o menos ustedes tengan la realidad, así que continuemos con la entrevista

US: ¿Entonces usted no cree que aquí en el atractivo de la Casa del Árbol exista una saturación, así sea en feriado digamos en temporada alta?

GS: En feriados que nosotros ya conocemos a nivel nacional tenemos seis feriados grandes en este caso y seis feriados pequeños que son a veces lunes, 24 de mayo, 1 de mayo, que les consideramos nosotros pequeños, hay bastante saturación de turistas, la gente se aglomera a tal punto que hemos tenido que hacer varias actividades para que la gente pueda distribuirse en los diferentes lugares y no se concentre en un solo lugar. Anteriormente en los feriados antes de hacer los otros columpios la gente se concentraba y había largas colas que no podía incluso hacerse los columpios.

GS: Tenemos un servicio de chivas que no tienen una organización que pueda ayudar a los lugares turísticos. ¿En qué punto? Tienen un horario en que todas las chivas se van, por ejemplo, a otra actividad turística. 12, 15 chivas. A partir de las 4 y 40 vienen a la casa del árbol 12, 14, 15 chivas acá. Entonces se satura en ese momento y a veces el turista se molesta porque les dan apenas media hora. Al venir cada chiva con

20 personas en 10 son 200 personas, entonces en media hora no logran hacer las actividades. Entonces esa es la saturación que nosotros, esa es la parte negativa que a veces nosotros reclamamos a las chivas, decimos por favor, organicense, vengan un grupo en la mañana, otro grupo en la tarde. No dices que en la mañana tenemos que irnos al Pailón del Diablo, a las dos de la tarde tenemos que irnos a la parte de las manos de Dios, esa parte se da la saturación de las chivas. Si ustedes y en unos 15 minutos van a llegar las chivas y vamos a ver cómo la gente empieza a aglomerarse. Entonces se da por factores externos que es el transporte turístico.

Entrevista a Diego Santamaría

Presidente del GAD Parroquial de Río Negro



DS: Bienvenidos chicos, soy Diego SantaMaría, presidente recién posicionado, empezando las funciones del GAT Parroquial Río Negro. Para mí siempre es bueno poder ir conociendo, poder ir viendo con quién más puedo trabajar hacer alianzas, porque de esto se trata, de poder ir trabajando. Siempre es importante conocer todos los criterios y los actores que pueda tomar parte y formar y direccionar y trabajar en

bienestar. Así que bienvenidos muchachos, ustedes me contarán. Muchas gracias. Claro, son unas pequeñas preguntas sobre el tema en sí.

US: Bueno, aparte de la oferta y la demanda, todo lo que tiene que ver con el turismo, también tiene que ver con la saturación turística. Dentro de también, bueno, Río Negro, pero del canton, Baños en sí, la parte de la cabecera cantonal y también la parte aunque está, digamos, recientemente posesionado, usted tal vez, digamos, está relacionado turismo aquí en río negro ha tenido digamos su vida aquí en río negro?

DS: Yo realmente soy nacido aquí, criado aquí, estudiado aquí por motivos de la vida, salí del país, me fui unos dos años fuera, ahora ya llevo aquí en el país viviendo 11 años, de los 11 años emprendí como parte privada tengo también un lugar, una pesca deportiva que es el motor de la economía de aquí de la Parque del Negro. Estoy hablando tanto de mí como de otros locales de la misma dirección hacia la misma línea de turismo, más que todo a la parte productiva, productiva turística y dándole un valor agregado a la parte de la producción, haciéndole una venta en gastronomía de lo que nosotros somos. Eso es lo que vengo trabajando ya desde seis años y obviamente me he involucrado con todos los sectores porque Río Negro es conocido ahora por la gastronomía y la pesca deportiva. Entonces, el fuerte turística aquí es la gastronomía, entonces sería su oferta principal. Ah, eso es lo que vamos a decir. Que tenemos nosotros un clima variado y un clima muy bueno

muchos sitios para visitar como bañeres turísticos, tenemos flora, fauna y todos somos bendecidos por el tema de estar entre los dos parques nacionales entre Llanganates y el Sangay, entonces tenemos muchísimas cosas que ofrecer que aún no se ha crecido, no se ha potenciado en estos sitios pero tenemos que a nivel del cantón

DS: Ahí están todas las agencias de viajes y agencias de turismo. Y ellos son los que direccionan y vienen ya con sus grupos conformados. Y vienen aquí a Norte de Parroquia de Río Negro, específicamente a disfrutar del canyony, del rafting. Entonces, también hay aventura aquí. Vienen a disfrutar.

US: ¿Cómo se vio la oferta turística, la demanda turística y el turismo en general antes de la pandemia, por ejemplo 2017, 2020 y luego post pandemia y post confinamiento mediados de 2020 hasta la fecha?

DS: Nosotros teníamos una influencia bastante significativa porque vamos dándonos cuenta que una parroquia va creciendo, va creciendo pero ha ido creciendo desde la parte privada, siempre tomando desde la parte privada, desde la parte pública ha faltado el apoyo para ir vendiendo lo que es la imagen de Río Negro en la parte turística. Entonces eso ha sido antes de la pandemia, pues se ha estado caminando en esa manera emprendiendo Río Negro en la parte incursionante, en la parte de turismo y gastronomía.

Pues la pandemia realmente devastó porque netamente éramos y veníamos todos los emprendimientos empujando hacia esto, pues sí, turismo, pues cerramos las puertas, muchos negocios casi prácticamente quebramos, a partir de ahí la parte de la reactivación económica se abrió así mismo de manera rápida.

DS: ¿Por qué? Porque para nosotros estar en la parte rural, en la parte rodeada de vegetación, rodeada de toda la naturaleza, la gente de estar en una pandemia, de estar cerrados, confinados en un solo sector, en tu casa, obviamente, necesitaban y querían pedir salir. Y entonces nosotros adoptamos esa gente con los espacios que tenemos, ese impulso, esa activación económica bastante rápida por el sector que tenemos. Entonces desde ahí acá venimos trabajando en eso, se han hecho otros locales, otros sitios turísticos y aún va creciendo, de que aparte nosotros como parte pública, nuestra visión es intentar empujar a esos actores privados que van emprendiendo a poder vinalizar y vender lo que es Río Negro y lo que es el emprendimiento que cada uno va haciendo para seguir captando a la mayoría de turistas.

US: ¿Cuál es el fuente económico aquí en Río Negro? ¿Igualmente turismo?

DS: Bueno, como te digo, el fuerte económico se viene haciendo entre la parte turística y gente productora también que tiene.

US: ¿Agrícola?

DS: Producción entre agrícola y pecuaria que vienen de la organización. Sí, hay bastantes sitios, específicamente algunos sitios que van en la parte agrícola, enfocándose ya trabajando en parte de invernaderos, porque han venido trabajando en la parte externa tanto antes, desde siempre, con la naranjilla, la mandarina, pero ya vienen buscando otras alternativas porque van cambiando y es difícil ya trabajar con eso.

US: Entonces como que ha cambiado la parte de digamos, los sectores económicos productivos más hacia el turismo pero también combinado con las actividades agrícolas.

DS: Combina, totalmente.

US: Usted sabe sobre saturación turística, conoce ese término?

DS: Saturación, de momento aquí no, nosotros obviamente no, no tenemos todavía eso nosotros queremos captar en sí los turistas, como se puede decir, a lo mejor descentralizar un poquito al turista de lo que puede encontrar en Baños, porque en Baños es probable que Baños centro saturen pero para eso estamos nosotros con todo el potencial que tenemos para intentar abrirnos de eso

DS: Se cuenta con planta turística para captar yo que se una gran masa de turistas como hoteles, restaurantes en eso es lo que se va trabajando recién aquí la gente recién está cambiando de chip de ocuparse netamente en la producción agrícola y

pecuaria parte de eso estamos dedicándose al turismo, para poder recién crecer turísticamente, recién estamos haciendo lugares aún. Río Negro es economía y captación de turista de paso, de turista de gastronomía y parte de turista que viene de aventura, ya viene desde Baños de Agua Santa para acá, pero aún nos falta trabajar en lo que es de captar al turista en parte de hoteles. En la parte de recreación tenemos una poca y hospedaje por los seres, eso es lo que nos falta ir creciendo de un poquito.

Entrevista a William Freile

Presidente del GAD Parroquial de Río Verde



WF: William Freile, soy el presidente del GAD parroquial.

US: Entonces, unas pequeñas preguntas. Primero referente a lo que es la oferta turística y luego a la demanda. De la oferta turística, antes del COVID y después del COVID, ¿usted cree que ha cambiado? Y también de la demanda turística. Entiéndase, oferta turística a todos los atractivos que hay, también restaurantes, centros de hospedaje, el número de turistas que llegan al lugar. ¿Se ha reducido o aumentado? Sí, ¿cómo ha cambiado? ¿Se ha reducido o aumentado el contenido?

WF: En este caso, antes de la pandemia, sí, Río Verde es una parroquia netamente turística, en lo que es el caso central, porque en lo que son los caseríos, es netamente una parroquia también. Entonces, en el aspecto de turismo durante la pandemia, totalmente cerrado todo, absolutamente nada. La gente se dedicó ya al campo todo eso y en este tiempo sí creo que estamos recuperando pero nos falta aún más potencial así nos como a veces la gente dice antes era mejor entonces necesitamos también implementar más activos turísticos.

WF: Tenemos una cascada emblemática como es el Pailón del Diablo, sí, pero necesitamos hacer lugares más turísticos también para que en este caso el turista no se quede tan poco solo y en este caso sí hay que potenciar más. En los feriados es cuando hay más concurrencia de turistas Y tal vez fines de semana también Sí, los días domingos es más que los sábados Pero sí, siempre viene turista pero sí es falta antes, antes había más turistas

US: Y la procedencia, nacionales, extranjeros?

WF: Extranjeros en temporadas, hay por temporadas, temporadas de extranjeros en este caso los extranjeros. Claro, por ejemplo, yo sé cómo se tratarán en su país, no, pero creo que tienen vacaciones, o sea, ellos vienen en sus temporadas de extranjero. Y hay nacionales, pero también extranjeros. Pero sobre todo llega el turista nacional.

US: Y dentro de la saturación turística, aparte de la percepción de la misma, tal vez, por ejemplo, los fines de semana o feriados, hay estos efectos negativos como aglomeración de vehículos, enumeración de personas o no se tiene en control sobre eso?

WF: No, no, si se tiene en control, si nos falta, no puedo decirlo, está todo, si nos falta creo que en este caso yo voy cinco, cuatro días de mi administración, si empezamos, cuatro días de mi administración, nuevitos, entonces hemos visto y hemos visto la necesidad sí de cambiar algo, a veces si hay mucho tráfico, por eso en este caso potencial del turismo, estamos realizando los puentes peatonales a la lado del puente antiguo de acá, porque hay en esta parte del puente antiguo donde cruzan, es bien peligroso por la parte de que cruzan en este caso personas, cruzan becas, entonces hay mucha concurrencia en el feriado, entonces ahí está eso, en este año esos puentes ya van a estar, ya están ya, ya están cruzados, para ese tema mismo que si hay influencia mucho, y ahí es donde se arma el tráfico, por eso estamos dando la solución a eso.

US: Muchas gracias

Anexos C. Inventario de atractivos turísticos de naturaleza del Cantón Baños de Agua Santa

No.	Nombre Atractivo	Categoría	Tipo	Jerarquía
1	Termas de la Virgen	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	II
2	Mirador ojos del Volcán	Sitios Naturales	Montañas	II
3	Meseta Basáltica de Baños	Sitios Naturales	Montañas	II
4	Termas de la Virgen	Sitios Naturales	Planicies	II
5	Balneario el Cangrejo o Santa Clara	Sitios Naturales	Acontecimientos Programados	II

6	Cascada Cabellera de la Virgen	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	II
7	Río Bascún	Sitios Naturales	Ríos	II
8	Cascada del Placer y la Estancia	Sitios Naturales	Etnografía	III
9	Parque Nacional Sangay	Sitios Naturales	Ríos	II
10	Río Verde Chico	Sitios Naturales	Sistema de Áreas	III
11	Cascada del Río Machay	Sitios Naturales	Ríos	I
12	Cascada de Ulba	Sitios Naturales	Ríos	I
13	Cascada El Algodón	Sitios Naturales	Ríos	I
14	Río Chichin Grande	Sitios Naturales	Ríos	I
15	Río Topo	Sitios Naturales	Ríos	I
16	Río Zuñag	Sitios Naturales	Ríos	I
17	Corredor ecológico Llanganates-Sangay	- Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	II
18	Cascadas del Río Matopo	Sitios Naturales	Ríos	II

19	Cascada de San Francisco- Refugio Gallo de la Peña	Sitios Naturales	Ríos	II
20	Parque Nacional Llanganates	Sitios Naturales	Sistemas de Áreas Protegidas	II
21	Las Estancias	Sitios Naturales	Ríos	III
22	Río Pastaza	Sitios Naturales	Ríos	I
23	Cascadas de Cashaurco	Sitios Naturales	Ríos	II
24	Cascada la Aparecida	Sitios Naturales	Ríos	II
25	Río Verde	Sitios Naturales	Ríos	II
26	Río Chichin	Sitios Naturales	Ríos	I
27	Cascada Corazón	Sitios Naturales	Ríos	I
28	Cascada del Roció	Sitios Naturales	Ríos	II
29	Cascada de San Miguel y el encañonado del Duende	Sitios Naturales	Ríos	II
30	Pailón del Diablo	Sitios Naturales	Ríos	II
31	Cascada manto de la Novia	Sitios Naturales	Ríos	III

32	Río San Pedro	Sitios Naturales	Ríos	III
33	Cascada San Jorge	Sitios Naturales	Ríos	II
34	Cascada de San Pedro o El Inca	Sitios Naturales	Río	I
35	Río Ulbilla	Sitios Naturales	Río	II
36	Cascada de Guama Salto del Agoyán	Sitios Naturales	Río	I
37	Cascada del Silencio	Sitios Naturales	Río	II
38	Cascada de Chamana	Sitios Naturales	Río	I
39	Colina Piedra de la Luz	Sitios Naturales	Montañas	II
40	El torbellino o Pailoncito	Sitios Naturales	Ríos	I
41	Cascada Río Blanco y arroyo de leche	Sitios Naturales	Ríos	I
42	Cascada de Culebrillas	Sitios Naturales	Ríos	II
43	Río Ulba	Sitios Naturales	Ríos	I
44	Cascada Puertas del Cielo	Sitios Naturales	Ríos	I

45	Cascada de San Antonio	Sitios Naturales	Ríos	I
46	Cascada Inés María	Sitios Naturales	Ríos	I
47	Chontilla	Sitios Naturales	Montañas	II
48	Encañonado de San Martín	Sitios Naturales	Ríos	I
49	Río Guambo	Sitios Naturales	Ríos	I
50	Mirador de la Virgen de ventanas	Sitios Naturales	Montañas	II
51	Mirador de la Cruz de Bellavista	Sitios Naturales	Montañas	II
52	Cabellera de la Virgen	Sitios Naturales	Ríos	II
53	Agua de la Vida o San Jorge	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	II
54	Toboganes de Nahuazo	Sitios Naturales	Ríos	II
55	Termas del Salado	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	II
56	Río Bascún	Sitios Naturales	Ríos	III
57	Flujos de lava de Juive	Sitios Naturales	Fenómenos Es eleológicos	I

58	Termas del Salado	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	I
59	Balneario las peñas o modernas	Sitios Naturales	Montañas	III
60	Volcán Tungurahua	Sitios Naturales	Montañas	III
61	Cascada Bascún	Sitios Naturales	Ríos	III
62	Termas de Santa Ana	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	I

Título: Inventario de atractivos turísticos de naturaleza del Cantón Baños de Agua Santa

Autor: Efraín Fárez - Juan García

Fuente: Ministerio de Turismo

Fecha: 2022

Fichas de los Lugares turísticos del estudio georeferencial observacional

Pailón del Diablo




FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	1	8	0	2	5	3	A	N	0	4	0	4	0	3	0	0	1			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
EL PAILÓN DEL DIABLO																				
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo										
ATRATIVOS_NATURALES					RÍOS					CASCADA										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia										
TUNGURAHUA					BAÑOS_DE_AGUA_SANTA					RIO VERDE										
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal								
RÍO VERDE					11 DE SEPTIEMBRE															
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)								
-1.4036378532081883					-78.29792394648788							1556 msnm								
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador:					PRIVADO					b. Nombre de la Institución:					PAILÓN DEL DIABLO					
c. Nombre del Administrador:					WILFRIDO GUEVARA					d. Cargo que ocupa:					GERENTE ADMINISTRADOR					
e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:					contacto@pailongrietaalcielo.com										
Observaciones:																				
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																				
a. Clima:					PRIMAVERAL					b. Temperatura(°C):		11 A 25 °C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):					1000 A 2000 mm	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																				
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura										
<input type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																				
a. Prístino			b. Primitivo			c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano								
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>								
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención															
		Ingreso	Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar							
Libre		<input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
Pagado		<input checked="" type="checkbox"/>		8:00	23:59		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito						
e. Precio:		Desde 2,00		Hasta 5,00				Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque								
g. Meses recomendables de visita:																				
Observaciones:																				

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							Baños de Agua Santa					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		19 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0.20 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 0	Long.: 0			
Observaciones:												
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden <input type="checkbox"/>										
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>										
		c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>		1°24'13.2"S 78°18'03.1"W		1°24'16.1"S 78°17'52.3"W		0.4		Tierra		Regular
Observaciones:												
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		Estado		
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada				
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada				
Observaciones:												
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>						
Observaciones:												
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>												
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique								
Observaciones:												
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio			b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
					Diana	Semanal	Mensual	Eventual				
Asociación de Chivas			Terminal Volcan Chivas		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Desde la Cabecera cantonal o terminal a la Cascada y retorno al Terminal		
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>												
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>			b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>			c. Accesibilidad auditiva <input checked="" type="checkbox"/>			d. No es accesible <input type="checkbox"/>			
Observaciones:												
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>												
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>			Estado (U)		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:												

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SI
5.1 Planta turística (M)												
a. En el Atractivo						b. En la ciudad o poblado cercano						
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	
Hotel	0	0	0	Hotel	20	10	200	Hotel	5	10	50	
Hostal	0	0	0	Hostal	2	10	20	Hostal	0	0	0	
Hosteria	0	0	0	Hosteria	0	0	0	Hosteria	0	0	0	
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0	
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0	
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0	Resort	0	0	0	
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0	
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0	
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0	
Observaciones:						Observaciones:						
Alimentos y bebidas				Alimentos y bebidas				Alimentos y bebidas				
Restaurantes	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Restaurantes	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Restaurantes	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	20	10	200	Restaurantes	5	10	50	
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	5	10	50	Cafeterías	15	5	70	
Bares	0	0	0	Bares	5	10	50	Bares	0	0	0	
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0	
Observaciones:						Observaciones: Existe establecimiento no certificado						
Agencias de Viaje			Agencias de Viaje			Agencias de Viaje			Agencias de Viaje			
Mayoristas	Establecimientos registrados	Establecimientos registrados	Establecimientos registrados	Mayoristas	Establecimientos registrados	Establecimientos registrados	Establecimientos registrados	Mayoristas	Establecimientos registrados	Establecimientos registrados	Establecimientos registrados	
Mayoristas	0	0	0	Mayoristas	0	0	0	Mayoristas	0	0	0	
Internacionales	0	0	0	Internacionales	0	0	0	Internacionales	0	0	0	
Operadoras	0	0	0	Operadoras	0	0	0	Operadoras	0	0	0	
Observaciones:						Observaciones:						
Guía		Guía		Guía		Guía		Guía		Guía		
Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	
10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Observaciones:						Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo												
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)						
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	1	1°24'16.37S 78°17'51.97W	Privado		B	R	M				
	I-Tur	1	1°23'52.77S 78°19'22.37W	OAD								
	Centro de interpretación	0	0									
	Centro de facilitación turística	0	0									
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción de visitantes	1	1°24'16.37S 78°17'51.97W	Privado								
	Garitas de guardiana	1	1°24'16.37S 78°17'51.97W	Privado								
	Miradores	2	1°24'16.67S 78°17'48.47W	Privado								
	Torres de avistamiento de aves	0	0									
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto								
	Senderos	1	1°24'16.67S 78°17'48.47W	Privado								
	Estaciones de sombra y descanso	1	1°24'16.67S 78°17'48.67W	Privado								
	Áreas de acampar	0	0									
d. De servicio	Refugio de alta montaña	0	0									
	Baterías sanitarias	1	1°24'18.67S 78°17'47.77W	Privado								
e. Otros	Estacionamientos	1	1°24'18.67S 78°17'49.17W	Privado								
		0	0									
Observaciones:												
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)												
a. En el Atractivo						b. En la ciudad o poblado cercano						
Alquiler y venta de equipo especializado			Venta de merchandising artesanías y			Alquiler y venta de equipo especializado			Venta de merchandising artesanías y			
Casa de cambio			Cajero automático Otro			Casa de cambio			Cajero automático Otro			
Especifique: texto						Especifique: texto						
Observaciones:												
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO												
6.1 Atractivo (U)												
a. Conservado			b. Alterado			c. En proceso de deterioro			d. Deteriorado			
Observaciones:												
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)												
6.1.1.1 Naturales (M)						6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas					b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería					
b. Humedad	d. Actividades industriales					e. Negligencia / abandono	f. Huaguearía					
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia					h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento					
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente					k. Generación de residuos	l. Expansión urbana					
e. Clima	m. Conflicto político / social					n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo					
Otro	Especifique:											
Observaciones:												
6.2 Entorno (U)												
a. Conservado			b. Alterado			c. En proceso de deterioro			d. Deteriorado			
Observaciones:												
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)												
6.2.1.1 Naturales (M)						6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas					b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería					
b. Humedad	d. Actividades industriales					e. Negligencia / abandono	f. Huaguearía					
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia					h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento					
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente					k. Generación de residuos	l. Expansión urbana					
e. Clima	m. Conflicto político / social					n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo					
Otro	Especifique:											
Observaciones:												
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo												
a. Declarante: Ministerio del Agua y del Ambiente			b. Denominación: Parque Nacional			c. Fecha de declaración: 7 de julio de 1975			d. Alcance:			
Observaciones:												

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA						SI	NO	SI	
7.1 Servicios Básicos									
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado mas cercano				
Agua:					Agua				
Especifique: Potable					Especifique: Potable				
Energía eléctrica:					Energía eléctrica				
Especifique: Sistema interconectado					Especifique: Sistema interconectado				
Saneamiento:					Saneamiento:				
Especifique:					Especifique:				
Disposición de desechos					Disposición de desechos				
Especifique: Basureros					Especifique: Ecotachos				
Observaciones:									
7.2 Señalética en el atractivo									
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M	
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	1	0	0					
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0					
	Pictograma de actividades turísticas	1	0	0					
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0					
	Pictogramas de restricción	2	0	0					
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0					
	Tótems de sitio	0	0	0					
	Tótems direccionales	0	1	0					
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	1	0	0					
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0					
	Pictograma de actividades turísticas	2	0	0					
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0					
	Pictogramas de restricción	2	0	0					
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0					
	Panoles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0					
	Panel informativo de atractivos	1	0	0					
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0					
	Mesas interpretativas	0	0	0					
Letreros informativos	Tótem de sitio	0	0	0					
	Tótem de direccionamiento	0	0	0					
Señalética interna de seguridad	De información botánica	0	0	0					
	Normativos de concienciación	4	0	0					
Otros	Protección de los elementos del atractivo	1	0	0					
Observaciones:									
7.3 Salud (más cercano) (M)									
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado mas cercano				
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica		1				
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		0				
Dispensario médico		0	Dispensario médico		4				
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios		0				
Otros		0	Otros		0				
Observaciones:									
7.4 Seguridad (M)									
a. Privada	Detalle								
b. Policía nacional									
c. Policía metropolitana / Municipal									
d. Otra									
Observaciones:									
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)									
a. En el atractivo					b. En la ciudad o poblado mas cercano				
Conexión a internet (M)					Conexión a internet (M)				
Teléfono (M)		Teléfono (M)			Teléfono (M)			Conexión a internet (M)	
Fija	Linea telefónica	Fibra óptica	Fija	Linea telefónica	Fibra óptica	Fija	Linea telefónica	Fibra óptica	
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	
Satélite	Telefonía móvil		Satélite	Telefonía móvil		Satélite	Telefonía móvil		
Observaciones:									
Radio portátil (U)									
De uso exclusivo para el visitante			De uso exclusivo para comunicación interna			De uso exclusivo en caso de emergencia			
Observaciones:									
7.6 Multiamenazas (M)									
Deslaves		Sismos		Erupciones volcánicas		Inundaciones		Incendios forestales	
Sequía		Inundaciones		Aguajes		Tsunami			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe?		Institución que elaboró el documento:		GAD	Nombre del documento:	Plan de Contingencia de Baños	Año de elaboración:	2015	
Observaciones:									

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	NO	S/I
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	NO	Año de elaboración:	2019
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI	NO	Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	Especifique:	
Observaciones:				
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)				
9.1.1 En el Agua (M)				
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesa deportiva	Otro
Observaciones:				
9.1.2 En el Aire (M)				
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d Otro	texto
Observaciones:				
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)				
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro	texto
Observaciones:				
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)				
9.2.1 Tangibles e intangibles				
a. Recorridos guiados	b. Recorrido autoguiados	c. Visita a talleres artísticos		
h. Participación en talleres artísticos	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas		
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía		
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías		
n. Convivencia	o. Medicina ancestral	Otro	texto	
Observaciones:				

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	NO	SI
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)						
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?				SI	NO	Especifique:
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?				SI	NO	
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción	
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URI: https://www.palondeldiablo.ec/			Mensual	
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Palón del Diablo			Mensual	
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
Observaciones:						
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)				SI	NO	Especifique: Ruta de las Cascadas
Observaciones:						
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)				SI	NO	SI
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos						
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI	NO	Tipo: Digital	Papel	Años de registro: 5	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI	NO	Frecuencia de los reportes:			
c. Temporalidad de visita al atractivo						
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique				Número de visitantes
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>					
d. Llegada de turistas						
<input checked="" type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input checked="" type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales
	Ciudades de origen				Países de origen	
Observaciones:						
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave						
Nombre del Informante Clave:			Contactos:			
Demanda según días de visita			Demanda según frecuencia de visita			
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones:						
12. RECURSO HUMANO				SI	NO	SI
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		d. Número de personas especializadas en turismo				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M)	f. Número de personas capacitadas por temática (M)	g. Número de personas que manejan algún idioma (M)				
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán	
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano	
Otro	texto	Sensibilización discapacitados	Otro	Chino	Otro	texto
Observaciones:						
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
La cascada conocida como El Palón del Diablo se encuentra en la parroquia Río Verde del cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua. Esta cascada tiene una altura de casi 80 metros, y sus aguas provienen del Río Verde. En el complejo Turístico existen senderos y miradores, así como servicios de restauración y venta de artesanías y recuerdos. Se pueden realizar caminatas, observación de flora y fauna, fotografía entre otros.						
14. ANEXOS						
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)						
						
Fuente: Efraín Fárez						
c. Ubicación gráfica del Atractivo						
						
Fuente:						

Casa del árbol

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	8	0	2	5	3	A	N	0	1	0	2	0	3	0	0	3
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
LA CASA DEL ARBOL																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				MONTAÑAS				MEDIA MONTAÑA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
TUNGURAHUA				BAÑOS_DE_AGUA_SANTA				RIO VERDE									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
SECTOR RUNTUN				CALLE PASTAZA Y BAÑOS DE AGUA SANTA				s/n		n/a							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)							
1°25'06.26"S				78°25'36.21"O						2660 MSNM							
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:									b. Nombre de la Institución:								
c. Nombre del Administrador: VICENTE SANCHEZ									d. Cargo que ocupa: Administrador								
e. Teléfono / Celular:									f. Correo Electrónico:								
Observaciones: No existe información detallada o clara.																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: NUBLADO						b. Temperatura(°C): 18°C			c. Precipitación Pluviométrica (mm): 49%								
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input checked="" type="checkbox"/>					
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro	Especificar						
Libre <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto						
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto						
Pagado <input checked="" type="checkbox"/>		7:00	19:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto						
d. Maneja un sistema de reservas: <input checked="" type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde 2,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:				Todo el año mas que todo en feriados													
Observaciones:																	

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>				
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Centro de Baños									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		15 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		45 min h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-78.42639	Long.:	-1.41797								
Observaciones:																			
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																			
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden		0		0		0		texto									
		b. Segundo orden		-1.39471, -78.40161		-1.250626,-78.253671		0		Pavimento		Bueno							
		c. Tercer orden		0		0		0		texto									
Observaciones:																			
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado					
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto							
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto							
Observaciones:																			
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional:				<input type="checkbox"/>		Internacional:				<input type="checkbox"/>							
Observaciones:																			
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>		d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>									
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>									
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique															
Observaciones:																			
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio			b. Estación / terminal			c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)									
						Diaria		Semanal		Mensual		Eventual							
Asociación Chivas Baños de Agua Santa			Terminal Volcan Chivas			<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Desde Baños de Agua Santa a la Casa del Árbol					
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>							
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>				b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>				c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>				d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>							
Observaciones: Dificil acceso al lugar ya que el camino es de tierra y seria peligroso.																			
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>																			
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				Estado (U)		Bueno <input checked="" type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>									
Observaciones:																			

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SI	
5.1 Planta turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>		
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas				
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	13	431	1023				
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	76	1126	2533				
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	18	341	947				
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input checked="" type="checkbox"/>	1	40	162				
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	1	3	15				
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	9	25	60				
Observaciones:					Observaciones:								
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas				
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	113	1172	4663				
Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0	Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	20	145	603				
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	18	21	84				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones:					Observaciones:								
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados						
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	1						
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	1						
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	85						
Observaciones:					Observaciones:								
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	49		
<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0	Aventura	2	<input checked="" type="checkbox"/>	169	50	45	Aventura	215		
Observaciones:					Observaciones:								
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input checked="" type="checkbox"/>			
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)						
a. De apoyo a la gestión turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.4181145686106846, -78.42634483459967	GAD Municipal de Baños de Agua Santa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	I-Tur	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.397666,-78.422646	Camara de Turismo de Baños	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	<input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardiania	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.4178786065036433, -78.42608714255091	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	3	-1.399536,-78.414912	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.402634,-78.431214	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	2	-1.402534,-784212134	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Áreas de acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio	<input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	GAD Municipal de Baños de Agua Santa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	GAD Municipal de Baños de Agua Santa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:					Observaciones:								
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>		
Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de merchandising	artesanías	y	Alquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" type="checkbox"/>	Venta de merchandising	artesanías	y				
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	Casa de cambio	<input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>			
Especifique: texto					Especifique: texto								
Observaciones:					Observaciones:								

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO				SI	NO	SI			
6.1 Atractivo (U)				<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>					
b. Humedad <input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>					
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>					
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>		k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>					
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>					
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:									
6.2 Entorno (U)				<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>					
b. Humedad <input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>					
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>					
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>		k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>					
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>		n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>					
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:									
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Declarante:		b. Denominación:		c. Fecha de declaración:		d. Alcance:			
Observaciones:									
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA									
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>			Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable						
Especifique:			Especifique: La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con agua potable.						
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>			Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público						
Especifique:			Especifique: La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con energía eléctrica.						
Saneamiento: <input type="checkbox"/>			Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública						
Especifique:			Especifique: La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con saneamiento.						
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>			Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> Carro Recolector						
Especifique:			Especifique: La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con el servicio de recolección de basura.						
Observaciones:									
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M	
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	3	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concientización	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>	texto								
Observaciones:									

7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>								
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>	1					
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	0					
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input checked="" type="checkbox"/>	4					
Boliquín de primeros auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>		1	Boliquín de primeros auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>	5					
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>	0					
Observaciones:											
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Privada	<input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	texto								
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		texto								
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto								
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto								
Observaciones:											
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>								
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>			Conexión a Internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a Internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>	Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:											
Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/>											
De uso exclusivo para el visitante				De uso exclusivo para comunicación interna				De uso exclusivo en caso de emergencia			
Observaciones:											
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
Deslaves			Sismos			Erupciones volcánicas			Incendios forestales		
Sequía			Inundaciones			Aguajes			Tsunami		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input checked="" type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:		GAD Municipal de Baños		Nombre del documento:		Plan de contingencia para el cantón Baños de Agua Santa frente a desastres	
								Año de elaboración:		2019	
Observaciones:											
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>											
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?										SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?										SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Dentro del PDOT del Cantón Baños de Agua Santa existe una sección dedicada al turismo donde se menciona La Casa del Arbol											
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?										SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Reglamento General de Actividades Turísticas											
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?										SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:											
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>											
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>											
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>		
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>		
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>		
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:											
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>											
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:											
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Montarismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>		
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>		
k. Pínic	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:											
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>											
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>						
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	l. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>						
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>						
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>						
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input checked="" type="checkbox"/>						
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto					
Observaciones:											

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)																
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: <small>Existe marca turística de Baños de Agua Santa "Tierras que venen"</small>								
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>									
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción												
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://tungurahuatourismo.com/es-es/search?q=ca:ca&mat=de:de&loc=ca			Mensual											
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Tungurahua Turismo			Mensual											
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:														
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:														
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Iltur GADBA			Mensual											
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:														
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:														
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:														
Observaciones:																
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: Ruta de la Casa del Árbol								
Observaciones:																
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos										<input checked="" type="checkbox"/>						
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>		Años de registro		0				
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:								
c. Temporalidad de visita al atractivo																
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto			Número de visitantes	0									
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto				0									
d. Llegada de turistas																
<input checked="" type="checkbox"/>	Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		<input checked="" type="checkbox"/>	Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual				
Ciudades de origen	texto		0		0		Países de origen	texto		0		0				
	texto		0		0			texto		0		0				
	texto		0		0			texto		0		0				
Observaciones: El atractivo (La Casa del Arbol) no cuenta con un registro de visitantes y afluencia.																
11.2. Frecuencia de visita según informante clave										<input type="checkbox"/>						
Nombre del Informante Clave:				Contactos:												
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita												
Lunes a viernes:	0	Fines de semana:	0	Días festivos:	0	Permanente:	<input type="checkbox"/>	Estacional:	<input type="checkbox"/>	Esporádica:	<input type="checkbox"/>	Inexistente:	<input type="checkbox"/>			
Observaciones: No se cuenta con un informante clave.																
12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo				<input checked="" type="checkbox"/>	6		d. Número de personas especializadas en turismo				<input checked="" type="checkbox"/>	4				
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				<input checked="" type="checkbox"/>	f. Número de personas capacitadas por temática (M)				<input checked="" type="checkbox"/>	g. Número de personas que manejan algún idioma (M)						<input checked="" type="checkbox"/>
Primaria:	0	Secundaria:	0	Primeros Auxilios:	2	Hospitalidad:	2	Inglés:	2	Alemán:	0					
Tercer Nivel:	0	Cuarto Nivel:	6	Atención al Cliente:	3	Guianza:	2	Francés:	0	Italiano:	0					
Otro:	texto			Sensibilización discapacitados:	de 0	Otro:	texto		Chino:	0	Otro:	texto				
Observaciones: No existe información detallada.																
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																
La Casa del Arbol, se encuentra ubicado en el sector Runtún a 26.8 km del cantón Baños de Agua Santa, este lugar tiene una construcción de más de 14 años, consta de una cabaña de madera y el colmpio llamada "El fin del mundo", se puede realizar actividades como picnic, senderismo por caminatas cortas.																
14. ANEXOS																
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)																
Fuente: Autoría propia																
c. Ubicación gráfica del Atractivo																
Fuente: Google Maps																

Ruta de las Cascadas


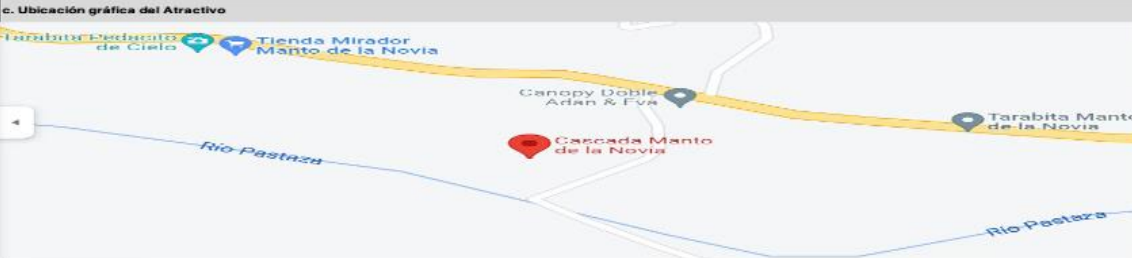
FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																									
Código del atractivo:	1	8	0	2	5	3	A	N	0	4	0	4	0	3	0	0	5								
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo										
1. DATOS GENERALES																									
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																									
Cascada Manto de la Novia																									
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																	
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																									
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																	
TUNGURAHUA				BAÑOS_DE_AGUA_SANTA				RIO VERDE																	
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal																
Rio verde				Sendero los contrabandistas			S/N		N/A																
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)																	
-1.39639				78° 25' 29" Oeste				1.467																	
2.11 Información del administrador																									
a. Tipo de Administrador:				Público				b. Nombre de la Institución:					Parque Nacional Snangay												
c. Nombre del Administrador:				Christian Clavijo				d. Cargo que ocupa:					Administrador												
e. Teléfono / Celular:				(593) 032610029				f. Correo Electrónico:					christian.clavijo@ambiente.gob.ec												
Observaciones:																									
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																									
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Clima:				Templado				b. Temperatura(°C):			10°C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):				2755mm								
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura				<input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Pristino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural				<input type="checkbox"/>							
d. Rural				<input checked="" type="checkbox"/>				e. Urbano				<input type="checkbox"/>													
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																									
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																			
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro	Especificar														
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	9:00	18:00	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto														
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto														
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto														
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo		<input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>	
e. Precio:		Desde	0,00	Hasta	0,00	Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		Cheque		<input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:				Todo el año, especialmente en feriados.																					
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con un sistema de reservas.																									

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							texto					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		13,2	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		00:22	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 78.335496776929	Long.: 1.4035413813154	RR
Observaciones: El poblado más cercano al atractivo es el cantón Baños de Agua Santa.												
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto		
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto		
		c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-1.39880, -78.37989		-1.4038072750794615, -78.33546712236979		1,325 m		Lastre		Regular
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) cuenta con vías de acceso terrestre que se encuentran en un estado regular.												
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto
		Lacustre <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto
		Fluvial <input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con vías de acceso acuático.												
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>						
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con vías de acceso aéreo.												
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>		b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique								
Observaciones:												
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)				
				Diaria	Semanal	Mensual	Eventual					
Asociación de Chivas Baños de Agua Santa		Terminal Volcan Chivas		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Desde el centro de Baños hasta la cascada Manto de la Novia				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>		b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>		c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>						
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no se encuentra en condiciones para personas con discapacidad.												
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input checked="" type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>				
Observaciones:												

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SI		
5.1 Planta turística (M)										<input type="checkbox"/>				
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel	0	0	0	Hotel	13	431	1023	Hotel	13	431	1023			
Hostal	0	0	0	Hostal	76	1126	2533	Hostal	76	1126	2533			
Hostería	0	0	0	Hostería	18	341	947	Hostería	18	341	947			
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0			
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0			
Resort	0	0	0	Resort	1	40	162	Resort	1	40	162			
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0			
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	1	3	15	Campamento Turístico	1	3	15			
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	9	25	60	Casa de Huéspedes	9	25	60			
Observaciones:					Observaciones:									
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	113	1.172	4.663	Restaurantes	113	1.172	4.663			
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	20	145	603	Cafeterías	20	145	603			
Bares	0	0	0	Bares	18	21	64	Bares	18	21	64			
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0			
Observaciones:					Observaciones:									
Agencias de Viaje	Establecimientos registrados	Agencias de Viaje	Establecimientos registrados	Agencias de Viaje	Establecimientos registrados									
Mayoristas	0	Mayoristas	1	Mayoristas	1									
Internacionales	0	Internacionales	1	Internacionales	1									
Operadoras	0	Operadoras	86	Operadoras	86									
Observaciones:					Observaciones:									
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	<input checked="" type="checkbox"/>	169	50	45	Aventura	<input checked="" type="checkbox"/>	169	50	45	49
Observaciones:					Observaciones:									
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input checked="" type="checkbox"/>				
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)								
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de información	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	I-Tur	1	-1.3979357066123501, -78.4231673772096	Camara de Turismo de Baños	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Centro de interpretación	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Centro de facilitación turística	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiana	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Miradores	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
c. De recorrido y descanso	Senderos	1	-1.4036379118661533, -78.33507835234981	Christian Clavijo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Áreas de acampar	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Refugio de alta montaña	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	Estacionamientos	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
e. Otros	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
Observaciones:					Observaciones:									
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>				
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>			
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising			
Casa de cambio	Cajero automático	Cajero automático	Otro	Casa de cambio	Cajero automático	Cajero automático	Otro	Casa de cambio	Cajero automático	Cajero automático	Otro			
Especifique: texto					Especifique: texto									
Observaciones:					Observaciones:									
El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con complementarios a la actividad turística.														

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO	SA				
6.1 Atractivo (U)								
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>		b. Alterado <input type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>				
d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		Observaciones:						
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>					
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input checked="" type="checkbox"/>	f. Huasquearías <input type="checkbox"/>					
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>					
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>					
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>					
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
6.2 Entorno (U)								
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>		b. Alterado <input type="checkbox"/>		c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>				
d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		Observaciones:						
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)								
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>					
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huasquearías <input type="checkbox"/>					
c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>					
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>					
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input checked="" type="checkbox"/>					
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo								
a. Declarante: <small>Ministerio del Agua y del Ambiente</small>	b. Denominación: <small>Patrimonio Natural de la Humanidad</small>	c. Fecha de declaración: <small>5/6/05</small>	d. Alcance: <small>Internacional</small>					
Observaciones:								
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA								
7.1 Servicios Básicos		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/>						
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>						
Agua: <input type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Potable						
Especifique:	Especifique:	La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con agua potable.						
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público						
Especifique:	Especifique:	La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con energía eléctrica.						
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Red pública						
Especifique:	Especifique:	La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con saneamiento.						
Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>	Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>	Carro Recolector						
Especifique:	Especifique:	La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con el servicio de recolección de desechos.						
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con los servicios básicos.								
7.2 Señalética en el atractivo								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad		7.2.4 Estado				
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro				
				Especifique				
		B	R	M				
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de actividades turísticas	4	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	2	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concientización	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M)								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	1	0				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	0	0				
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	4	0				
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	5	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	0	0				
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con centros de salud.								
7.4 Seguridad (M)								
a. Privada <input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	Guardia						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		texto						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto						
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto						
Observaciones:								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>				
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>				
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con servicio de comunicación de uso público.								
Radio portátil (U)								
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input checked="" type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
7.6 Multiamenazas (M)								
Sequía <input type="checkbox"/>	Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>	Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>				
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>					
Institución que elaboró el documento: <small>GLAD Municipal de Baños de Agua Santa</small> Nombre del documento: <small>Plan de contingencia del cantón Baños de Agua Santa</small> Año de elaboración: <small>2019</small>								
Observaciones: En el cantón existen algunos documentos con planes para afrontar los desastres naturales.								

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año de elaboración:	2022	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (PDOT).							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Reglamento general de actividades turísticas.							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		
El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con ordenanzas exclusivas para el desarrollo de la actividad.							
Observaciones:							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:							
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>							
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Montañismo	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:							
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:							

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	NO	SI		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)								
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?				SI	NO	Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?				SI	NO			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URI :	https://tungurahuatourismo.com/es/search?q=cascadamanto-de-la-novia	Mensual				
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Tungurahua Turismo	Mensual				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:						
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:						
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Ibur GADTAS	Mensual				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:						
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:						
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:						
Observaciones:								
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)				SI	NO	Especifique: Ruta de las Cascadas		
Observaciones:								
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)								
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos								
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?				SI	NO	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?				SI	NO	Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo								
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especificar	texto	Número de visitantes	0			
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto		0			
d. Llegada de turistas								
<input type="checkbox"/>	Turista nacional			Llegadas mensuales			Total anual	
Ciudad de origen	texto	0	0	Turista extranjero	Llegadas mensuales			Total Anual
	texto	0	0		Países de origen	texto	0	0
	texto	0	0			texto	0	0
Observaciones: El atractivo (Cascada Manto de la Novia) no cuenta con un registro de visitantes y afluencia								
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave								
Nombre del Informante Clave:				Contactos:				
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita				
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente <input type="checkbox"/>		
				Ectacional <input type="checkbox"/>				
				Esporádica <input type="checkbox"/>				
				Inexistente <input type="checkbox"/>				
Observaciones: No se cuenta con un informante clave.								
12. RECURSO HUMANO								
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo				3	d. Número de personas especializadas en turismo			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)		
Primaria	0	Secundaria	2	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	1	
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	2	
Otro	texto			Sensibilización discapacitados	de	Otro	texto	
Observaciones: El atractivo (Cascada de la Novia) no cuenta con información suficiente respecto a recursos humanos.								
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)								
La Cascada Manto de la Novia es un atractivo natural que posee el cantón Baños de Agua Santa, se ubica a 11 kilómetros de distancia del mismo cantón, dentro de la zona del Parque Nacional Sangay. El acceso a la cascada se realiza mediante una tarabita o de un puente colgante. La Cascada Manto de la Novia posee un salto de agua cristalina con una altura de 40 metros aproximadamente. El clima es templado, con temperatura de 10°C aproximadamente.								
14. ANEXOS								
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)								
								
Fuente: Autoría propia								
c. Ubicación gráfica del Atractivo								
								
Fuente: Google Maps								

Manos de Dios




FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	1	8	0	2	5	0	M	C	0	1	0	3	0	3	0	0	4			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
Manos de Dios																				
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo										
MANIFESTACIONES CULTURALES					ARQUITECTURA					INFRAESTRUCTURA RECREATIVA										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia										
TUNGURAHUA					BAÑOS_DE_AGUA_SANTA					BAÑOS DE AGUA SANTA										
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal										
Illuchi					Subida de las Antenas															
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales) Click					2.10 Altura (msnm)										
-1.398810					-78.417559					1.823										
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador: Público					b. Nombre de la Institución: Unidad de Bañeros del GADM Baños de Agua Santa															
c. Nombre del Administrador: EDISON BATIDAS					d. Cargo que ocupa: GERENTE															
e. Teléfono / Celular: 32740421					f. Correo Electrónico: ebastidas@gmail.com															
Observaciones: N/A																				
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																				
a. Clima: Humedo					b. Temperatura(°C): 11.7					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 2775										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																				
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																				
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>				
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención															
		Ingreso	Salida		Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar											
Libre <input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto											
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto											
Pagado <input checked="" type="checkbox"/>		10:00	20:30		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Miercoles a Domingo y feriados											
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Electivo <input checked="" type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input checked="" type="checkbox"/>									
e. Precio: Desde 2,00 Hasta 3,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>													
g. Meses recomendables de visita:			Junio, Julio, Agosto y Octubre																	
Observaciones: no																				

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							Centro de Baños					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		15 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		45 min h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-78.42639	Long.:	-1.41797	
Observaciones:												
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado					
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto						
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>	-1.39471, -78.40161	-1.250626, -78.253671	0	Pavimento	Bueno					
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto						
Observaciones:												
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado				
		Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto					
		Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto					
Observaciones:												
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>							
Observaciones:												
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>							
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>							
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique										
Observaciones:												
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)				
				Diana	Semanal	Mensual	Eventual					
Asociación Chivas Baños de Agua Santa		Terminal Volcan Chivas		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Desde Baños de Agua Santa a la Casa del Árbol				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>		b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>		c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>						
Observaciones: Dificil acceso al lugar ya que el camino es de tierra y seria peligroso.												
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>						
Observaciones:												

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SI	
5.1 Planta turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>		
Alojamiento		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	13	431	1023				
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	76	1126	2533				
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	18	341	947				
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input checked="" type="checkbox"/>	1	40	162				
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	1	3	15				
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	9	25	60				
Observaciones:					Observaciones:								
Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	113	1172	4663				
Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0	Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	20	145	603				
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	18	21	84				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones:					Observaciones:								
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados					
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	1							
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	1							
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	85							
Observaciones:					Observaciones:								
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	49		
<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0	Aventura	2	<input checked="" type="checkbox"/>	169	50	45	Aventura	215		
Observaciones:					Observaciones:								
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input checked="" type="checkbox"/>			
Categoria (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.4181145686106846, -78.42634463459967	GAD Municipal de Baños de Agua Santa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		I-Tur	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.397666,-78.422646	Camara de Turismo de Baños	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de recepción de visitantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	<input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardiania	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.4178786065036433, -78.42609714255091	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	3	-1.399536,-78.414912	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-1.402634,-78.431214	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	2	-1.402534,-78.4212134	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Áreas de acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio	<input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	GAD Municipal de Baños de Agua Santa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	GAD Municipal de Baños de Agua Santa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Otros	<input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:					Observaciones:								
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)										<input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input checked="" type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>		
Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de merchandising	artesanías y	<input checked="" type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" type="checkbox"/>	Venta de merchandising	artesanías y	<input checked="" type="checkbox"/>				
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input checked="" type="checkbox"/>	Cajero automático	Otro	<input type="checkbox"/>				
Especifique: texto					Especifique: texto								
Observaciones:					Observaciones:								

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO				SI	NO	SI			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>		
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>		
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Declarante:		b. Denominación:		c. Fecha de declaración:		d. Alcance:			
Observaciones:									
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA									
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>			Agua <input checked="" type="checkbox"/> Potable						
Especifique:			Especifique: La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con agua potable.						
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>			Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Red eléctrica de servicio público						
Especifique:			Especifique: La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con energía eléctrica.						
Saneamiento: <input type="checkbox"/>			Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/> Red pública						
Especifique:			Especifique: La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con saneamiento.						
Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/>			Disposición de desechos: <input checked="" type="checkbox"/> Camión Recolector						
Especifique:			Especifique: La cabecera cantonal de Baños de Agua Santa cuenta con el servicio de recolección de basura.						
Observaciones:									
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad			Especifique	7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro		B	R	M	
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	3	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concientización	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>	texto								
Observaciones:									

7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>								
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica	<input checked="" type="checkbox"/>	1					
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	0					
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input checked="" type="checkbox"/>	4					
Boliquín de primeros auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>		1	Boliquín de primeros auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>	5					
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input type="checkbox"/>	0					
Observaciones:											
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Privada	<input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	texto								
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		texto								
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto								
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto								
Observaciones:											
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>								
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>			Conexión a Internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a Internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>				
Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica	<input type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input type="checkbox"/>	Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>
Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>	Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	Satélite	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas	<input checked="" type="checkbox"/>
Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>	Satelital	<input type="checkbox"/>	Telefonía móvil			<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:											
Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/>											
De uso exclusivo para el visitante				De uso exclusivo para comunicación interna				De uso exclusivo en caso de emergencia			
Observaciones:											
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
Deslaves			Sismos			Erupciones volcánicas			Incendios forestales		
Sequía			Inundaciones			Aguajes			Tsunami		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?			Institución que elaboró el documento:			Nombre del documento:			Año de elaboración:		
<input checked="" type="checkbox"/>			GAD Municipal de Baños			Plan de contingencia para el cantón Baños de Agua Santa frente a desastres			2019		
Observaciones:											
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>											
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Año de elaboración: 2016											
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:											
<i>Dentro del PDOT del Cantón Baños de Agua Santa existe una sección dedicada al turismo donde se menciona La Casa del Arbol</i>											
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:											
<i>Reglamento General de Actividades Turísticas</i>											
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:											
Observaciones:											
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>											
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>											
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>		
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>		
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>		
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:											
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>											
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:											
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Montarismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>		
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input checked="" type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>		
k. Pínic	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:											
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>											
9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Recorridos guiados	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>						
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	l. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>						
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>						
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>						
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input checked="" type="checkbox"/>						
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto					
Observaciones:											

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI	NO	SI	
10.1. Medio de Promoción del Atractivo (M)					
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?		SI	NO	Especifique: <small>Indique un plan que se centra en las experiencias que se pueden vivir en el cantón</small>	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?		SI	NO		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL: banotravel.com	Semestral		
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Cantón BAÑOS	Mensual		
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Información Turística Cantón de Turismo de Baños	Semestral		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
Observaciones:					
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI	NO	Especifique: texto	
Observaciones: N/A					
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI	NO	SI	
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos					
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI	NO	Tipo: <input type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0	
b. ¿Se genera reporte de estadística de visita al atractivo?		SI	NO	Frecuencia de los reportes:	
c. Temporalidad de visita al atractivo					
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	texto	Número de visitantes	0	
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>	texto		0	
d. Llegada de turistas					
<input type="checkbox"/> Turismo nacional	Llegadas mensuales	Total Anual	<input type="checkbox"/> Turismo extranjero	Llegadas mensuales	
Ciudades de origen	texto	0	Países de origen	texto	
	texto	0		texto	
	texto	0		texto	
Observaciones:					
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave					
Nombre del Informante Clave:		Contactos:			
Demanda según días de visita		Demanda según frecuencia de visita			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	
Permanente		Estacional			
Esporádica		Inexistente			
Observaciones:					
12. RECURSO HUMANO		SI	NO	SI	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		<input checked="" type="checkbox"/>	7	d. Número de personas especializadas en turismo	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M):		g. Número de personas que manejan algún idioma (M):	
Primaria	2	Secundaria	4	Primeros Auxilios	2
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel	0	Hospitalidad	1
Otro	texto	Sanabilización de capacidades	de 0	Guianza	1
Observaciones:		No existe información detallada			
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)					
Se encuentra localizada en el centro de la ciudad de Baños y se encuentra bajo la caída de la Cascada Cabelera de la Virgen. Hace mucho que temas de la Virgen renovó sus instalaciones. También se puede bañar a los pies de la cascada de la Virgen, rodeado de naturaleza donde se puede respirar aire puro.					
14. ANEXOS					
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)					
					
Fuente: Autoría propia					
b. Ubicación gráfica del Atractivo					
					
Fuente: GOOGLE MAPS					

Evidencia fotográfica extendida de los estudios georeferenciales para determinar concentraciones de visitantes

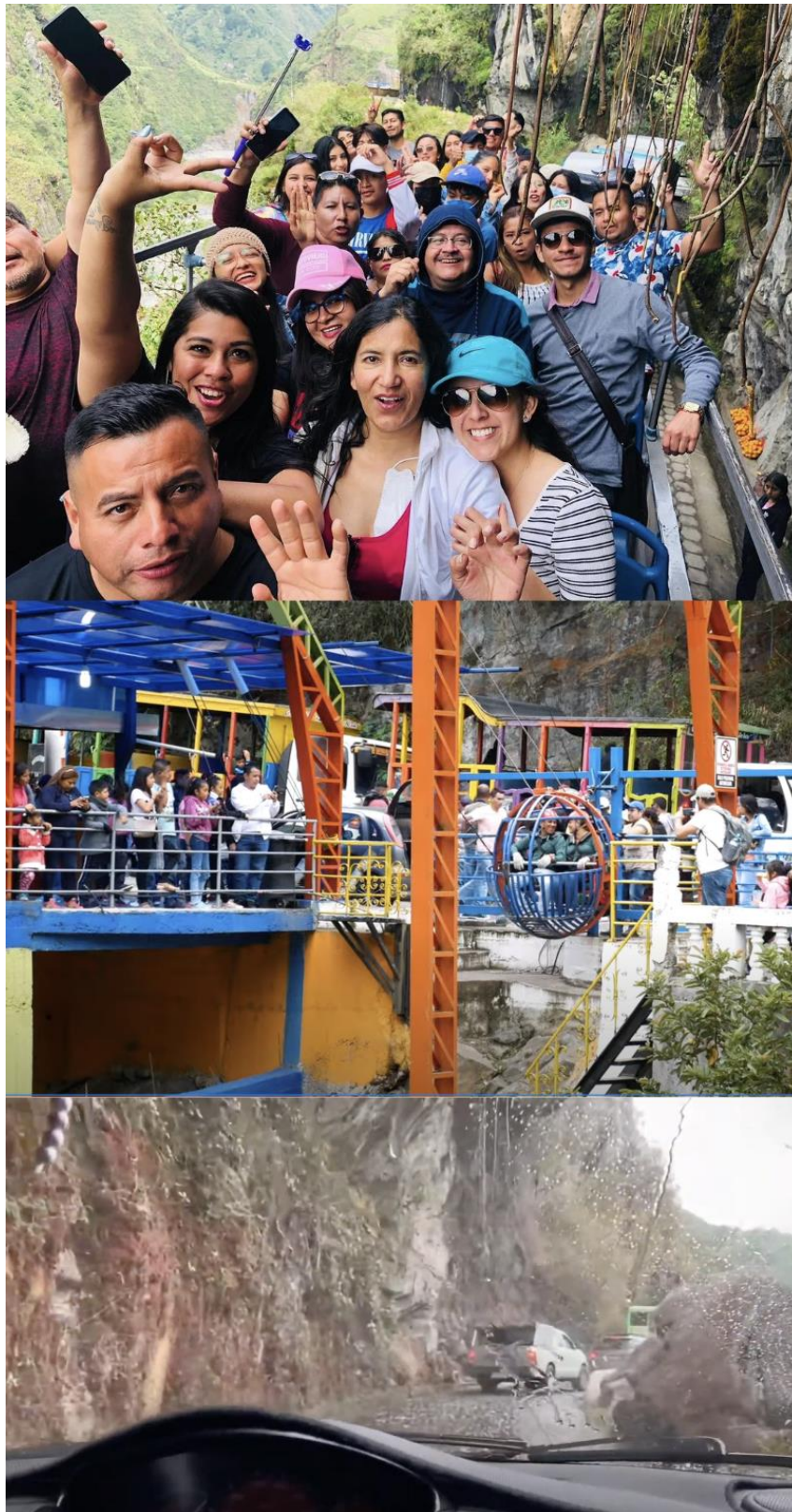
Pailón del Diablo



Casa del Árbol



Megapark Río Blanco



Miradores del cerro de las antenas y centro de Baños



Congestión vehicular





Anexos D. Modelo de Encuesta a los actores del turismo de Baños de Agua Santa

Estimado/a participante, gracias por colaborar en esta investigación sobre las percepciones de los efectos medioambientales generados por la saturación turística en Baños de Agua Santa. La siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre tu percepción de los efectos medioambientales producidos por la actividad turística en la zona. La información recopilada será utilizada para mejorar la gestión turística en la región.

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione una opción que mejor describa su percepción, y posteriormente explique su respuesta. La escala de Likert se presenta a continuación:

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*

- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

1. ¿Considera usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha afectado negativamente la calidad del aire? Explique:

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*
- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

2. ¿Cree usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha afectado negativamente la calidad del agua? Explique en qué ha afectado?

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*
- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

3. ¿Piensa usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha afectado negativamente la calidad del suelo? Explique

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*

- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

4. ¿Cree usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una sobrecarga en los servicios públicos (por ejemplo, alcantarillado, electricidad, transporte)?

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*
- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

5. ¿Considera usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una disminución en la calidad de vida de los residentes locales? ¿En qué sentido?

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*
- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

6. ¿Piensa usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una disminución en la biodiversidad de la región? ¿En qué sentido?

- *Totalmente de acuerdo*

- *De acuerdo*
- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

7. ¿Cree usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una sobrecarga en las infraestructuras de Baños (por ejemplo, hoteles, restaurantes, bares, carreteras, puentes, etc)? Explique:

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*
- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

8. ¿Considera usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una concentración excesiva de turistas en ciertas áreas de la ciudad? ¿Cuáles son?

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*
- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

9. ¿Cree usted que la actividad turística en Baños de Agua Santa ha generado una falta de respeto hacia el patrimonio natural de la región? ¿En qué sentido?

- *Totalmente de acuerdo*
- *De acuerdo*
- *Neutral*
- *En desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Explicación:.....

Gracias por su tiempo y colaboración. Su opinión es importante para la gestión turística en Baños de Agua Santa.

Datos demográficos aquí (Cl. Nombre, Cargo u Ocupación)