



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES
CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE
TUNGURAHUA”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciada en
Turismo

Autora:

Toaquiza Chicaiza Alexandra Carolina

Tutora:

Rodas Vinueza Daniela Alejandra. Ing. Mg.

LATACUNGA – ECUADOR
Agosto – 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Toaquiza Chicaiza Alexandra Carolina, con cédula de ciudadanía No. 0550071591, declaro ser autora del presente Proyecto de investigación: “Perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua”, siendo la Ingeniera. Mg. Daniela Alejandra Rodas Vinueza. Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 16 de agosto del 2023



Alexandra Carolina Toaquiza Chicaiza
Estudiante
CC: 0550071591



Ing. Alejandra Rodas Vinueza, Mg.
Docente Tutor
CC: 172222086-8

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **TOAQUIZA CHICAIZA ALEXANDRA CAROLINA** identificada con cédula de ciudadanía **0550071591** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado Perfil del Turista de salud que visita la provincia Tungurahua, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: octubre 2019 - marzo 2020

Finalización de la carrera: abril 2023 – agosto 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 25 de mayo del 2023

Tutor: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

Tema: “Perfil del Turista de salud que visita la provincia de Tungurahua”

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - **LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comuniquen, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 16 del agosto del 2023.


Alexandra Carolina Toaquiiza Chicaiza
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema
LA CESIONARIA

AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutora del Proyecto de Investigación con el título:

“PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, de Toaquiza Chicaiza Alexandra Carolina, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 16 de agosto del 2023



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

DOCENTE TUTORA

CC: 172222086-8

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

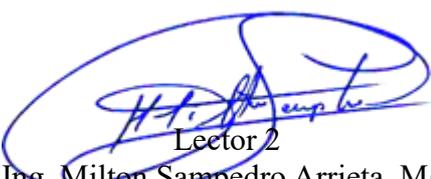
En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Toaquizza Chicaiza Alexandra Carolina, con el título de Proyecto de Investigación: **“PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

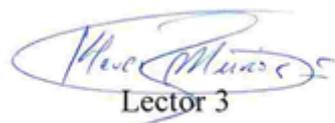
Latacunga, 16 de agosto del 2023



Lector 1 (Presidente)
Ing. Freddy Álvarez Lema, Mg.
CC: 1712930328



Lector 2
Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.
CC: 0602636987



Lector 3
Ing. Klever Muñoz Solis, Mg.
CC: 0501397814

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por permitirme continuar con mis estudios y superar los obstáculos a lo largo de toda mi vida, por darme sabiduría y conocimiento. Agradezco también a mis Padres por siempre apoyarme en todo momento a pesar de las dificultades durante todo el camino, también a mis parientes cercanos que siempre estuvieron pendientes durante todo el proceso académico, También a la Universidad Técnica de Cotopaxi por darme la oportunidad de demostrar mi capacidad en el estudio y ser una gran profesional para seguir cumpliendo mis metas. A mi tutora Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinuesa. M.Sc por la ayuda a la culminación de la investigación por brindar su conocimiento, paciencia y su guía en el asesoramiento a la realizando de la misma.

¡Gracias a todos!

Alexandra Carolina Toaquiza Chicaiza

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se las dedico a mis Padres Manuel Toaquiza y Gloria Chicaiza por ser mi mayor inspiración y mi pilar fundamental para culminar la carrera, por siempre estar ahí dándome ánimos, cariño y mucha paciencia, A mi hermana Blanca Toaquiza por su apoyo constante ante las alta y bajas durante el transcurso de mi vida estudiantil y por nunca dejarme desmayar. También a mi esposo por siempre estar pendiente de mis estudios, brindarme su comprensión y su amor.

Alexandra Carolina Toaquiza Chicaiza

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES
TÍTULO: “PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

AUTORA: Toaquiza Chicaiza Alexandra Carolina

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue describir el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua. Se utilizó el tipo de investigación descriptiva con enfoque cuantitativo, como encuestas, análisis de datos primarios y secundarios, así como trabajo de campo. Dentro de este proyecto se encuentran distintos tipos de turismo de salud, este estudio se enfoca particularmente en el turismo de bienestar, el cual engloba actividades como termas, yoga, spa y medicina ancestral. El primer objetivo consistió en sistematizar los datos obtenidos mediante encuestas, utilizando un muestreo aleatorio simple, fue necesario identificar los turistas que visitan la provincia de Tungurahua que son 440.000 datos tomados del Ministerio de Turismo del año 2019, posterior a ello se determinó la fórmula para obtener la muestra, consiguiendo como respuesta un total de 384 turista, para seleccionar los atractivos se investigó por medios digitales, documentos, bibliotecas universitarias con el fin de obtener una base de datos reales del inventario de atractivos turísticos, dentro de la investigación se pudo destacar los siete atractivos turísticos ya que estos cuentan con una jerarquía del nivel dos y se clasifican por categorías, tipos y subtipos. Con el propósito de obtener las características del perfil del turista de salud, los resultados revelaron que el turista de salud que visita Tungurahua es principalmente ecuatoriano 94.1%, de edades jóvenes principalmente entre 18 y 40 años y con una distribución equitativa entre géneros. La situación laboral de los turistas los resultados fueron que el 26% trabaja en una empresa privada. Seguido de los estudiantes, el 21% trabajo en el sector público y el 3% son desempleado. El estado civil es del 56% de los encuestados son solteros mientras que el 28% son casados y el 15% unión libre. Dentro de la variable socioeconómica los resultados obtenidos son los turistas estiman gastar un presupuesto limitado entre 0 a 100 USD es el 51%. Por otro, los turistas mantienen un salario básico de 10%. Y el 42% de turistas prefieren realiza turismo de bienestar solo, el más del 25% de los turistas perciben ingresos superiores a \$600. Posterior a ello se encuentran las variables motivacionales que la mayoría de turistas se movilizaba en bus siendo un total de 57% mientras que el 32% se moviliza en auto propio. El motivo principal del viaje es relajación 59%, la estadía dentro de la provincia, es de uno a dos días siendo el 45%. Posteriormente, se elaboró un boletín informativo el que abarca los resultados obtenidos de las características demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferencial, para el diseño se utilizó la aplicación canva, el boletín aborda temas específicos relacionados con el turismo de salud y bienestar, las limitaciones conceptuales en este campo, diferenciación del turismo de salud en comparación con otras formas de turismo, la oferta turística disponible, los lugares destacados, el perfil del turista, la recopilación de datos y el análisis de los resultados y la sección final del boletín incluye agradecimientos y contacto.

Palabras clave: Baños, Boletín informativo, Turismo de salud y bienestar, Tungurahua.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES

TITLE: "PROFILE OF THE HEALTH TOURIST WHO VISITS THE PROVINCE OF TUNGURAHUA".

AUTHOR: Toaquiza Chicaiza Alexandra Carolina

ABSTRACT

The objective of this research was to describe the profile of the health tourist who visits the province of Tungurahua. The type of descriptive research with a quantitative approach was used, such as surveys, analysis of primary and secondary data, as well as fieldwork. Within this project there are different types of health tourism, this study focuses particularly on wellness tourism, which includes activities such as hot springs, yoga, spa, and ancestral medicine. The first objective was to systematize the data obtained through surveys, using a simple random sampling, after which the formula to obtain the sample was determined, obtaining a total of 384 tourist responses, to select the attractions was investigated by digital means, documents, university libraries to obtain a real database of the inventory of tourist attractions, within the investigation it was possible to highlight the seven tourist attractions. To obtain the characteristics of the profile of the health tourist, the results revealed that the health tourist is mainly Ecuadorian 94.1%, aged between 18 and 40 years, and with an equitable distribution between genders. Regarding the employment situation of tourists, the results were that 26% are private workers followed by students, 21% work in the public sector, and 3% are unemployed. The marital status is 56% are single while 28% are married and 15% free union. Within the socioeconomic variable, the results obtained are tourists who estimate spending a limited budget between 0 to 100 USD, which is 51%. And 42% of tourists prefer to do wellness tourism, more than 25% of tourists receive incomes of more than \$600. After that, there are the motivational variables that the majority of tourists traveled by bus, a total of 57% while 32% traveled in their car. The main reason for the trip is relaxation 59%, and the stay within the province is from one to two days 45%. Subsequently, an informative bulletin was prepared that covers the results obtained from the demographic, socioeconomic, motivational, and preferential characteristics, for the design the Canva application was used, and the bulletin addresses specific topics related to health and wellness tourism, the conceptual limitations in this field, differentiation of health tourism compared to other forms of tourism, the available tourism offer, the prominent places, the tourist profile, the data collection, the analysis of the results and the final section of the newsletter.

Keywords: Baños, Newsletter, Health and wellness tourism, Tungurahua.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xi
INDICE DE TABLAS.....	xvi
INDICE DE FIGURAS	xvii
INDICE DE APENDICES	xx
1. Información general.....	1
2. Justificación del proyecto	2
3. Beneficiarios del proyecto de investigación.....	4
4. Problema de investigación.....	5
5. Objetivos.....	7

5.1. Objetivo general	7
1.1. Objetivos específicos.....	7
6. Actividades y sistema de tareas en relación con los objetivos planteados.....	8
7. Fundamentación científico técnica	10
7.1. Antecedentes investigativos	12
7.2. Definición de turismo	17
7.2.1. Turismo de salud	18
7.2.2. Tipos de turismo de salud.....	19
7.2.3. Limitación conceptual del turismo de bienestar: diferenciación del turismo de salud	20
7.3. Factores que influyen en la elección de destinos turísticos y de servicios de salud por parte de los turistas de salud.....	21
7.4. Perfil	24
7.4.1. Perfil del turista	24
7.4.2. Objetivo de un perfil del turista.....	25
7.4.3. Características de un perfil del turista	25
7.4.4. Métodos para realizar un perfil del turista.....	27
7.5. Enfoque metodológico.....	27
7.6. Población	28
7.7. Muestra	28
7.8. Tipo de investigación.	29

7.8.1. Investigación descriptiva	29
7.8.2. Fuentes primarias.....	29
7.8.3. Fuentes secundarias	30
7.9. Boletín informativo	30
7.9.1. Estructura de un boletín informativo	31
7.9.2. Boletín informativo y su aplicación en el turismo.....	32
8. Validación de las preguntas científicas o hipótesis	33
9. Metodología.....	34
9.1. Primer objetivo:	34
9.1.1. Primera actividad:.....	34
9.1.2. Segunda actividad:.....	35
9.1.3. Matriz de atractivos turísticos	35
9.1.4. Cronograma de actividades salida de campo.....	44
9.1.5. Tercera actividad:	45
9.2. Objetivo dos:	46
9.2.1. Primera actividad:.....	46
9.2.2. Segunda actividad:.....	46
9.2.3. Tercera actividad:	46
10. Análisis y discusión de los resultados	46
10.1. Variable demográfica	47

10.2. Variables socioeconómicas.....	53
10.3. Variable de motivación.....	58
10.4. Variable de preferencias	62
11. Boletín informativo del perfil del turista	67
11.1. Diseño Visual:	67
11.2. Colores.....	67
11.3. Índice de contenidos y estructura	68
11.4. Partes del boletín informativo del perfil del turista de salud.....	69
11.4.1. Portada	69
11.4.2. Índice	71
11.4.3. Conceptos del turismo de bienestar.....	72
11.4.4. Oferta turística	74
11.4.5. Datos recolectados mediante encuestas de las variables demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales.	75
11.4.6. Créditos.....	80
12. Impactos sociales, económicos y técnicos.....	81
12.1. Impacto social.....	81
12.2. Impacto económico.....	82
12.3. Impacto técnico.....	82
13. Conclusiones y recomendaciones	83

13.1. Conclusiones.....	83
13.2. Recomendaciones	84
14. Referencias	85
15. Apéndice.....	90

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios directos e indirectos del proyecto.....	4
Tabla 2 Actividades en relación a los objetivos.	8
Tabla 3 Principales atractivos turísticos de la Provincia de Tungurahua por cantones.....	37
Tabla 4 Matriz de atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa.....	42
Tabla 5 Cronograma de actividades de salida de campo.	44
Tabla 6 Impacto social.....	81

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nacionalidad: ¿Dónde nació?	47
Figura 2 ¿Cuál es su lugar de residencia?	48
Figura 3 ¿Cuál es su edad?	49
Figura 4 ¿Cuál es su género?.....	50
Figura 5 ¿Cuál es su estado civil?	51
Figura 6 ¿Cuál es su situación laboral?	52
Figura 7 ¿Cuál es su promedio mensual de ingresos?.....	53
Figura 8 ¿Qué nivel de estudios tiene?.....	54
Figura 9 ¿Con quién viaja?.....	55
Figura 10 ¿Cuánto estima gastar durante su visita a la provincia de Tungurahua?	56
Figura 11 ¿Qué porcentaje de tu gasto total destinaste a cada uno de los siguientes aspectos durante tu visita a la provincia de Tungurahua?.....	57
Figura 12 ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje?.....	58
Figura 13 ¿Qué tiempo estimó para su visita al cantón?.....	59
Figura 14 ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Tungurahua?.....	60
Figura 15 ¿Cuál es su principal motivo para elegir la provincia de Tungurahua como destino turístico de salud?	61
Figura 16 ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?.....	62
Figura 17 ¿Qué medio de transporte utiliza para llegar a la provincia de Tungurahua?.....	63

Figura 18	¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Tungurahua?.....	64
Figura 19	¿Ha visitados otras regiones del ecuador con fines turísticos de salud?.....	65
Figura 20	¿Cuál es tu nivel de satisfacción general con tu experiencia turística de salud en la provincia de Tungurahua?	66
Figura 21	Boletín informativo del Perfil del turista de salud.	70
Figura 22	Índice del boletín informativo.....	71
Figura 23	Conceptos del turismo de bienestar.	72
Figura 24	Descubriendo Baños de Agua Santa.	73
Figura 25	Oferta turística.....	74
Figura 26	Resultados de las variables de estudio.	76
Figura 27	Datos demográficos.	77
Figura 28	Datos socioeconómicos.....	78
Figura 29	Datos motivacionales.	79
Figura 30	Datos preferenciales.....	79
Figura 31	Agradecimiento y contactos.....	80
Figura 32	Termas la Virgen.....	92
Figura 33	Spa, Masajes	92
Figura 34	Piscina Santa Clara o el cangrejo.....	93
Figura 35	Termas el salado.....	93
Figura 36	Ayurvedic Spa.....	93

Figura 37 Cabellera de la Virgen.....94

Figura 38 Basílica de la Virgen de Agua Santa.....94

INDICE DE APENDICES

Apéndice 1 Modelo de encuesta	90
Apéndice 2 Evidencia de las salidas de campo durante la aplicación de encuestas.	92
Apéndice 3 Evidencias de las encuestas llenas	95
Apéndice 4 Aval de Traducción	98

1. Información general

Título del proyecto

Perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua.

Fecha de inicio: octubre 2019

Fecha de finalización: agosto 2023

Lugar de ejecución: Cantón Baños, Provincia de Tungurahua

Institución Universidad Técnica de Cotopaxi.

Facultad Académica Facultad de Ciencias Agropecuarias y
Recursos Naturales.

Carrera que auspicia Licenciatura en Turismo

Proyecto vinculado: Incidencia de los tics en el turismo como
consecuencia de pandemia

Equipo de investigación Alexandra Carolina Toaquizza Chicaiza
Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza. Mg.

Área de conocimiento Servicios

Línea de investigación Planificación y gestión del servicio sostenible

Sub línea de investigación Análisis del turismo

2. Justificación del proyecto

El turismo de salud ha sido identificado como un segmento en crecimiento dentro de la industria turística global. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo de salud es un viaje realizado con el propósito de mantener, mejorar o restaurar el bienestar físico y mental (OMT, 2015). En este sentido, el turismo de salud se enfoca en la búsqueda de servicios médicos y terapéuticos, pero también incluye servicios como actividades de ocio, turismo cultural, gastronómico, y alojamiento de calidad.

Según un estudio de la consultora Global Wellness Institute (GWI) (2018), el turismo de salud y bienestar es uno de los segmentos de turismo que más rápido crece a nivel mundial, con un aumento anual del 6,5%. Además, se estima que este mercado generó un gasto de aproximadamente 639.000 millones de dólares en 2017 y se espera que alcance los 919.000 millones de dólares en 2022 (GWI, 2018). Esta tendencia se debe en parte al envejecimiento de la población y a un mayor interés en la prevención de enfermedades y la mejora del bienestar general.

En la provincia de Tungurahua, el turismo de salud aún no ha alcanzado su máximo potencial, aunque la región cuenta con recursos naturales y una oferta turística y de servicios de salud, aún no se ha realizado una investigación exhaustiva sobre el perfil de los turistas de salud que visitan la zona. Por lo tanto, la presente investigación busca estimar el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua con el objetivo de desarrollar el turismo de salud en la región.

La provincia de Tungurahua se constituye de 9 cantones que son: Ambato, Pelileo, Mocha, Tisaleo, Píllaro, Quero, Patate, Cevallos y Baños de Agua Santa. Cada cantón tiene

actividades turísticas relacionadas a las modalidades de turismo tales como; de aventura, religioso, cultural, gastronómico, natural o termal. Es así como esta provincia se caracteriza por tener una gran riqueza cultural y natural gracias a su ubicación geográfica privilegiada, su clima agradable y sus paisajes impresionantes.

Además, la provincia de Tungurahua se ha destacado en los últimos años por la oferta turística. Dentro de esta investigación se determina que el cantón Baños de Agua Santa cuenta con una gran oferta de establecimientos dedicados al turismo de salud como son las termas, balnearios, spas, terapias, y medicina ancestral practicada por los Chamanes, que ayudan a que las personas mejoren enfermedades y disfrutar de su tranquilidad espiritual.

De igual modo, en el cantón Ambato las personas que viajan al lugar, realizan turismo de salud mediante las limpiezas que ofrecen los denominados curanderos “chamanes” quienes son las personas que llevan a cabo prácticas curativas, mantienen visiones con espíritus y orientan a las personas que llegan al lugar a saber sobre las predicciones de su futuro. Los cantones restantes se caracterizan más por el turismo de aventura, cultural y religiosa, ya que cada cantón abarca museos, complejos, iglesias, monumentos, volcanes que los hacen únicos y diferentes en sus ofertas turísticas.

En ese sentido, la importancia de esta investigación radica en que permitirá obtener información de utilidad que servirá para diseñar servicios turísticos y de salud personalizados que satisfagan las necesidades específicas de los turistas de salud que visitan la región. Según Gannon y White (2019), la personalización es una de las características clave del turismo de salud, ya que los turistas buscan servicios adaptados a sus necesidades y preferencias específicas.

Entonces, al identificar el perfil de los turistas de salud que visitan la provincia de Tungurahua, se podrán diseñar servicios turísticos y de salud personalizados que satisfagan sus necesidades y mejoren su experiencia, lo cual se espera que contribuya al desarrollo y fortalecimiento del turismo de salud en la región. De acuerdo con Briones et al. (2017), la satisfacción del turista es un factor clave para la fidelización y el retorno del turista a la región.

Los resultados obtenidos a partir de este proyecto serán de gran utilidad para la toma de decisiones y la elaboración de estrategias de mejora de la oferta turística y de salud en la provincia de Tungurahua.

3. Beneficiarios del proyecto de investigación

Tabla 1

Beneficiarios directos e indirectos del proyecto.

Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
1. Turistas de salud que visitan la provincia de Tungurahua. (440.000 turistas)	1. Población en general (590 600 personas)
2. Empresas turísticas y de salud en la provincia de Tungurahua (32)	3. Empresas proveedoras de bienes e insumos para las empresas turísticas y de salud.
	4. Comunidades locales que pueden beneficiarse del desarrollo turístico y de salud.

5. Medios de comunicación y publicidad que pueden promocionar la región y sus servicios turísticos y de salud.

6. Autoridades locales y regionales responsables del desarrollo turístico y de salud.

Nota: Datos tomados del Ministerio de Turismo.

4. Problema de investigación

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes en el mundo, y que ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2019 el turismo generó el 10,3% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y 330 millones de empleos a nivel global. Además, se espera que el turismo siga creciendo en las próximas décadas, y que la demanda por turismo de salud en particular aumente debido al envejecimiento de la población y el aumento de enfermedades crónicas.

Asimismo, el turismo en Ecuador ha sido identificado como un sector estratégico para el desarrollo económico del país (Ministerio de Turismo, 2019). Según el informe del Ministerio, el turismo representó el 7,3% del Producto Interno Bruto (PIB) del país en 2019 y generó más de 400 mil empleos directos e indirectos. Esto indica la importancia del turismo como fuente de ingresos y empleo en el país. Además, el turismo de salud en particular puede ser una oportunidad para diversificar la oferta turística y atraer a turistas con mayor capacidad de gasto y estancias más largas (Ministerio de Turismo, 2019).

En el caso específico de la provincia de Tungurahua, existen varios factores que la convierten en un destino atractivo para el turismo de salud. Por un lado, su ubicación estratégica en el centro de Ecuador lo hace conveniente para turistas nacionales e internacionales. Además, su clima templado y agradable crea un ambiente propicio para la relajación y el bienestar. Por otro lado, la región es rica en aguas termales, las cuales son conocidas por sus propiedades curativas y terapéuticas.

De acuerdo con las cifras del Observatorio Turístico del Ministerio de Turismo de Ecuador, Tungurahua recibió alrededor de 440.000 turistas en 2019, generando un ingreso de más de 16 millones de dólares. Dentro de esta cifra, el turismo de salud ha ido ganando importancia en los últimos años. De forma específica, el turismo de salud de bienestar se ha convertido en una opción cada vez más atractiva para aquellos que buscan mejorar su bienestar físico, mental y espiritual.

Los visitantes encuentran en Tungurahua un destino adecuado para disfrutar de tratamientos especializados, sumergirse en las propiedades curativas de las aguas termales, y participar en actividades como el yoga, el spa y la medicina ancestral. Este enfoque holístico del turismo de salud ha generado un interés creciente en la región y ha contribuido a su desarrollo económico y turístico.

A pesar del potencial evidente de la provincia de Tungurahua como un destino de turismo de salud de bienestar, existe una falta significativa de información en relación con el perfil de los turistas de salud de bienestar que visitan la región. Esta carencia de datos impide tener una comprensión precisa de las características demográficas, socioeconómicas y motivacionales de los visitantes, así como de sus preferencias y necesidades específicas.

Asimismo, se requiere un análisis exhaustivo de la oferta turística y los servicios de salud disponibles en Tungurahua, con el fin de identificar posibles áreas de mejora y fortalecer la competitividad de la región como destino de turismo de salud de bienestar.

Por lo tanto, resulta imprescindible llevar a cabo una investigación que permita determinar las características demográficas, socioeconómicas, motivacional y de preferenciales, el tipo de personas que ingresan a la provincia e indagar a que sitios se dirigen y cuál es el interés de demandar estos servicios dentro de la provincia de Tungurahua. Esto ayudará a establecer oportunidades y áreas de mejora en la oferta turística y de servicios de salud de la región.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Describir el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua, a través de un estudio para la contribución al desarrollo turístico.

5.2. Objetivos específicos

- Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas, identificando el perfil del turista de salud.
- Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua.

6. Actividades y sistema de tareas en relación con los objetivos planteados.

Tabla 2

Actividades en relación a los objetivos.

Objetivo	Actividades	Resultado esperado	Metodología			
			Tipo de investigación:	Método:	Técnica:	Instrumento:
1. Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas, identificando el perfil del turista de salud.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir la muestra 2. Identificar y seleccionar los atractivos de mayor jerarquía y visita en la provincia 3. Aplicar el instrumento de investigación. 4. Ordenar y clasificar los datos obtenidos. 	<p>Información clasificada sobre el perfil del turista de salud de la provincia de Tungurahua.</p>	Cuantitativa	Descriptiva	Encuesta.	<p>Cuestionario estructurado. (Ver apéndice uno)</p>

2. Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de salud de la provincia de Tungurahua.	1. Elegir la información. 2. Elaborar la estructura y diseño del boletín. 3. Redacción del contenido. 4. Seleccionar el material e impresión.	Boletín informativo del perfil del turista de salud de la provincia de Tungurahua.	Descriptiva.	Proyectiva.	Análisis de contenido.	Canva.
---	--	--	--------------	-------------	------------------------	--------

7. Fundamentación científico técnica

La presente investigación tiene como propósito principal describir el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua. Los objetivos establecidos encuentran sustento en diferentes marcos normativos y legales que apoyan el desarrollo del turismo y que respaldan la relevancia y necesidad de esta indagación. A continuación, se exponen cada uno de ellos:

Ley de Turismo

La Ley de Turismo, promulgada en el Registro Oficial Suplemento 733 el 27 de diciembre de 2002 y con última modificación el 29 de diciembre de 2014, establece el marco normativo para la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico en Ecuador. Los objetivos y principios de esta ley reconocen la importancia de la iniciativa privada, la participación de gobiernos provinciales y cantonales, la conservación de recursos naturales y culturales, y la participación comunitaria en la prestación de servicios turísticos. La investigación contribuye directamente a estos objetivos al enfocarse en el perfil del turista de salud en Tungurahua, generando información relevante para el desarrollo sostenible del turismo y la mejora de la experiencia turística.

Ley Orgánica de Turismo (2010) - Artículo 4

Este artículo declara al turismo como una actividad de interés general y estratégica para Ecuador, resaltando su contribución a la generación de divisas, empleo y promoción del patrimonio cultural y natural. La investigación se alinea con esta declaración al proporcionar conocimientos esenciales sobre el perfil del turista de salud, lo que directamente contribuye a la planificación y gestión eficiente de los recursos turísticos y a la consecución de los objetivos económicos y culturales del país.

Plan Nacional de Turismo 2030 - Objetivo Estratégico 2

Este objetivo busca diversificar y potenciar la oferta turística, incluyendo segmentos emergentes como el turismo de salud. La investigación respalda este objetivo al enfocarse en el perfil del turista de salud en Tungurahua, proporcionando información crucial para la creación

de estrategias específicas que atraigan y retengan a este tipo de turistas. Esto a su vez contribuye a la expansión y mejora de la oferta turística del país.

Plan institucional 2021- 2025 - Ministerio de Turismo

Esta normativa busca promover el turismo de salud y bienestar como actividad económica importante, incentivando la inversión y estableciendo lineamientos para su desarrollo. La investigación apoya este propósito al recopilar datos precisos sobre el perfil y preferencias del turista de salud en Tungurahua, lo que informa decisiones cruciales para la certificación de establecimientos y la creación de experiencias turísticas atractivas en este segmento.

Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 - Eje de Desarrollo Económico y Productivo - Objetivo 1

Este objetivo busca promover el turismo sostenible y diversificar la oferta turística para aumentar la competitividad y contribuir al desarrollo económico. La investigación es coherente con esta meta al centrarse en el perfil del turista de salud, proporcionando información valiosa para la planificación de actividades y servicios turísticos que enriquezcan la oferta y fomenten un crecimiento económico sostenible.

Políticas Provinciales y Municipales de Turismo - Implementación de Políticas Locales

Numerosas provincias y municipios en Ecuador han establecido políticas específicas para el desarrollo del turismo en sus regiones. La investigación puede colaborar con estas iniciativas al proporcionar datos detallados sobre el perfil del turista de salud en Tungurahua, permitiendo a las autoridades locales adaptar estrategias y asignar recursos de manera eficiente para satisfacer las necesidades de este público particular.

7.1. Antecedentes investigativos

El turismo de salud es una alternativa en crecimiento que puede tener un gran impacto en el desarrollo territorial y económico de las regiones. Antes de estudiar el perfil de los turistas de salud que visitan esta región, es importante examinar las investigaciones previas realizadas sobre el turismo de salud en otras partes del mundo. Por lo tanto, en este apartado se presentan investigaciones previas en orden cronológico para contextualizar mejor este fenómeno:

Primero, el estudio de Ocaña (2014) denominado "El turismo como alternativa de desarrollo territorial en Baños de Agua Santa" que se realizó con el objetivo de analizar el papel del turismo en el desarrollo territorial de Baños de Agua Santa y su viabilidad como alternativa de desarrollo. La metodología utilizada incluyó análisis documental, observación directa, entrevistas a actores clave y operadores turísticos, así como un biograma para identificar actores locales y analizar percepciones sobre el turismo y sus relaciones con el territorio. Los resultados sugieren que el turismo ha sido un factor clave en el desarrollo territorial, pero también se identificaron desafíos que deben abordarse, como la necesidad de mejorar la infraestructura y los servicios turísticos, así como los problemas ambientales y sociales relacionados con el crecimiento del turismo. Se concluye que el turismo puede ser una alternativa viable para el desarrollo territorial siempre y cuando se aborden los desafíos identificados y se involucre a la comunidad local en la toma de decisiones.

Además, Arévalo (2014) realizó la investigación "Evaluación del turismo de salud en Ciudad Hidalgo, Michoacán" que evaluó la sustentabilidad del turismo de salud en la región mediante el uso de indicadores MESMIS y el diseño de indicadores específicos. Los resultados indican que el turismo de salud tiene un alto potencial para el desarrollo sostenible y económico,

pero también presenta desafíos en términos de gestión ambiental y social. Se identificaron áreas clave para mejorar la sustentabilidad, como el fortalecimiento de políticas públicas y la promoción del turismo responsable, y se sugiere seguir evaluando y monitoreando su impacto para garantizar su desarrollo sostenible a largo plazo.

También, en su investigación "El turismo de salud en el estado de Hidalgo, México. Propuestas para consolidarlo", Gracia (2016) busca determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del corredor turístico de los balnearios de Ixmiquilpan-Tasquillo en el estado de Hidalgo, México. Se aplicaron cuarenta entrevistas para realizar un estudio exploratorio, descriptivo y explicativo de propuesta. Los resultados indican que el corredor turístico tiene un gran potencial para el turismo de salud, pero también se identificaron algunas debilidades y amenazas. Se propone mejorar la infraestructura y los servicios secundarios en los balnearios, promover la diversificación de la oferta turística y fomentar la cooperación entre los diferentes actores del sector para consolidar el turismo en la zona.

Además, destaca la investigación denominada "Economía del turismo de la salud caso de Colombia", realizada por de la Puente (2016), donde se explora el potencial del turismo de salud en Colombia y se establece un modelo estratégico de negocio para participar en este mercado en crecimiento. La metodología utilizada se basa en las aproximaciones relevantes de la economía de la salud y el turismo. Los resultados muestran que Colombia tiene un gran potencial en este sector debido a la inversión en infraestructura de salud y a los menores costos en comparación con los principales mercados potenciales en el continente. Sin embargo, existen limitaciones que deben ser abordadas, como la falta de profesionales de la salud y el reconocimiento mundial del turismo del sector en Colombia. Se sugiere la implementación de un modelo estratégico de negocio y el establecimiento de zonas francas de salud para aumentar

la participación de Colombia en este sector y convertirlo en un dinamizador de la economía colombiana.

Por otra parte, el artículo denominado "Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio", realizada por Pineda y Falla (2017) con el objetivo de desarrollar una investigación cualitativa preliminar de tipo exploratorio para analizar la oferta ecológica que puede tener un potencial para el turismo de bienestar en Colombia, se aplicó una metodología de investigación cualitativa exploratoria para analizar la oferta de termales y aguas medicinales que puede tener un potencial para el turismo de bienestar en Colombia. Los resultados muestran que el turismo termal puede ser una alternativa viable para el desarrollo económico y social de las regiones que cuentan con estas fuentes naturales, se identificaron los principales recursos termales disponibles en los municipios estudiados y se analizó su potencial turístico. Sin embargo, se concluye que la oferta de turismo termal en Colombia aún es limitada y se requiere más investigación para su desarrollo sostenible. Se destaca la importancia del turismo termal como opción para el desarrollo sostenible en Colombia y se sugiere que se tomen medidas para fomentar su desarrollo sostenible.

Otro estudio relevante es el presentado por González (2017) "Turismo de Salud. El caso del Balneario de Mondariz", donde se analiza el turismo de salud y su evolución histórica, utilizando el Balneario de Mondariz como caso práctico. La metodología se basó en la búsqueda de información sobre definiciones de turismo, salud, turismo de salud y datos objetivos sobre este tipo de turismo, y en la recopilación y organización de dicha información en capítulos. Los resultados muestran que el perfil del cliente que busca turismo de salud es mayoritariamente femenino, con una edad media entre los 45 y los 65 años, con un nivel socioeconómico medio-alto y una formación académica elevada. El Balneario de Mondariz destaca por su larga historia,

su ampliación de instalaciones y servicios, y su oferta de tratamientos personalizados y profesionalizados. La mayoría de sus clientes son parejas casadas con un nivel socioeconómico medio-alto que buscan productos y tratamientos específicos para el cuidado de su salud.

La investigación titulada "Análisis de la situación actual del producto turístico de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, Ecuador", realizada por Salazar et al. (2021), tuvo como objetivo hacer un diagnóstico situacional del turismo de salud en Baños de Agua Santa y determinar su oferta y el perfil del turista que demanda esta modalidad de turismo. La metodología empleada fue una investigación mixta (cualitativa y cuantitativa) con un alcance descriptivo, donde se realizaron visitas de campo, reuniones de trabajo, encuestas y entrevistas al tour operadores y al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD). Los resultados indicaron que, aunque la oferta de turismo de salud en la ciudad se ha visto afectada por una transición hacia un producto más enfocado en la aventura, encanto y diversión, aún existe una demanda significativa. Se identificaron factores que influyen en la oferta y demanda del turismo de salud, y se concluyó que el turismo de salud tiene un gran potencial en Baños de Agua Santa, pero es necesario mejorar la oferta disponible y los servicios médicos para satisfacer las necesidades del mercado objetivo.

Asimismo, en la investigación "Sustainable Mountain-Based Health and Wellness Tourist Destinations: The Interrelationships between Tourists' Satisfaction, Behavioral Intentions, and Competitiveness" de Zeng et al. (2021) se analizan las relaciones entre la satisfacción de los turistas, las intenciones de comportamiento y la competitividad en destinos turísticos de salud y bienestar en la montaña en China. Se utilizó una metodología que incluyó revisión bibliográfica, análisis de regresión múltiple y análisis estructural de ecuaciones, y se encuestó a 400 turistas en China. Los resultados indican que la satisfacción del turista y las

intenciones de comportamiento tienen una influencia positiva significativa en la competitividad de los destinos turísticos de salud y bienestar en la montaña. Se concluye que los gestores y planificadores deben mejorar la satisfacción del turista, fomentar las intenciones positivas de comportamiento y adoptar prácticas sostenibles para garantizar el éxito a largo plazo y promover el desarrollo sostenible en estos destinos.

Por último, la investigación "Thermal Tourism in Portugal: Profile and Motivations of Practitioners", de Loureiro et al. (2023) se evaluó la relación entre el turismo y el turismo termal en Portugal, con el objetivo de entender la frecuencia con la que los turistas visitan estos lugares y su satisfacción, así como definir mejor su perfil. Se realizó una revisión bibliográfica y una encuesta en línea para recopilar datos sobre las características sociodemográficas y motivaciones de los practicantes del turismo termal en Portugal. Los resultados muestran que los turistas que practican el turismo termal en Portugal tienen una serie de motivaciones, como la búsqueda de bienestar, salud y relajación, y que hay una relación directa entre las motivaciones de los turistas y sus características sociodemográficas. Las conclusiones sugieren oportunidades para mejorar la promoción y el desarrollo de productos turísticos más específicos para satisfacer las necesidades de los practicantes del turismo termal en Portugal.

Las investigaciones muestran que el turismo de salud puede ser una alternativa viable para el desarrollo económico y social, pero también se deben abordar importantes desafíos para garantizar su sostenibilidad, como mejorar la infraestructura y servicios turísticos, la gestión ambiental y social, y fortalecer políticas públicas. A pesar de esto, el turismo de salud sigue siendo una oportunidad para el crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales. Esta tesis busca contribuir al desarrollo sostenible del turismo de salud

en la provincia de Tungurahua, identificando las necesidades y expectativas de los turistas de salud para mejorar la oferta turística.

7.2. Definición de turismo

El turismo es una actividad humana que involucra el desplazamiento temporal de las personas fuera de su entorno habitual por motivos diversos, como el ocio, la recreación, los negocios o cualquier otro propósito personal. Autores como Bieger y Wittmer (2006), Buhalis y Costa (2006) y Getz (2008) definen al turismo como la actividad de viajar fuera del lugar de residencia habitual. Esta industria es una de las más importantes y de mayor crecimiento a nivel mundial, con una significativa contribución económica y cultural en muchos países (OMT, 2020).

El turismo engloba una amplia variedad de servicios y actividades que se ofrecen tanto en el destino turístico como durante el viaje en sí mismo. Estos servicios, como transporte, alojamiento, gastronomía, entretenimiento, compras y visitas culturales, están diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas y proporcionarles una experiencia única y atractiva (Faulkner, 2001; Sharpley, 2014).

A pesar de los beneficios que el turismo puede generar, también puede tener un impacto significativo en el medio ambiente y la cultura de los destinos turísticos. Por lo tanto, es importante fomentar medidas de sostenibilidad y responsabilidad social en su desarrollo y gestión, como señalan Bramwell y Lane (2000) y Gössling y Scott (2012). De esta manera, se pueden minimizar los efectos negativos del turismo y garantizar que los beneficios económicos y culturales se compartan de manera equitativa entre las comunidades locales y los turistas (Hall, 2008; Hall y Page, 2014).

7.2.1. Turismo de salud

El turismo de salud se ha convertido en una industria en rápido crecimiento en todo el mundo. En términos generales, se puede definir como un tipo de turismo que implica viajar a otro lugar con el propósito de buscar atención médica, bienestar o tratamientos de salud específicos. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo de salud se refiere a "las actividades que las personas realizan durante sus viajes con el objetivo principal de mejorar o mantener su salud" (OMT, 2013).

En ese sentido el turismo de salud se refiere a los viajes realizados por personas con el propósito principal de recibir servicios de atención médica, ya sea para prevenir, diagnosticar o tratar enfermedades o dolencias. De esta forma el turismo de salud puede incluir una amplia variedad de servicios, como la atención médica especializada, los tratamientos estéticos, la terapia física, la terapia ocupacional, la terapia psicológica y la medicina alternativa (Connell, 2013). También puede abarcar una amplia gama de destinos, desde centros turísticos de lujo hasta hospitales especializados en el tratamiento de enfermedades específicas.

Una de las principales motivaciones detrás del turismo de salud es la búsqueda de atención médica asequible y de alta calidad en un lugar fuera de su país de origen (Lunt, et al., 2011). En muchos casos, los pacientes viajan a destinos de turismo de salud para recibir atención médica que no está disponible en sus propios países o que tiene una lista de espera demasiado larga. Además, algunos turistas de salud buscan la oportunidad de combinar el tratamiento médico con unas vacaciones relajantes.

El turismo de salud también puede ser beneficioso para las economías locales, ya que puede atraer a turistas de alto poder adquisitivo y generar empleo en la industria de la salud y

el turismo. Sin embargo, también existen preocupaciones sobre la posible explotación de pacientes vulnerables y la falta de regulación y estándares en algunos destinos de turismo de salud.

Sumado a lo anterior puede plantear desafíos significativos en términos de calidad, seguridad y accesibilidad de la atención médica. Además, puede tener un impacto negativo en los sistemas de salud locales, especialmente en los países de ingresos bajos y medios, donde la atención médica puede ser limitada y los recursos pueden ser insuficientes para satisfacer la demanda de turistas de salud (Johnston et al., 2010). Por lo tanto, es fundamental que el turismo de salud sea regulado y gestionado de manera responsable y sostenible, a fin de garantizar la seguridad y la calidad de los servicios de atención médica y minimizar los impactos negativos en las comunidades locales y los sistemas de salud.

7.2.2. Tipos de turismo de salud

Smith y Puczkó, autores del libro *Health and wellness tourism* (2014), reflejan las diferentes tipologías de turismo de salud y bienestar que se han desarrollado en los últimos años. Esas tipologías son las siguientes:

- **Turismo de spa:** se centra en la relajación, la rehabilitación y la curación del cuerpo utilizando principalmente tratamientos a base de agua, tales como piscinas termales, baños de vapor o saunas. Dentro de este sector de spas, se encuentra también el turismo recreacional y de ocio, dado que muchas personas practican este turismo en forma de ocio, no medicinal.

- **Turismo de talasoterapia:** Ofrece servicios para la cura y tratamiento del cuerpo a base de la utilización del agua del mar. El agua, las algas y las sales son muy importantes en todos sus productos.
- **Turismo holístico:** Ofrece a los turistas una gama de actividades y tratamientos que están destinados a equilibrar cuerpo, mente y espíritu. Entre otras actividades se encuentra yoga, Pilates, etc.
- **Turismo espiritual:** Se centra en la búsqueda espiritual de la persona, puede tener o no una afiliación religiosa, pero a menudo este turismo incluye rituales, ceremonias y tradiciones que se derivan de distintas religiones.
- **Turismo médico:** Se trata de viajes a otros destinos para someterse a tratamientos médicos como la cirugía u otras intervenciones.
- **Turismo de bienestar:** Se oriente hacia los turistas que viajan dentro o fueran del país con el objetivo de conseguir o buscar medicina alternativa como es yoga, terapias entre otras.

7.2.3. Limitación conceptual del turismo de bienestar: diferenciación del turismo de salud

La Organización Mundial de la Salud define la salud como un estado de completa salud física, mental y social, y no simplemente como la ausencia de afecciones o enfermedades. Sin embargo, desde 1948, la Organización Mundial de la Salud ha ampliado su definición para incluir la salud mental y los estilos de vida habituales, reconociendo que no solo se trata de la ausencia de riesgos generales.

Así, la salud se define como el grado en que un individuo o grupo es capaz de alcanzar sus metas, satisfacer sus necesidades y cambiar o adaptarse a su entorno. Es importante destacar

que, junto con esta ampliación en la definición de salud, el bienestar se vuelve un componente esencial. Por lo tanto, en el contexto de esta investigación, es posible diferenciar entre el bienestar y la salud en general.

A pesar de que el turismo de bienestar se encuentra dentro del ámbito general del turismo de salud. Según McKinsey & Company (2009), existe una distinción clave entre el turismo de salud y el turismo de bienestar. El turismo de salud se centra en el concepto de curación tradicional, mientras que el turismo de bienestar adopta un enfoque más holístico, abarcando la mente, el cuerpo y el espíritu. En ese sentido, los programas exclusivos del turismo de bienestar se diseñan con el objetivo de mejorar la calidad de vida en un sentido más amplio, más allá de la salud física y haciendo hincapié en la medicina preventiva.

Por lo tanto, la diferenciación entre el turismo de bienestar y el turismo de salud es importante para evitar confusiones y garantizar una comprensión precisa de los objetivos y beneficios de cada enfoque. Mientras que el turismo de salud se enfoca principalmente en la atención médica y terapéutica, el turismo de bienestar se centra en la promoción de un estilo de vida saludable, el relax y la mejora del bienestar en general.

7.3. Factores que influyen en la elección de destinos turísticos y de servicios de salud por parte de los turistas de salud.

La elección de destinos turísticos y de servicios de salud por parte de los turistas de salud está influenciada por una serie de factores que van más allá de la calidad de los servicios médicos ofrecidos. Según investigaciones realizadas por diversos autores como Horowitz et al. (2007) y Deloitte (2018), los factores que influyen en la elección de destinos turísticos y

servicios de salud por parte de los turistas de salud pueden agruparse en tres categorías principales: factores médicos, factores no médicos y factores culturales.

Los factores médicos incluyen la calidad de los servicios de salud y la experiencia y calificación de los profesionales médicos. Los turistas de salud buscan destinos que ofrezcan tratamientos médicos de alta calidad y con tecnología avanzada. En este sentido, la reputación y acreditación de los centros médicos es un factor determinante en la elección del destino (Horowitz et al., 2007).

Por otro lado, los factores no médicos están relacionados con la accesibilidad del destino, la seguridad, la calidad de la infraestructura turística y la disponibilidad de actividades turísticas. Los turistas de salud suelen preferir destinos que ofrezcan una combinación de servicios médicos de alta calidad y oportunidades de ocio y turismo, para que su experiencia sea lo más completa posible. En este sentido, la oferta turística del destino es un factor importante en la elección de este (Deloitte, 2018).

Los factores culturales también influyen en la elección del destino por parte de los turistas de salud. Los valores culturales, las creencias y la forma de vida de la población local son aspectos que pueden atraer o repeler a los turistas de salud. La familiaridad con el idioma y la cultura local también son factores importantes que pueden influir en la elección del destino y de los servicios de salud (Horowitz et al., 2007).

Dentro de estos 3 factores antes mencionado se pueden citar algunos más específicos como los siguientes:

- **Accesibilidad y facilidad de viaje:** Los turistas de salud pueden preferir destinos que sean fáciles de llegar y que tengan buenas conexiones de transporte, especialmente si necesitan atención médica urgente o si tienen problemas de movilidad. La infraestructura turística y de salud también es un factor importante, ya que puede afectar la calidad y disponibilidad de los servicios ofrecidos.
- **Calidad y especialización de los servicios de salud:** Los turistas de salud buscan destinos que ofrezcan servicios de salud de alta calidad y con altos estándares de atención. Además, pueden preferir destinos que cuenten con especialistas médicos en ciertas áreas o que ofrezcan tratamientos específicos que no están disponibles en su país de origen.
- **Costo y ahorro económico:** El costo de los servicios de salud y del viaje en sí mismo puede ser un factor decisivo para los turistas de salud. Muchos viajan a destinos que ofrecen servicios de salud a un costo más bajo que en su país de origen, o que les permiten ahorrar dinero en su tratamiento o procedimiento médico.
- **Experiencia y calidad de vida:** Para algunos turistas de salud, la experiencia del viaje en sí mismo es un factor importante en su elección de destino. Pueden preferir lugares con un clima agradable, una cultura rica y una buena oferta turística que les permita disfrutar de su tiempo libre y mejorar su calidad de vida mientras se recuperan de una enfermedad o realizan un procedimiento médico.
- **Recomendaciones y referencias:** La opinión de amigos, familiares y otros pacientes que han visitado un destino turístico y de servicios de salud también puede ser un factor determinante en la elección de los turistas de salud. Las referencias positivas pueden influir en la toma de decisiones y aumentar la confianza en el destino elegido.

7.4. Perfil

Un perfil es una descripción detallada de una persona, organización u otra entidad. Puede proporcionar información sobre las características, la historia y los objetivos del sujeto en cuestión (Cherry, 2020). Los perfiles se utilizan en muchos contextos, como la empresa, la educación y la investigación, para comprender mejor a los sujetos.

En esencia, un perfil es una colección organizada de información sobre alguien o algo que proporciona antecedentes sobre quién es y qué hace (Hoffman, 2021). Los detalles que se incluyen en los perfiles varían en función de su finalidad, pero suelen incluir datos biográficos y demográficos como el nombre, la edad y la profesión; la formación académica; los intereses personales; la información de contacto; los logros o reconocimientos obtenidos en el pasado por el sujeto, junto con cualquier imagen o medio relevante asociado a él.

7.4.1. Perfil del turista

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas (Pat y Calderon, 2012). El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos

En ese sentido, un perfil turístico es una herramienta eficaz utilizada por los profesionales del turismo para identificar y comprender las preferencias, necesidades y comportamientos de un determinado grupo de viajeros. Es importante que los operadores turísticos conozcan a fondo su mercado objetivo para crear campañas de marketing exitosas que atraigan directamente a este segmento (OMT, 2020). Utilizando datos demográficos como

la edad, el sexo, el nivel de ingresos, el nivel educativo y otras características relevantes, pueden adaptar sus servicios en consecuencia.

7.4.2. Objetivo de un perfil del turista

El objetivo principal de la creación de un perfil turístico es que las empresas puedan comprender mejor a quién deberían dirigirse con sus productos o servicios; qué tipo de experiencias serían más atractivas; cuánto están dispuestos a gastar los clientes en determinadas actividades; cuándo suelen viajar las personas, entre otros.

Todos estos datos permiten a las empresas tomar decisiones informadas sobre qué mercados o destinos les ofrecen las mejores oportunidades potenciales de crecimiento, además de ayudarles a elaborar modelos de precios más precisos basados en los niveles de demanda de los clientes. Además, también permite a las empresas anticiparse a los cambios en el comportamiento de los consumidores a lo largo del tiempo, lo que les permite mantenerse a la vanguardia en un entorno industrial dinámico (OMT, 2020).

7.4.3. Características de un perfil del turista

Un perfil de turista incluye información demográfica, psicográfica, conductual y relacionada con el viaje sobre los turistas, como la edad, el sexo, los ingresos, el nivel educativo, las motivaciones, las preferencias, los patrones de viaje y el gasto (Li & Huang, 2019). Comprender las características de un perfil de turista es esencial para que los gestores de destinos y las partes interesadas de la industria turística adapten sus productos y servicios para satisfacer las necesidades y expectativas de sus mercados objetivo.

Según el autor Kotler como lo cita Gonzalez (2010) un perfil puede ser analizado a partir del análisis de varios tipos de segmentación del mercado:

1. **Geográfica:** subdivisión con base en localización de los turistas. Posee características mensurables y accesibles.
2. **Demográfica:** se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Las características demográficas proporcionan información sobre el estatus socioeconómico y el estilo de vida de los turistas, como la edad, el género, los ingresos, el nivel educativo y la ocupación.
3. **Psicográficas:** consiste en examinar atributos relacionados con el pensamiento, sentimiento y conductas de una persona. Las características psicográficas revelan sus actitudes, valores, intereses y rasgos de personalidad, que afectan a su comportamiento de viaje y al proceso de toma de decisiones (Reisinger & Mavondo, 2019).
4. **Comportamental:** se refiere al comportamiento relacionado con el producto turístico, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto. Las características conductuales o comportamentales reflejan los patrones de viaje de los turistas, como la frecuencia, la duración, el propósito y el modo de viaje, así como sus gastos, actividades y preferencias (Sönmez et al., 2018).

Identificar las características de un perfil de turista es crucial para que los gestores de destinos y las partes interesadas de la industria turística desarrollen estrategias de marketing específicas y creen productos y servicios personalizados que satisfagan las necesidades y preferencias de los turistas. Esto, a su vez, puede mejorar la competitividad y la sostenibilidad de la industria turística en un destino en particular.

7.4.4. Métodos para realizar un perfil del turista

Para perfilar eficazmente a un turista, se pueden utilizar diversos métodos y técnicas. Un método comúnmente utilizado son las encuestas, que se administran a los turistas para recopilar información sobre sus preferencias de viaje, comportamientos y motivaciones (Loker-Murphy, Pearce y Rosenberger III, 2002). Las encuestas pueden realizarse en persona, por teléfono, en línea o por correo. Las preguntas de la encuesta pueden abarcar temas como la edad, el sexo, los ingresos, el nivel educativo, el motivo del viaje, las actividades preferidas y las pautas de viaje del turista.

Otro método para perfilar a los turistas es el uso de análisis de Big Data. Se trata de recopilar grandes cantidades de datos sobre el comportamiento en línea de los turistas, como su historial de búsquedas, su actividad en las redes sociales y sus visitas a sitios web. El análisis de estos datos permite conocer mejor las preferencias y comportamientos de los turistas, lo que permite personalizar el marketing y las recomendaciones de productos (Bieger & Wittmer, 2006).

Además de las encuestas y el análisis de Big Data, otros métodos para elaborar perfiles de turistas son las entrevistas, los grupos de discusión y las observaciones. Las entrevistas y los grupos de discusión permiten a los investigadores profundizar en las motivaciones y actitudes de los turistas, mientras que las observaciones pueden aportar información sobre su comportamiento y sus interacciones con el destino (Choi & Sirakaya-Turk, 2010).

7.5. Enfoque metodológico

De acuerdo con Otero-Ortega (2018):

El proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos. (p. 19)

Con base a lo mencionado, este enfoque ayuda a recolectar datos tanto cualitativos como cuantitativos para expresar de manera más específica y profunda los análisis de estudio encontrados también pudiendo ser comparados para una mejor conclusión en los resultados de determinada investigación y finalmente los dos métodos resumirlos en uno solo obteniendo de esta manera el enfoque mixto.

7.6. Población

La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio (Arias, 2012, p. 82).

La población de este estudio está constituida por los turistas de salud que visitan la provincia de Tungurahua.

7.7. Muestra

Es el subconjunto de observaciones o individuos seleccionados para su estudio con el fin de representar al grupo más amplio. El muestreo consiste en seleccionar unidades dentro de

la población objetivo de forma que cada unidad tenga las mismas posibilidades de ser elegida para formar parte de nuestra muestra (Cochran & Cox 1992).

7.8. Tipo de investigación.

7.8.1. Investigación descriptiva

Los estudios descriptivos como sostiene Grajales (2000) busca crear una imagen o la representación (descripción) del fenómeno sujeto de estudio a partir de sus características. Midiendo variables o conceptos con el propósito de precisar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno según su investigación. La importancia se encuentra independientemente de cada característica, en ocasiones es necesario tomar en cuenta integrar más mediciones o análisis de características para determinar de mejor manera el fenómeno estudiado, pero esto no quiere decir que se va a realizar una comparación si no solo para obtener un resultado más estable.

7.8.2. Fuentes primarias

Torres et al., (2019) explica que las fuentes primarias son aquellas que:

“Los datos provienen directamente de la población o muestra de la población, mientras que las fuentes secundarias son aquellas que parten de datos pre-elaborados, como pueden ser datos obtenidos de anuarios estadísticos, de Internet, de medios de comunicación” (p. 3).

Es decir, las fuentes primarias son aquellas que se obtienen directamente por la búsqueda que se realiza por el investigador en donde se obtiene información actualizada, nueva

e interesante luego de una larga búsqueda. En ese sentido, mediante una encuesta se recolectará información sociodemográfica y de satisfacción de los turistas de salud.

7.8.3. Fuentes secundarias

Bernal et al., (2005) explica que:

Las fuentes secundarias son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información, es decir provienen a partir de las fuentes primarias.

Las fuentes secundarias utilizadas para esta investigación incluyen la revisión bibliográfica para conocer los estudios previos sobre el tema y una observación de los lugares donde se brindan servicios turísticos y de salud en la provincia. Además, se utilizará el análisis documental para recopilar y analizar datos sobre la oferta turística y de servicios de salud disponibles en la región.

7.9. Boletín informativo

En la era digital, donde la información fluye a una velocidad vertiginosa, no se debe subestimar el valor de un boletín informativo bien concebido y estratégicamente implementado. Este recurso versátil y poderoso se ha establecido como un puente confiable entre los remitentes y los destinatarios de la información, proporcionando un canal directo y efectivo para compartir noticias, actualizaciones y consejos relevantes (Chávez, 2023).

En esencia, un boletín informativo es una herramienta de comunicación dirigida, meticulosamente diseñada para satisfacer las necesidades e intereses de una audiencia específica. Como indica la Asociación Americana de Psicología (2020), su propósito principal es difundir información actual y relevante. Ya sea en forma impresa o digital, los boletines trascienden las barreras de la comunicación y encuentran su utilidad en una variedad de contextos, desde los negocios hasta la academia, el turismo y más.

7.9.1. Estructura de un boletín informativo

La estructura de un boletín es tan flexible como su propósito. Siguiendo las pautas de Meyer (2018), las secciones varían desde noticias y eventos hasta consejos y estadísticas, formando un mosaico informativo que resuena en la audiencia. Esta diversidad de contenidos se ve potenciada por un diseño atractivo y accesible, donde las imágenes y gráficos se entrelazan con el texto, enriqueciendo la experiencia de lectura y comprensión.

La distribución de boletines ha evolucionado con el avance de la tecnología. Desde la entrega tradicional en papel hasta la transmisión electrónica por correo electrónico, sitios web y plataformas de redes sociales. En ese sentido, la estructura de un boletín ha trascendido con el fin de llegar a audiencias más amplias y globalizadas.

La estructura de un boletín informativo es un mapa que guía al lector a través de la riqueza informativa que contiene. Cada sección, cada elemento, contribuye a la narrativa general que el emisor busca transmitir (Chávez, 2023).

1. **Encabezado y Título:** El encabezado y el título del boletín invitan al lector a adentrarse en su contenido. Un título claro y atrayente debe capturar la esencia del boletín, prometiendo información valiosa y relevante.

2. **Secciones Temáticas:** El cuerpo del boletín se divide en secciones temáticas, cada una enfocada en un aspecto particular de la información que se desea compartir. Estas secciones podrían abarcar noticias, eventos, consejos, recomendaciones, estadísticas y más.
3. **Contenido de Texto:** Cada artículo o sección de texto debe ser conciso, claro y relevante para el tema en cuestión. Párrafos bien estructurados y oraciones fluidas hacen que la información sea fácil de digerir.
4. **Imágenes y Gráficos:** }. Estos elementos visuales no solo añaden un atractivo estético, sino que también pueden clarificar conceptos complejos y hacer que la información sea más memorable.
5. **Llamadas a la Acción:** Los boletines informativos no solo comunican, sino que también motivan a la acción. Las llamadas a la acción estratégicamente ubicadas invitan a los lectores a profundizar más, visitar un sitio web, registrarse en un evento o participar en una conversación. Estas llamadas son los pilares que conectan la información con la participación.
6. **Datos de Contacto y Enlaces:** Al final del boletín, se encuentran los datos de contacto y enlaces relevantes. Estos actúan como anclas que conectan a los lectores con fuentes adicionales de información o con los responsables de la comunicación.

7.9.2. Boletín informativo y su aplicación en el turismo

En este contexto, su relevancia para el turismo sanitario se hace especialmente evidente. Un boletín puede actuar como un faro de información para los visitantes de la provincia de Tungurahua, ofreciendo una ventana a los diversos tratamientos y servicios médicos disponibles, y brindando valiosos consejos sobre cómo mantener la salud y el bienestar mientras se exploran los encantos turísticos de la región.

8. Validación de las preguntas científicas o hipótesis

¿Cuál es el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua?

La investigación muestra que el turista de salud que eligen visitar la provincia de Tungurahua tiene características específicas. Principalmente, este perfil está compuesto por ecuatorianos, representando el 94.1% de los visitantes. Además, se nota una preferencia por edades jóvenes, especialmente entre 18 y 40 años, que forman la base demográfica principal de este segmento turístico.

Es destacable la equitativa distribución de género entre los visitantes, lo que implica que tanto hombres como mujeres participan en esta preferencia de viaje. El análisis de las motivaciones muestra que la "relajación" es el motivo principal que impulsa su elección de destino, representando el 59% de las razones identificadas. Esto señala una búsqueda de experiencias que promuevan desconexión y bienestar emocional.

En relación a la duración de la estadía, la mayoría de los turistas de salud planean visitas cortas, centradas en estadías de uno a dos días (45%). Además, se destaca que más del 51% de este grupo tiene previsto gastar entre 0 y 100 USD durante su visita, lo que demuestra una preferencia por opciones de viaje con presupuestos moderados.

Estos hallazgos resaltan la importancia de ajustar la oferta turística de Tungurahua para satisfacer las expectativas y limitaciones económicas de este perfil de turista. Se recomienda enfocar la promoción en experiencias que fomenten la relajación y el bienestar, mientras se trabaja en la mejora continua de la calidad de las vivencias turísticas ofrecidas. Al entender las

preferencias y necesidades de este perfil específico, se pueden diseñar estrategias más efectivas para asegurar la satisfacción y retención de estos visitantes en la provincia a lo largo del tiempo.

9. Metodología

Esta investigación se basa en un enfoque metodológico cuantitativo. La investigación tuvo como objetivo general, describir el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua, a través de un estudio para la contribución al desarrollo turístico de la provincia. Para dar cumplimiento con el objetivo general se diseñaron dos objetivos específicos

9.1. Primer objetivo:

Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas identificando el perfil del turista de salud.

9.1.1. Primera actividad:

Para calcular la muestra se utilizó la fórmula siguiente teniendo en cuenta que la población de este estudio son los turistas que ingresan a la provincia (440.000), dentro de esta calculo se trabajó con un nivel de confiabilidad del 95% y un rango de erro del 5% con esto se determina las encuestas que se realizaron son 384 en total.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n= Tamaño de muestra

Z= Nivel de confiabilidad

P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de no ocurrencia

N= Población

e= Error de muestreo

$$n = \frac{(3.8416)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 440.00}{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 + 440.00 \times 0,0025} =$$

$$n = \frac{422.57,00}{1.100,965} = 383.16 = 384 \text{ personas}$$

9.1.2. Segunda actividad:

Se elaboró un cuestionario estructurado en Word con preguntas abiertas y cerradas, tomando en cuenta las cuatro variables que son demográfica, socioeconómica, motivacional y preferencial. El modelo de encuesta se la tomo de repositorio de la UTC de la tesis que se realizó en el cantón Pujilí sobre el estudio del perfil de demanda turística, en un reunió con el equipo de investigación se decidió modificar el cuestionario acorde al tema de estudio. Después de procedió a realizar las encuestas a los turistas extranjeros, nacionales y locales que visitaban los diferentes atractivos turísticos, para escoger los atractivos que prestan servicios de salud se investigó por medios digitales, páginas web de turismo, documentos, bibliotecas universitarias con el fin de obtener una base de datos reales del inventario de atractivos turísticos con jerarquías que visitan los atractivos, dentro de esta investigación se pudo destacar los siete atractivos turísticos que se muestran en la tabla ya que estos están registrados en la matriz del Ministerio de Turismo y se clasifican por categorías, tipos y jerarquías.

9.1.3. Matriz de atractivos turísticos

La elección de enfocar la investigación "Perfil del Turista de Salud que Visita la Provincia de Tungurahua" exclusivamente en el cantón Baños de Agua Santa se fundamenta en una evaluación de los atractivos turísticos de bienestar y salud en la provincia. Esta evaluación

se llevó a cabo a través de una matriz que analizó los atractivos de mayor jerarquía de niveles, aportando una base sólida y verificable para la toma de decisión.

Iniciando con un análisis, se identificaron los atractivos turísticos dentro de la provincia de Tungurahua. Estos incluyen turismo natural, cultural, gastronómico y deportes extremos, se estableció una clasificación que permitió determinar la relevancia de cada atractivo. Ya que dentro de esta investigación nos enfocamos en el ámbito de turismo de bienestar.

Tabla 3

Principales atractivos turísticos de la Provincia de Tungurahua por cantones.

Cantón	Rutas	Ubicación
Ambato	Cultura historia gastronomía, compras	Iglesia la Catedral, parque Montalvo, Casa del Portal, Casa y mausoleo de Juan Montalvo, Quinta Ficoa- Juan Montalvo, Casa Museo Juan León Mera (Quinta de Mera), Jardín Botánico Atocha- La Liria, Casa Museo Histórico Martínez Holguín (Quinta la Liria), Parque Provincial de la Familia, Asociación cuero y Afines Quisapincha, , Iglesia de Pasa, Asociación artesanal San José de Pasa, Plaza Juan Cajas, Maki Kunpa, Casa el Recreo – Gallinas de Pinllo, Parque Cevallos – Museo Colegio Bolívar, Museo Edmundo Martínez Mera, Centro Artesanal Ambato, Turismo comunitario Cunugyacu, Llangahua, Tondolique, Aso. Artesanal la Chocolatera Ambateña
Baños de Agua Santa	Aventura descanso y diversión	Galerías de Arte, Panticucho, Paradero jugo de cana y melcocha, fábrica de dulces el Guayabal, Santuario de Nuestra Señora del Rosario de Agua Santa, Mariposario, Mirador de la Virgen de Ventanas, Hospedaje la Cocha, Cascada Cabellera de la Virgen, Termas de la Virgen, Mirador de la Cruz de Bellavista, termas del Salado, termas de Santa Ana, Mirador ojos del Volcán,

		Orquideario Río Verde, Cascada encanto del Rocío, Acuario, serpentario y aves exóticas San Martín, Balneario las Penas Modernas, Downill, Eco Zoológico San Martín, Puntzán Canopy, Escalada Deportiva San Francisco/San Martín, Canyoning, Caminata Sendero la Virgen Ventanas – Runtún – Bellavista, caminata Sendero los Sauces, , Cascada Chamana, Casa del Árbol, Cascada de San Antonio, Cascada Salto del Agoyán, Salto del Péndulo, Cascada Manto de la Novia, Cascada de San Pedro del Inca, Cascada Pailón del Diablo, Malecón Río Verde, Ulba, Centro de turismo Comunitario Pondoá, Parque de la Familia Baños de Agua Santa.
Cevallos	Cevallos	Estación del tren, Caramelero Artesanal Don Manuelito, calzado, Huerto Corazón de Jesús, Huerto Merceditas, Dulcifresas Productores de fresas y mermeladas artesanales.
Mocha	Sendero de tradición y Deleite	Iglesia Matriz, Paradero María Diocelina, Ruta lava del Carihuayrzo, cascada Calipiedra, Cascada loma verde, Paradero Turístico Tupac Tambu, Refugio de Don Antonio, Paradero Gastronómico la Estación, Artesanías de Masapan Asociación San Carlos de Querochaca, Mirador Pie de San Juan, Granja integral Susana Morales, Restaurante la Escondida, Mochanitos Express

Patate	Te acoge, te conquista, te encanta	Museo Religioso y Arqueológico Señor del Terremoto, Cascada Mundug, Arepas y chicas de uva, Asociación Agropecuaria Quinlata, Pasaje Soria, Asociación Agroecológica San Rafael Alto, Ruta Kuri Pishku, Parque Nacional Llanganates,
San Pedro de Pelileo	Comercio, cultura y naturaleza	Museo y centro de diversidad Cultura de Salasaka, Complejo Turístico la Moya, Parapente Cerro Nitón, Manufactura de Jeans – el Tambo, Mercado Artesanal y Cultural Llikakama, Muebles de madera – Huambaló, Indi Wasi, La Hiedra Paradero Turístico Ecológico, Complejo Recreacional Don Moro, Estancia tres Marías, Complejo turístico el Truchón, Hostal Pelileo, Valle Hermoso, Canastos de la Rabija, Empanadas de Tiesto – Aso. 17 de Octubre, Mercado Artesanal – Salasaka, Granja Agroecológica Llano Blanco, Cerro Teligote
Santiago de Píllaro	Un tesoro por descubrir	Granja Agropecuaria del HGPT, Centro Parroquial Poaló, Mascaras de Diablos , Museo Ruminahui, Prosecc – Flor, Centro Turístico Quillán, Ruta Kuri Pishku, Granja de Margarita Llanganate, Fiesta de la Diablada Pillarena, Parque Nacional Llanganates, Galora Sport – Balones, Restaurant Delicias de la Pacha Mama

Quero	Verde encanto	<p>Cascada de Jun Jun, Hacienda Hipolongo, Centro Ocupacional Medalla Milagrosa, Taller de Artesanías Moreta, Asoc. Tierra productiva – helados y mermelada de Uvilla, Artesanías Sánchez, Quinta ecológica la Playa, Santuario diocesano de Nuestra Señora del Monte, Aroleq, Hotel Quero.</p>
Tisaleo	Alegre paraíso cultural	<p>Asociación Corazón de Jesús, Guitarras de Jugete, Lácteos Marlén, Tentadero J.R. campo Verde – helados Junior, Fritadas Mamá Fanny, Turrónes Brayhino, Fiesta de la Inga Palla, Granja Integral San Martín, Granja CBG, Museo San Vicente.</p>

Nota: PDOT de Tungurahua 2019

Una vez recopilados estos datos, se procedió a comparar los atractivos de bienestar y salud presentes en los diferentes cantones de la provincia. En este análisis, quedó en evidencia que el cantón Baños de Agua Santa se destacaba significativamente por la diversidad y la cantidad de establecimientos de turismo de salud que ofrece. En contraste, otros cantones presentaban una presencia menos marcada en esta área.

La ausencia de establecimientos de turismo de salud en otros cantones, como se refleja en la ausencia de registros en la tabla de atractivos turísticos, confirmó y validó la observación inicial. Esta falta de presencia sugería que la base de datos y la oferta de servicios en otros cantones no serían suficientes para respaldar una investigación significativa en el ámbito del turismo de salud.

Por último, la proximidad geográfica y la concentración de los establecimientos de turismo de salud en el cantón Baños simplificaron la logística de la investigación. Esta concentración facilitó la realización de encuestas y la recolección de datos, optimizando los recursos y asegurando la representatividad de la información recopilada.

A continuación, se presenta la matriz de atractivos turístico utilizada:

Tabla 4

Matriz de atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa.

Provincia	Cantón	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Pública	Privada
1 Tungurahua	Baños	Termas de la Virgen	Sitios naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	II	X	
2 Tungurahua	Baños	Balneario el Cangrejo o Santa Clara	Sitios naturales	Aguas subterráneas	Aguas minerales	II	X	
3 Tungurahua	Baños	Cascada Cabellera de la Virgen	Sitios naturales	Ríos	Cascadas	II	X	
4 Tungurahua	Baños	Medicina alternativa	Manifestación cultural	Etnografía	Medicina natural o alternativa	II	X	

5	Tungurahua	Baños	Termas el Salado	Sitio natural	Aguas subterráneas	Aguas termales	II	X	
6	Tungurahua	Baños	Balneario las peñas o Modernas	Sitios naturales	Montañas	Mirador	II		X
7	Tungurahua	Baños	Termas de Santa Ana	Sitios naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	II	X	

9.1.4. Cronograma de actividades salida de campo

Para la recolección de datos se realizaron varias salidas de campo a los diferentes atractivos turísticos que prestan servicio de salud. A continuación, se detallada cada uno de los lugares y las respectivas fechas de salida hacia cada lugar. Por ello se estableció una fecha máxima para la recolección de datos desde 24 de junio hasta el 15 de julio del presente año.

Tabla 5

Cronograma de actividades de salida de campo.

Encuestas programadas	Atractivos turísticos	Fecha de visita	Hora de visita	Observaciones
Salida de campo		24-06-23	09:00 am – 15:00pm	Comprobación de los lugares existentes dentro del cantón.
60	Termas de la Virgen	30-06-23 01-07-23	10:00am- 16:00pm	Fotografías
40	Balneario el Cangrejo o Santa Clara	04-07-23	10:00am- 16:00pm	Fotografías
50	Cascada Cabellera de la virgen	05-07-23	10:00am- 16:00pm	Fotografías

45	Medicina alternativa	08-07-23	10:00am- 16:00pm	Fotografías
65	Termas el Salado	09-07-23	10:00am- 16:00pm	Fotografías
45	Balneario las Peñas o Modernas	14-07-23	10:00am- 16:00pm	Fotografías
50	Termas de Santa Ana	15-07-23	10:00am- 16:00pm	Fotografías
Total 384				

Elaborada por: Alexandra Toaquiza

Se realizaron encuestas a los turistas que estaban visitando los atractivos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa. Los días de mayor afluencia en el cantón son los fines de semana, ya que los turistas disponen de tiempo libre para disfrutar con sus familias y amigos. Mayoritariamente, se logró recopilar datos de turistas locales y nacionales.

9.1.5. Tercera actividad:

Una vez aplicado el cuestionario, los datos recopilados de las encuestas fueron ordenados y clasificados utilizando Excel, facilitando así el análisis y la discusión de los resultados referentes al perfil del turista.

9.2. Objetivo dos:

Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua,

9.2.1. Primera actividad:

Se formuló la información necesaria para el diseño del boletín. Esto incluye definiciones relevantes sobre el perfil del turista, además de considerar la distinción conceptual entre el turismo de bienestar y el turismo de salud, evitando confusiones y asegurando una comprensión precisa de cada enfoque.

9.2.2. Segunda actividad:

se desarrolló la estructura y el diseño del boletín informativo. Además, se redactó información sobre los atractivos relacionados con el turismo de salud en el cantón. Para este propósito, se utilizó la aplicación Canva debido a su utilidad en la creación de materiales visuales.

9.2.3. Tercera actividad:

Se llevó a cabo la selección del material necesario para la impresión del boletín informativo. Este recurso, ya sea en formato digital o impreso, resulta valioso al contener secciones informativas sobre el turismo de salud.

10. Análisis y discusión de los resultados

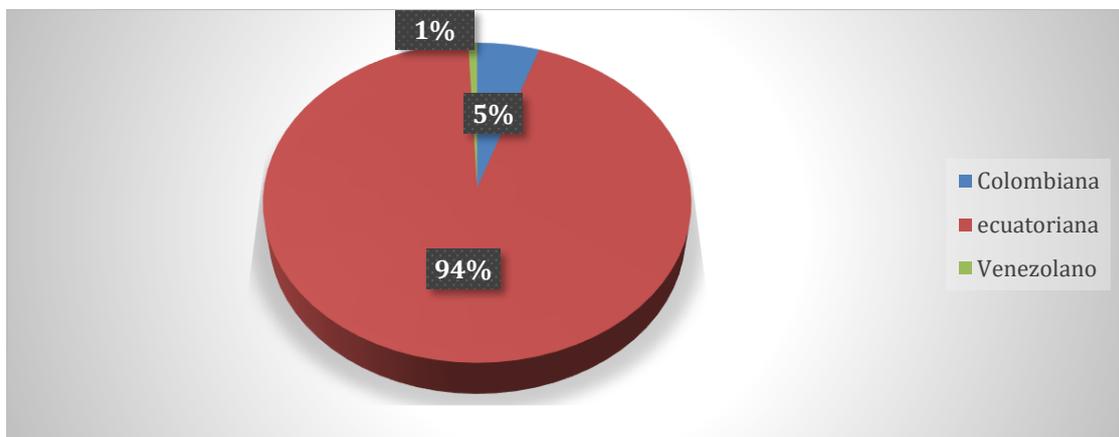
Una vez recolectada la información correspondiente se realiza el análisis de la interpretación de los datos obtenidos de la aplicación del instrumento en la recolección de datos

y se interpretará los resultados con base a las variables del Perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua, con la finalidad de dar respuesta a los objetivos de la investigación.

10.1. Variable demográfica

Figura 1

Nacionalidad: ¿Dónde nació?

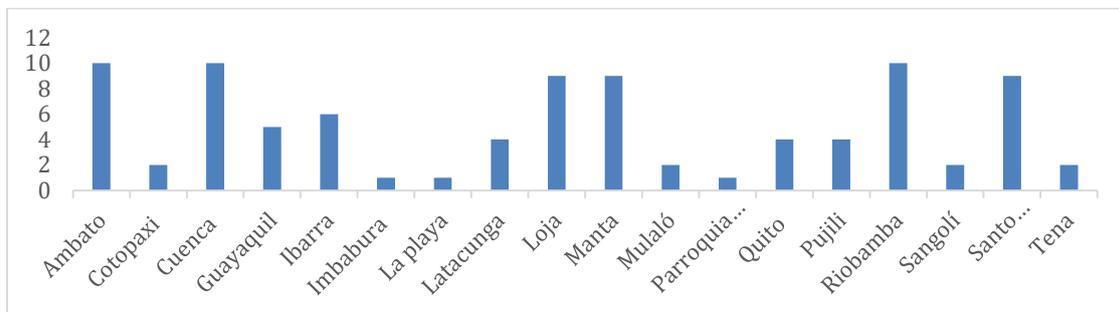


Elaborado por: Alexandra Toaquiza

De los 384 encuestados se puede evidenciar que la nacionalidad de los turistas es 94.1% del total son nacionales ecuatorianos son el grupo más numeroso en la muestra. Por otro lado, se identificaron turistas colombianos, lo que representa alrededor del 5.1% del total de encuestados. Además, se registra la presencia de turistas venezolanos, representando aproximadamente el 0.7% del total.

Figura 2

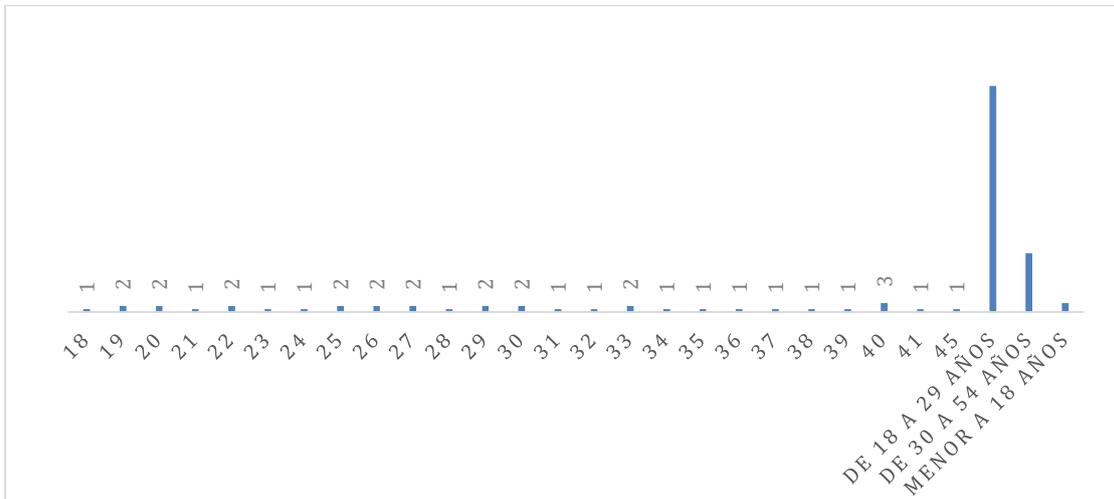
¿Cuál es su lugar de residencia?



Elaborado por: Alexandra Toaquiza

Latacunga, Ambato, Cuenca, Riobamba son los lugares de residencia más frecuente entre los turistas de salud encuestados. Loja, Manta y Santo Domingo: Estas ciudades tienen 9 residentes cada una en la muestra. Ambato: Si bien Tungurahua es la provincia donde se realiza la encuesta, solo 10 personas en la muestra provienen de Ambato, lo que indica que existe una presencia significativa de turistas locales que también visitan la provincia. Pujilí y Cotopaxi: Aparecen varias menciones diferentes de estas ciudades, lo que puede deberse a confusiones en la redacción o a diferentes ubicaciones dentro de la misma región.

Otras localidades: Además de las mencionadas, se registran residentes de otras ciudades y lugares como Ibarra, Imbabura, La Playa, Mulaló, Parroquia 11 de noviembre, Sangolquí y Tena, cada una con dos registros.

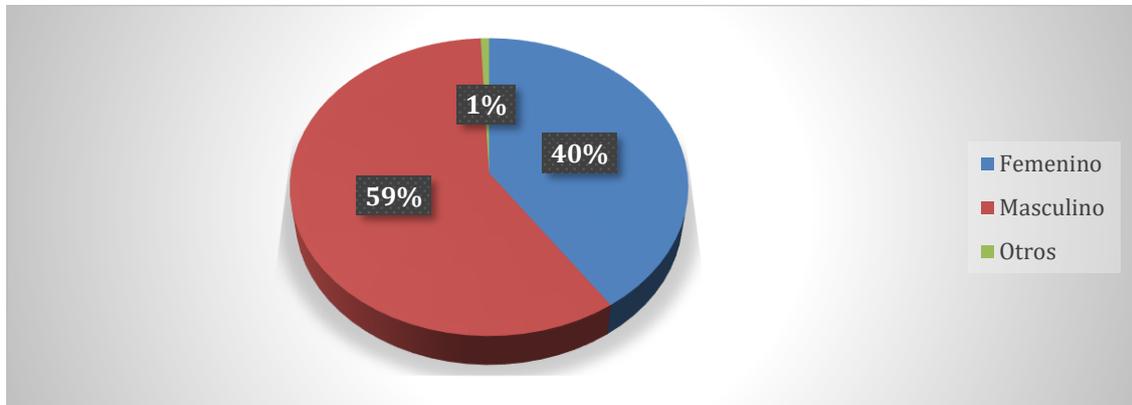
Figura 3*¿Cuál es su edad?***Elaborado por:** Alexandra Toaquiza

Edades individuales: Se observa que la mayoría de los turistas de salud en la muestra tienen edades comprendidas entre los 18 y los 40 años. En particular, las edades con más representantes son 18, 19, 20, 22, 25, 26, 27, 29 y 30 años.

Distribución de edades: La mayor concentración de turistas se encuentra en el rango de "18 a 29 años", representando alrededor del 56.6% del total de encuestados. Los turistas de salud de edades "De 30 a 54 años" constituyen aproximadamente el 14.7% del total. Por otro lado, los turistas menores de 18 años representan aproximadamente el 2.2% del total.

Figura 4

¿Cuál es su género?

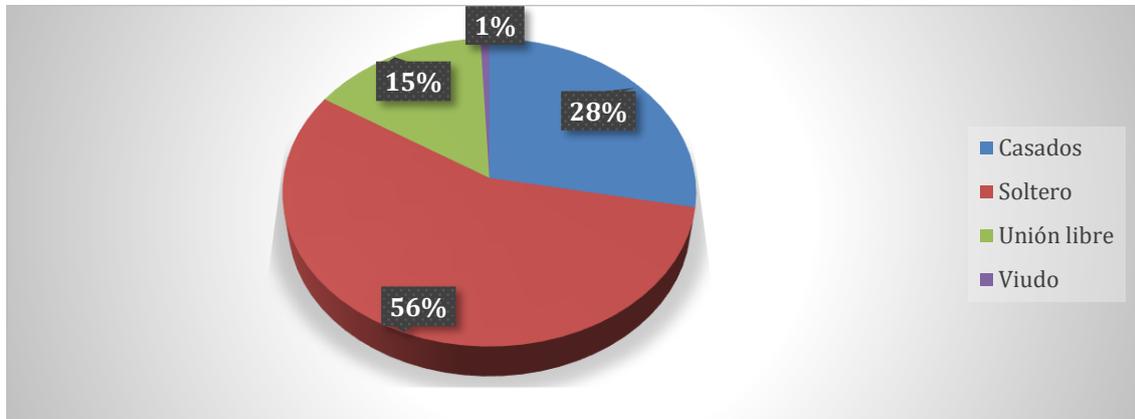


Elaborado por: Alexandra Toaquiza

La distribución de género en esta muestra es la siguiente, Femenino representa aproximadamente el 40% del total de encuestados. Masculino: Constituye aproximadamente el 59% del total de encuestados. Otros: Representa aproximadamente el 0.1% del total de encuestados. Esto da entender que el género masculino es el que toma la iniciativa para viajar hacia los diferentes atractivos turísticos otorgando la seguridad de la familia, amigos.

Figura 5

¿Cuál es su estado civil?

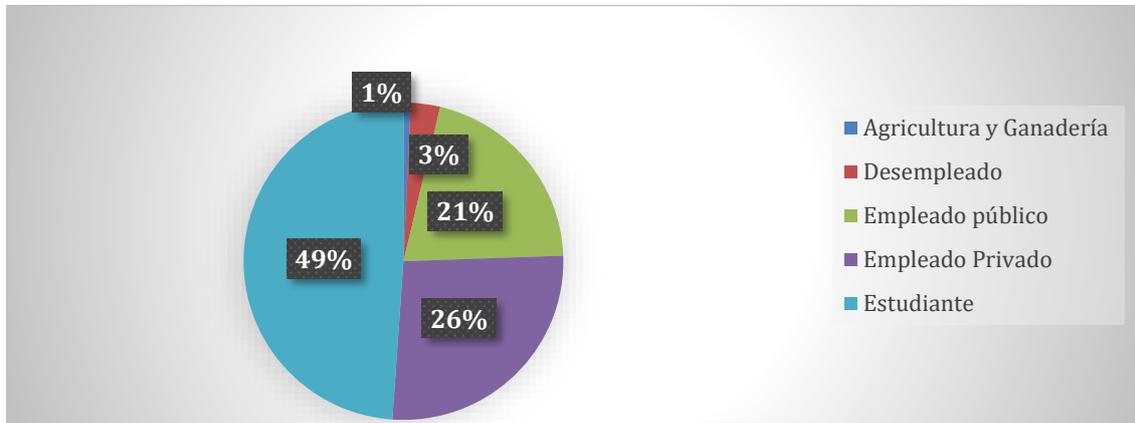


Elaborado por: Alexandra Toaquiza

La distribución de estado civil en esta muestra es la siguiente: Casado/a: Representa aproximadamente el 28% del total de encuestados. Soltero/a: Constituye aproximadamente el 56% del total de encuestados. Unión Libre: Representa aproximadamente el 15% del total de encuestados. Viuda: Representa aproximadamente el 1% del total de encuestados.

Figura 6

¿Cuál es su situación laboral?



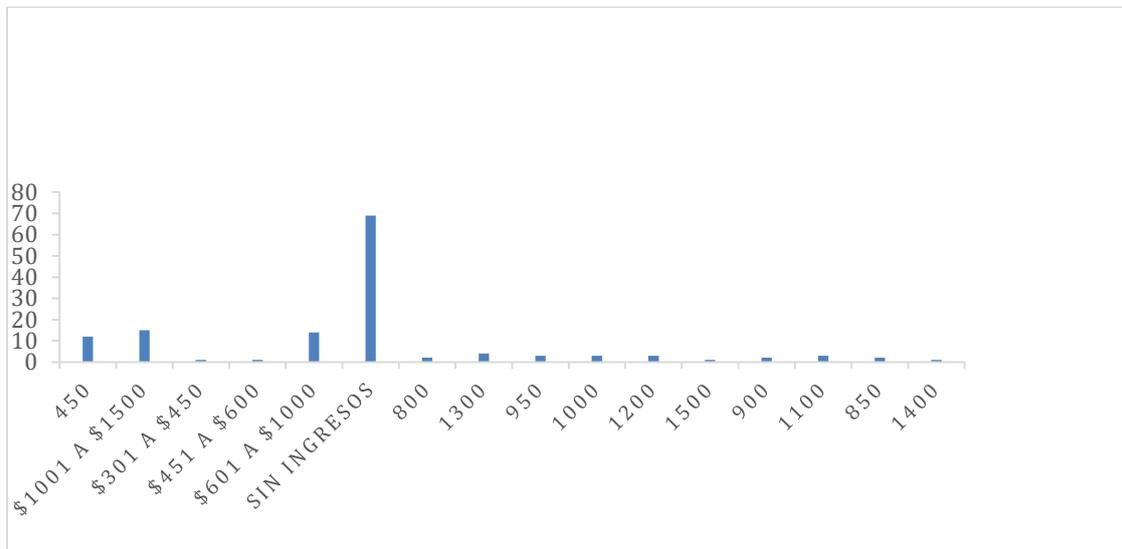
Elaborado por: Alexandra Toaquiza

A continuación, se presentan los resultados, el grupo más numeroso en la muestra es el de los estudiantes, lo que representa aproximadamente el 49% del total de encuestados, hay personas que indicaron ser empleados privados lo que equivale a aproximadamente el 26% del total. Empleado público representa aproximadamente el 21% del total de encuestados. Desempleado representa aproximadamente el 3% del total de encuestados y el 1% representa a la situación laboral de los agricultura y ganadería.

10.2. Variables socioeconómicas

Figura 7

¿Cuál es su promedio mensual de ingresos?



Elaborado por: Alexandra Toaquiza

El grupo más numeroso en la muestra es el de personas que indicaron no tener ingresos, lo que representa aproximadamente el 50.7% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados podría no tener empleo o fuente de ingresos en ese momento. \$1001 a \$1500: Constituye aproximadamente el 11% del total de encuestados.

\$601 a \$1000: Representa aproximadamente el 10.3% del total de encuestados.

\$450: Representa aproximadamente el 8.8% del total de encuestados.

\$1300: Representa aproximadamente el 2.9% del total de encuestados.

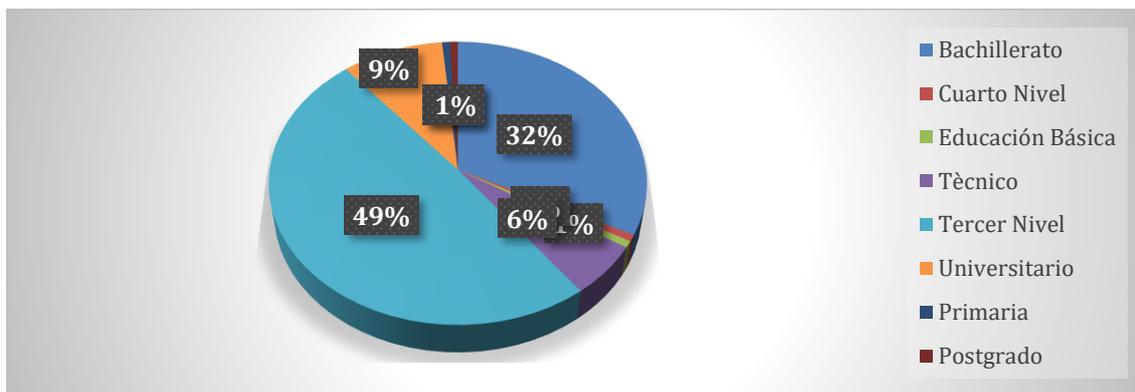
\$1000, \$1200, \$1100: Cada uno representa aproximadamente el 2.2% del total de encuestados.

\$800, \$950, \$900, \$850: Cada uno representa aproximadamente el 1.5% del total de encuestados.

\$1400, \$1500, \$301 a \$450, \$451 a \$600: Cada uno representa aproximadamente el 0.7% del total de encuestados.

Figura 8

¿Qué nivel de estudios tiene?



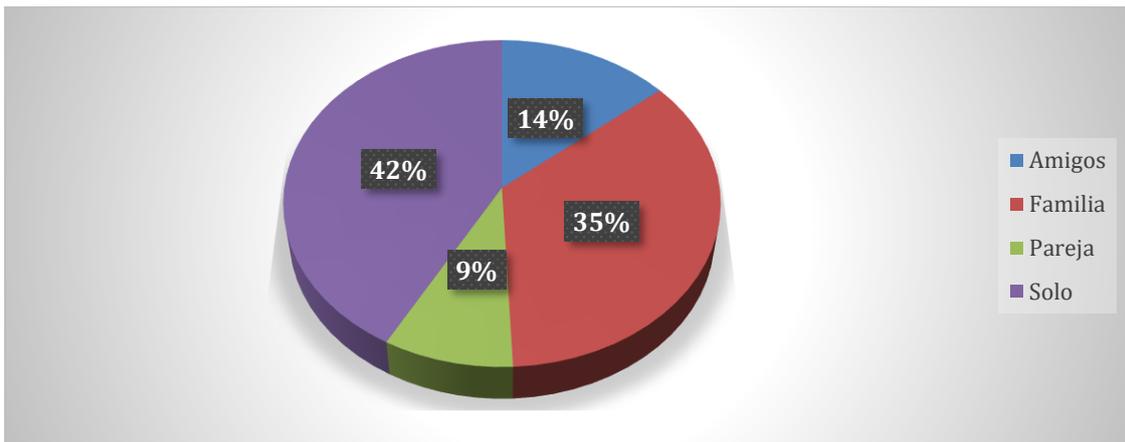
Elaborado por: Alexandra Toaquiza

El grupo más numeroso en la muestra es el de personas que indicaron tener educación de tercer nivel, lo que representa aproximadamente el 49% del total de encuestados. Este grupo incluye a aquellas personas que han completado estudios universitarios o técnicos de nivel superior. Hay personas que indicaron tener estudios de bachillerato, lo que equivale a aproximadamente el 32% del total de encuestados. Se registraron turistas de salud que indicaron tener estudios técnicos, representando aproximadamente el 6% del total. Hay personas que seleccionaron "Universitario" como su nivel de estudios, lo que representa aproximadamente el

9% del total. Cuarto Nivel, Educación Básica, Primaria, Postgrado: Cada uno de estos niveles de estudios representa aproximadamente el 0.7% del total de encuestados.

Figura 9

¿Con quién viaja?



Elaborado por: Alexandra Toaquiza

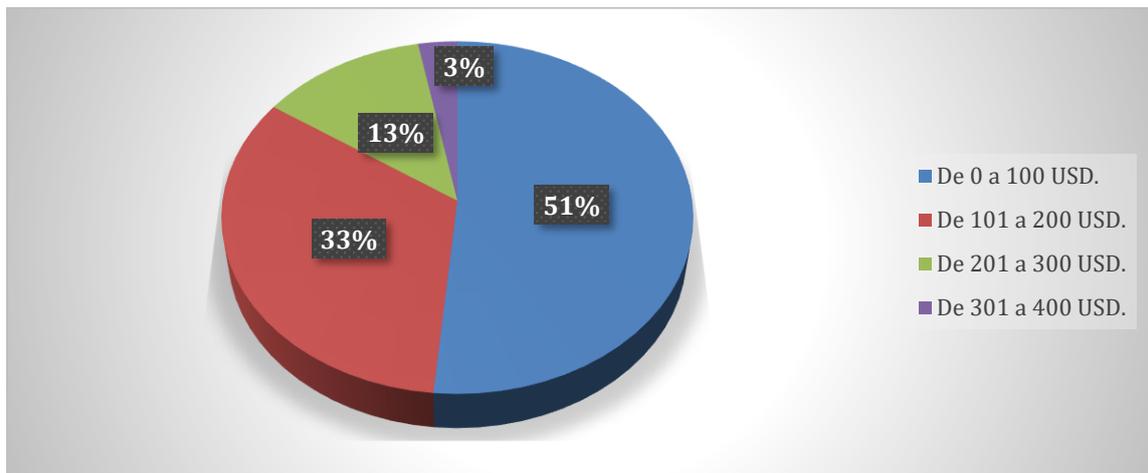
A continuación, se presentan los resultados, El grupo más numeroso en la muestra es el de personas que indicaron viajar solas, lo que representa aproximadamente el 42% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados prefiere viajar sin compañía.

Hay personas que indicaron viajar con su familia, lo que equivale a aproximadamente el 35% del total de encuestados. Viajar en familia es una opción popular entre los turistas de salud en la muestra.

Se registraron turistas de salud que indicaron viajar con amigos, representando aproximadamente el 14% del total. Hay personas que seleccionaron "Pareja" como su compañía de viaje, lo que representa aproximadamente el 9% del total de encuestados.

Figura 10

¿Cuánto estima gastar durante su visita a la provincia de Tungurahua?



Elaborado por: Alexandra Toaquiza

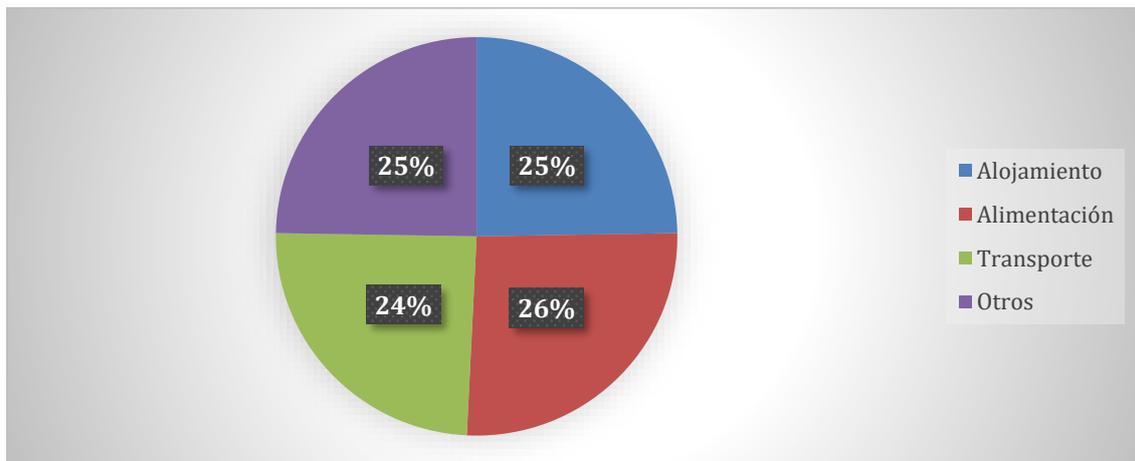
El grupo más numeroso en la muestra es el de personas que estiman gastar entre 0 y 100 USD durante su visita, lo que representa aproximadamente el 51% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados tiene un presupuesto de gastos más limitado.

Hay personas que estiman gastar entre 101 y 200 USD durante su visita, lo que equivale a aproximadamente el 33% del total de encuestados. Se registraron turistas de salud que estiman gastar entre 201 y 300 USD, representando aproximadamente el 13% del total. Hay personas que seleccionaron este rango de gasto, lo que representa aproximadamente el 3% del total de

encuestados. Es importante mencionar que estos resultados están basados en la muestra de la encuesta.

Figura 11

¿Qué porcentaje de tu gasto total destinaste a cada uno de los siguientes aspectos durante tu visita a la provincia de Tungurahua?



Elaborado por: Alexandra Toaquiza

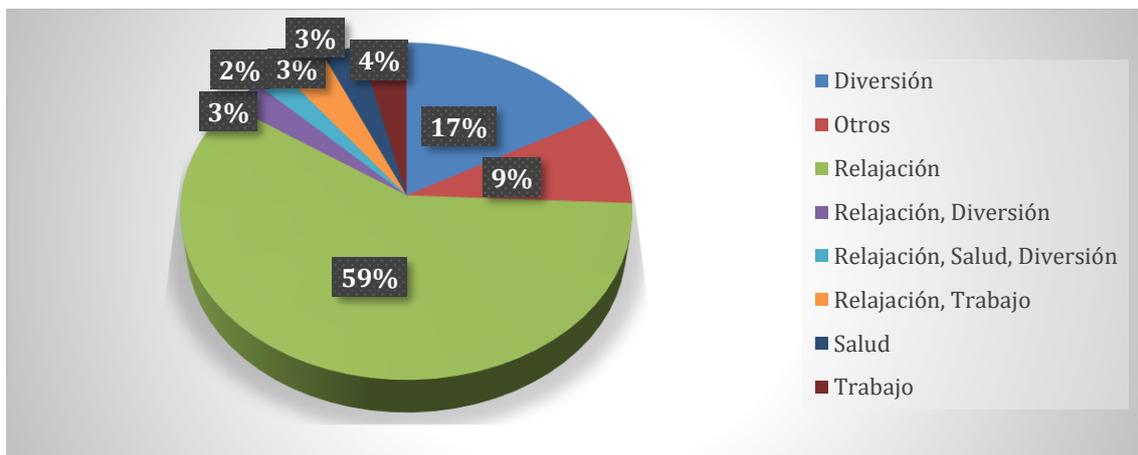
La tabla muestra que se encuestaron un total de 384 turistas de salud y se les preguntó sobre el porcentaje de su gasto total destinado al alojamiento. A continuación, se presentan los resultados:

Los turistas indicaron que el 25% destinaron para alojamiento dentro del cantón, y el 26% está destinado para alimentación mientras visitan los diferentes atractivos, los turistas manifestaron que en transporte destinaron el 24% ya que algunos viajan en autos y otros en buses, y el 25% lo destinan para otras, estas están entre las compras de artesanías y los juegos de aventuras que son actividades completarias.

10.3. Variable de motivación

Figura 12

¿Cuál fue el principal motivo de su viaje?



Elaborado por: Alexandra Toaquiza

El motivo más frecuente en la muestra es el de "Relajación", representa aproximadamente el 59% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados visitaron la provincia de Tungurahua para relajarse y desconectarse. Diversión: Constituye aproximadamente el 17% del total de encuestados.

Dentro de esta opción las personas realizaron selección múltiple que corresponde a Relajación, Diversión: Representa aproximadamente el 2.9% del total de encuestados.

Relajación, Salud, Diversión: Representa aproximadamente el 2.2% del total de encuestados.

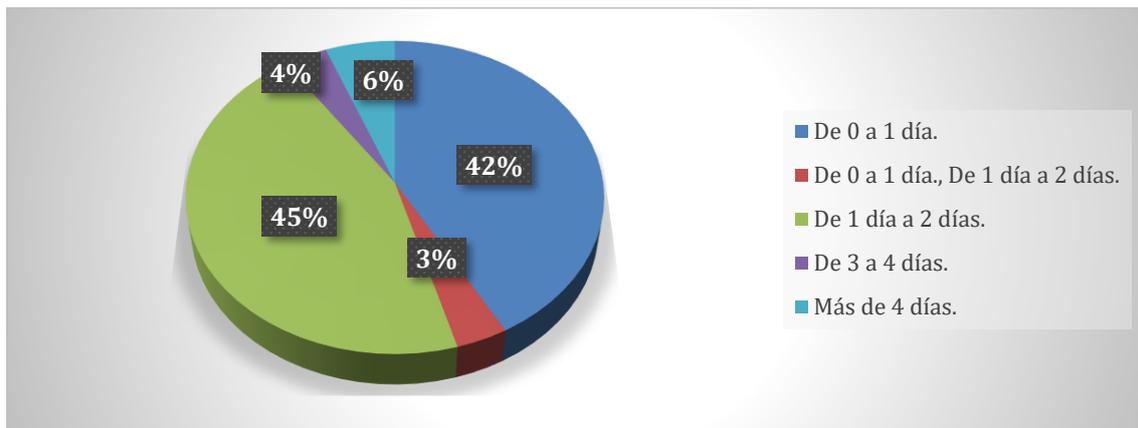
Relajación, Trabajo: Representa aproximadamente el 3.7% del total de encuestados.

Otros: Representa aproximadamente el 9% del total de encuestados.

Salud, Trabajo: Representa aproximadamente el 2.9% del total de encuestados.

Figura 13

¿Qué tiempo estimó para su visita al cantón?

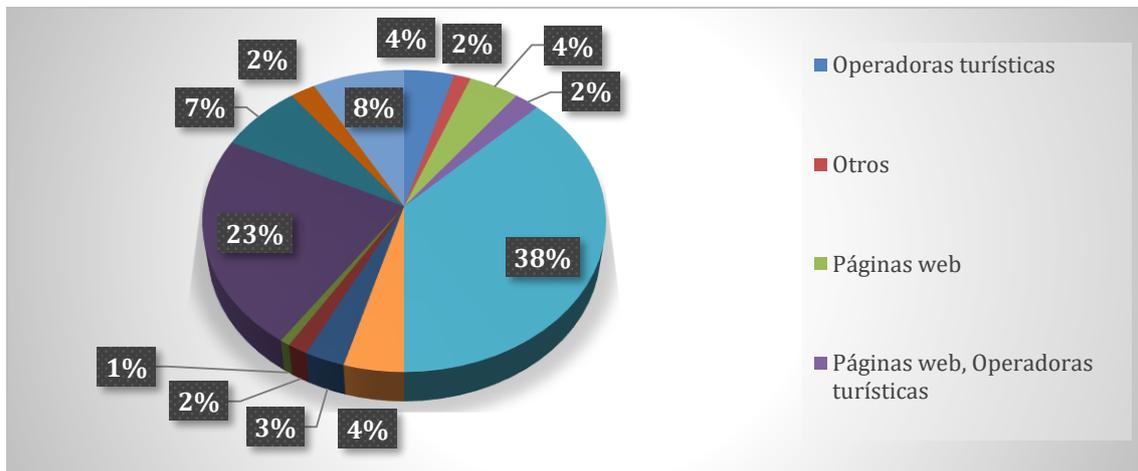


Elaborado por: Alexandra Toaquiza

De 0 a 1 día: El grupo más numeroso en la muestra es el de personas que estimaron visitar el cantón por un día o menos, representa aproximadamente el 42% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados planificaron visitas cortas. De 1 día a 2 días: Constituye aproximadamente el 45% del total de encuestados. De 3 a 4 días: Representa aproximadamente el 3% del total de encuestados. Más de 4 días: Representa aproximadamente el 6% del total de encuestados. De 0 a 1 día, De 1 día a 2 días: Representa aproximadamente el 4% del total de encuestados.

Figura 14

¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Tungurahua?



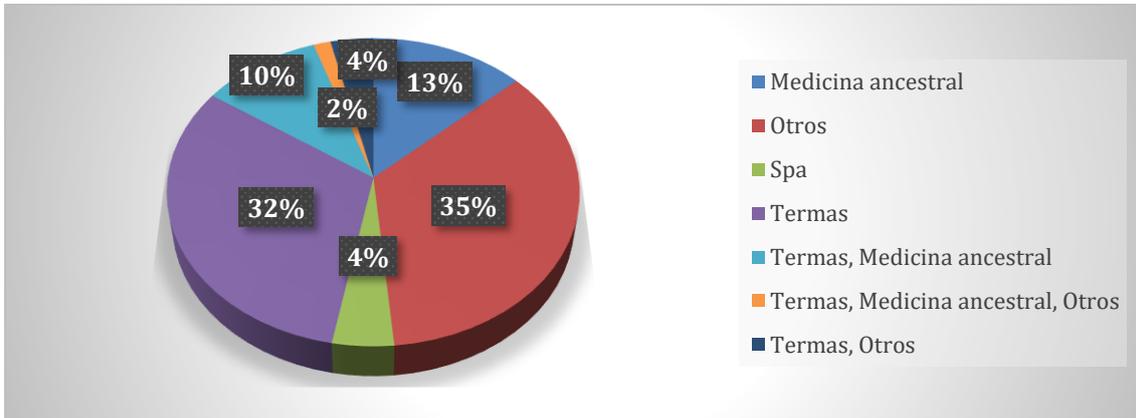
Elaborado por: Alexandra Toaquiza

El medio más utilizado para informarse sobre los atractivos turísticos de la provincia de Tungurahua es a través de las redes sociales, lo que representa aproximadamente el 38% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados utiliza plataformas de redes sociales para obtener información sobre los atractivos turísticos. Referencias familiares o de amigos: Constituye aproximadamente el 23% del total de encuestados.

Televisión: Representa aproximadamente el 8.1% del total de encuestados. Operadoras turísticas, Páginas web: Cada uno representa aproximadamente el 4.4% del total de encuestados. Redes sociales, Páginas web, Televisión, Operadoras turísticas: Representa aproximadamente el 7% del total de encuestados.

Figura 15

¿Cuál es su principal motivo para elegir la provincia de Tungurahua como destino turístico de salud?



Elaborado por: Alexandra Toaquiza

La tabla muestra que se encuestaron un total de 384 turistas de salud y se les preguntó sobre el motivo principal para elegir la provincia de Tungurahua como destino. A continuación, se presentan los resultados: Otros: Representa aproximadamente el 35% del total de encuestados.

Termas: Constituye aproximadamente el 32% del total de encuestados.

Medicina ancestral: Representa aproximadamente el 13% del total de encuestados.

Spa: Representa aproximadamente el 4% del total de encuestados.

Los turistas realizaron la selección múltiple en esta pregunta que corresponde, Termas, Medicina ancestral: Representa aproximadamente el 10.3% del total de encuestados.

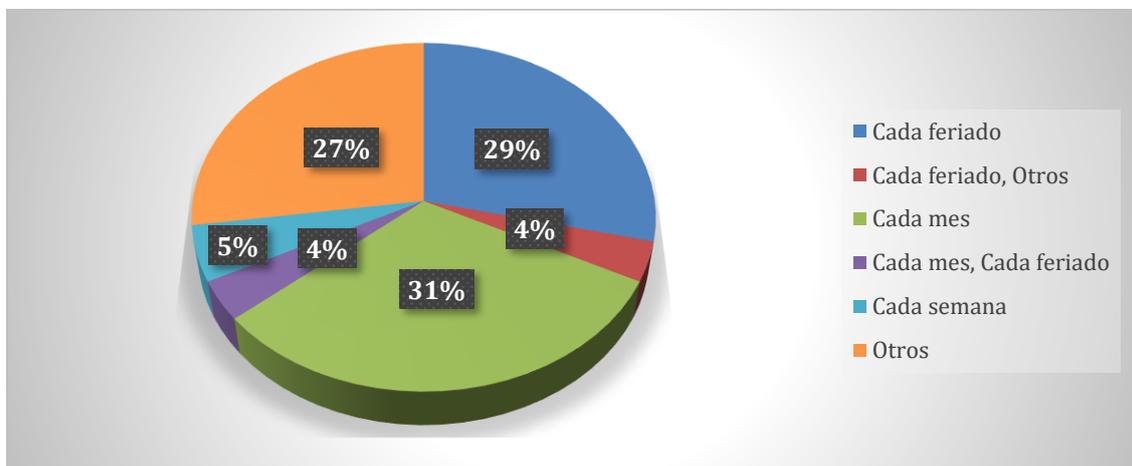
Termas, Medicina ancestral, Otros: Representa aproximadamente el 1.5% del total de encuestados.

Termas, Otros: Representa aproximadamente el 3.7% del total de encuestados.

10.4. Variable de preferencias

Figura 16

¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?

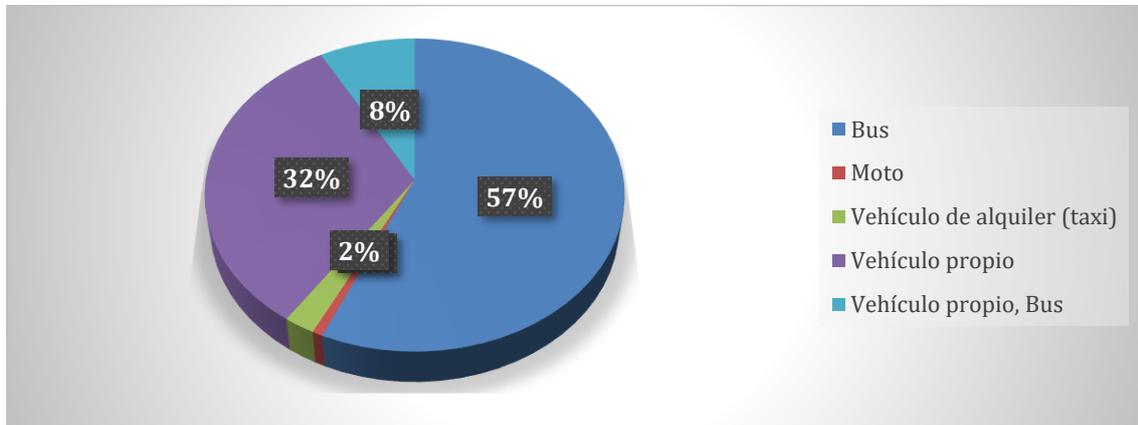


Elaborado por: Alexandra Toaquiza

La frecuencia más mencionada en la muestra es "Cada mes", representa aproximadamente el 31% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados realiza actividades turísticas mensualmente. Hay personas que mencionaron realizar actividades turísticas en "Cada feriado", lo que equivale a aproximadamente el 29% del total de encuestados. Se registraron turistas de salud que mencionaron otras frecuencias para realizar actividades turísticas, representando aproximadamente el 27% del total.

Figura 17

¿Qué medio de transporte utiliza para llegar a la provincia de Tungurahua?



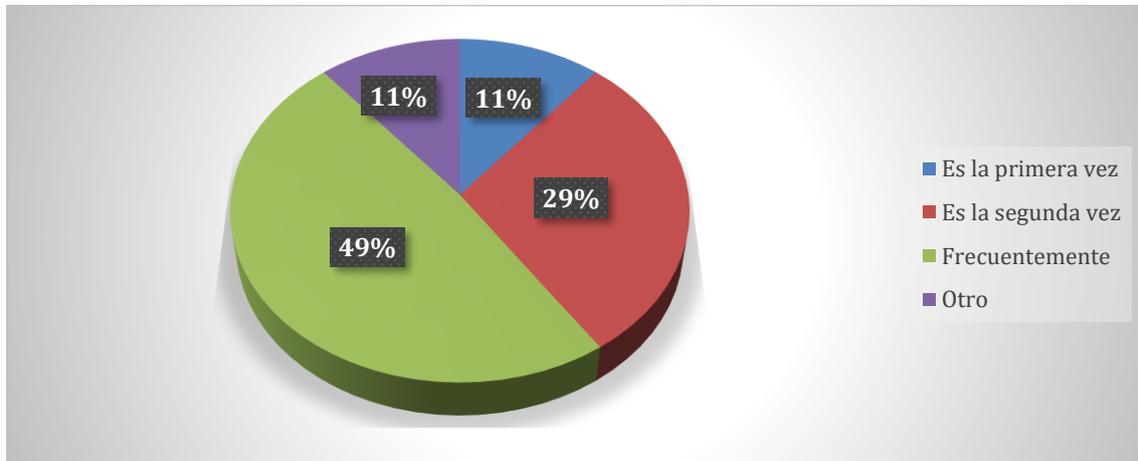
Elaborado por: Alexandra Toaquiza

La tabla muestra los resultados obtenidos de los turistas de salud y se les preguntó sobre el medio de transporte utilizado para llegar a la provincia. A continuación, se presentan los resultados:

Bus: El medio de transporte más utilizado en la muestra es el "Bus", representa aproximadamente el 57% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados prefirió llegar a la provincia en autobús. Vehículo propio: Constituye aproximadamente el 32% del total de encuestados. Vehículo propio, Bus: Representa aproximadamente el 8% del total de encuestados. Vehículo de alquiler (taxi): Representa aproximadamente el 2.2% del total de encuestados. Moto: Representa aproximadamente el 0.7% del total de encuestados.

Figura 18

¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Tungurahua?

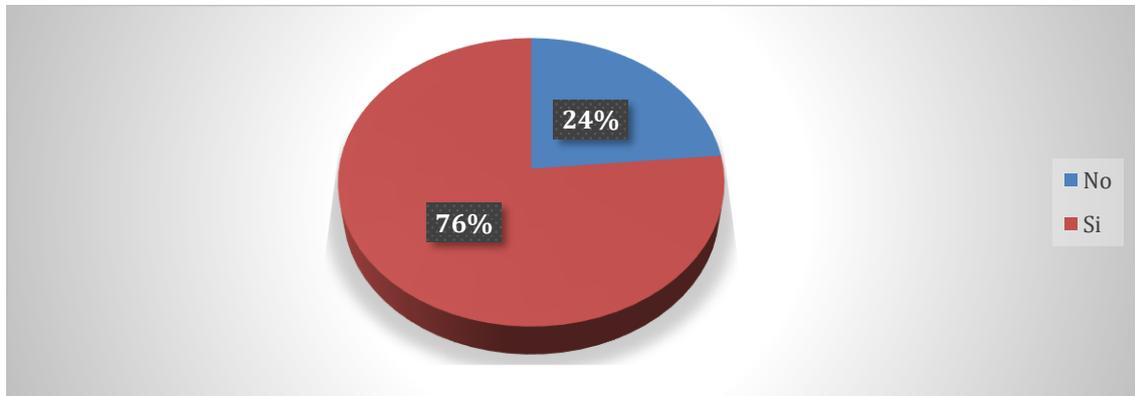


Elaborado por: Alexandra Toaquiza

La categoría más mencionada en la muestra es "Frecuentemente", representa aproximadamente el 49% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados ha visitado la provincia en múltiples ocasiones. Constituye aproximadamente el 29% del total de encuestados. Representa aproximadamente el 11% del total de los turistas que visitan la provincia. Representa aproximadamente el 11% del total de encuestados.

Figura 19

¿Ha visitados otras regiones del ecuador con fines turísticos de salud?

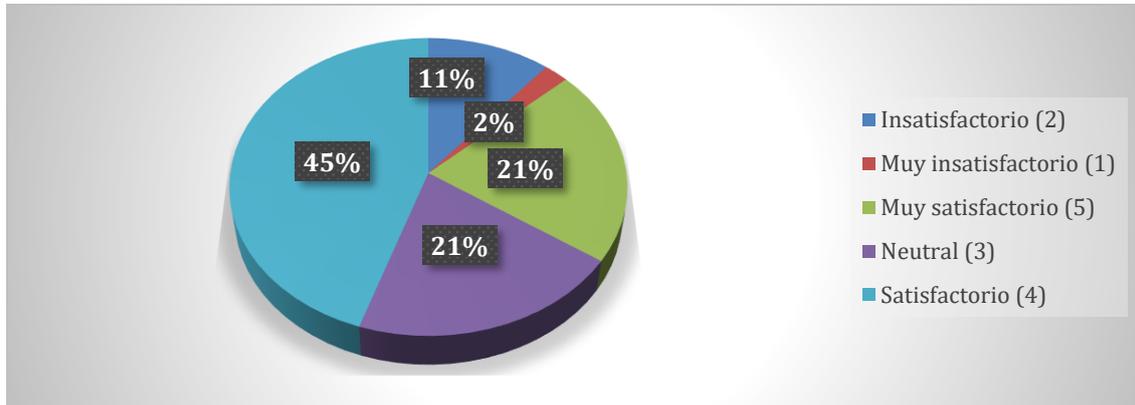


Elaborado por: Alexandra Toaquiza

La categoría más mencionada en la muestra es "Sí", lo que representa aproximadamente el 76% del total de encuestados. Esto indica que una parte significativa de los turistas de salud encuestados ha visitado otras regiones del Ecuador con fines turísticos de salud. Hay personas que mencionaron que no han visitado otras regiones del Ecuador con fines turísticos de salud, lo que equivale a aproximadamente el 24% del total de encuestados.

Figura 20

¿Cuál es tu nivel de satisfacción general con tu experiencia turística de salud en la provincia de Tungurahua?



Elaborado por: Alexandra Toaquiza

La tabla muestra que se encuestaron un total de encuestas realizadas hacia los turistas de salud y se les preguntó sobre su nivel de satisfacción general con su experiencia turística en la provincia. A continuación, se presentan los resultados:

Satisfactorio (4): La categoría más mencionada en la muestra es "Satisfactorio", lo que representa aproximadamente el 45% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados tuvo una experiencia turística satisfactoria en la provincia. Muy satisfactorio (5) constituye aproximadamente el 21% del total de encuestados. Neutral (3) representa aproximadamente el 21% del total de encuestados. Insatisfactorio (2) representa aproximadamente el 11% del total de encuestados. Muy insatisfactorio (1) representa aproximadamente el 2% del total de encuestados.

11. Boletín informativo del perfil del turista

El boletín informativo que se presenta en esta investigación contiene información sobre los diferentes tratamientos y servicios de salud disponibles en la provincia de Tungurahua, las instalaciones, así como recomendaciones de expertos sobre cómo mantener una buena salud y bienestar mientras se disfruta de los atractivos turísticos de la zona.

11.1. Diseño Visual:

- **Tamaño de fuente:** Se utilizaron diferentes tamaños de fuente para diferentes elementos:
- **Títulos:** Alfa Slab One.
- **Frases y citas:** League Spartan.
- **Contenido:** Playfair Display.

En cuanto al diseño visual del boletín se seleccionaron tipos de fuente específicos para diferentes elementos con el objetivo de lograr una presentación estética y fácil de leer. Los títulos se destacan con la fuente "Alfa Slab One", lo que les otorga un aspecto llamativo y distintivo. Para las frases y citas, se optó por la fuente "League Spartan", lo que añade dinamismo y énfasis. Por último, el contenido principal se presenta en la fuente "Playfair Display", que aporta elegancia y legibilidad al boletín.

11.2. Colores

Se emplearon cuatro colores principales en el diseño:

- Verde oscuro

- Gris
- Negro
- Blanco

La paleta de colores seleccionada incluye verde oscuro, gris, negro y blanco. El verde se utiliza para transmitir una sensación de frescura y salud, resaltando la temática de bienestar. El gris y el negro se utilizan en combinación con el blanco para lograr un contraste atractivo y una fácil legibilidad en el texto. Esta elección de colores se alinea con la naturaleza relajante del contenido y proporciona una experiencia visual agradable para los lectores.

11.3. Índice de contenidos y estructura

El índice de contenidos proporciona una guía esencial para los lectores, permitiéndoles navegar por el boletín de manera eficiente. Cada sección del boletín aborda temas específicos relacionados con el turismo de salud y bienestar. Se inicia con la exploración de las limitaciones conceptuales en este campo y continúa con la diferenciación del turismo de salud en comparación con otras formas de turismo. A lo largo del boletín, se explora la belleza y bienestar en Baños de Agua Santa, la oferta turística disponible, los lugares destacados, el perfil del turista, la recopilación de datos y el análisis de los resultados.

La sección final del boletín incluye agradecimientos y contactos, donde se reconocen los esfuerzos del equipo de investigación y se proporcionan detalles de contacto para aquellos interesados en obtener más información o participar en futuros proyectos relacionados con el turismo de salud y bienestar. También se presenta al equipo de investigación que ha trabajado en la recopilación y análisis de datos, proporcionando transparencia y credibilidad al boletín.

11.4. Partes del boletín informativo del perfil del turista de salud.

11.4.1. Portada

El boletín informativo se relaciona con el comportamiento de los turistas que visitan el cantón, dentro de esta portada se encuentran dos imágenes, una representa el santuario de la Virgen de Baños de agua Santa y el otro hace referencia a las artesanías que existente en el cantón, también esta una pequeña frase que motiva a realizar turismo a las personas., y en la parte del encabezado lleva el título del Boletín informativo del perfil de turista de salud que visita la provincia de Tungurahua. El tamaño de fuente que se utilizó para los títulos es de 20 y para las descripciones es de 16, dentro de este también se utilizó el color verde oscuro que hace referencia a la naturaleza y el color gris.

Figura 21

Boletín informativo del Perfil del turista de salud.

Boletín Informativo del Perfil del Turista de Salud que visita la Provincia de Tungurahua



“Todo lo que necesitas está en un solo lugar: un país de cuatro mundos en la mitad del mundo”.



Actividades Complementarias

- Gastronomía
- Turismo religioso
- Artesanías
- Turismo natural Y cultural

Baños De Agua Santa
Aventura
Descanso y Diversión

Atractivos turísticos

Piscinas de Aguas Termales

Deportes extremos

Perfil del turista

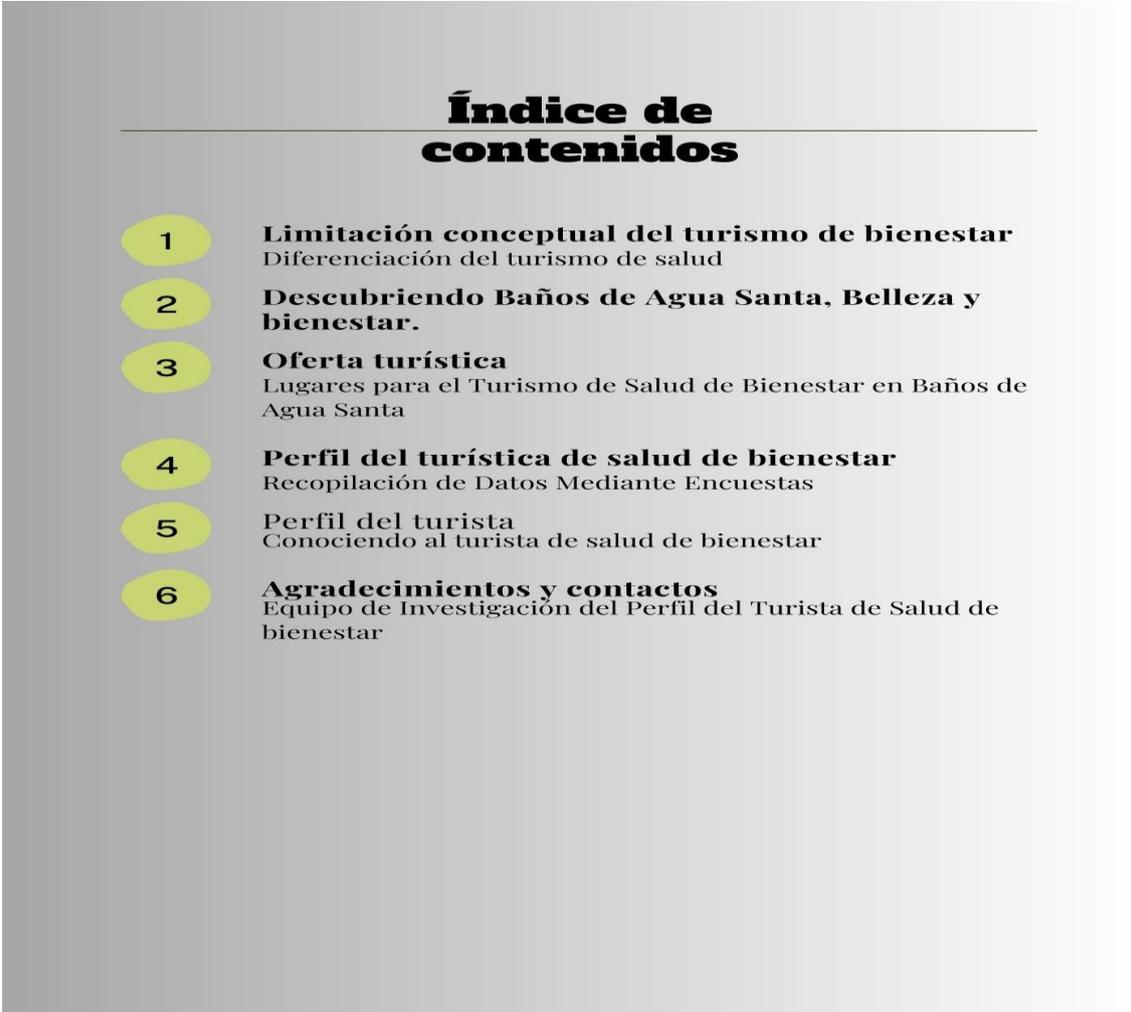
Julio 202

11.4.2. Índice

El apartado es necesario ya que mediante este los turistas podrán direccionarse hacia que página ir o escoger el tema de preferencia dentro de este índice se encuentra la limitación conceptual de turismo de bienestar, oferta turística, el perfil del turista de salud, entre otros.

Figura 22

Índice del boletín informativo.



Índice de contenidos

- 1 Limitación conceptual del turismo de bienestar**
Diferenciación del turismo de salud
- 2 Descubriendo Baños de Agua Santa, Belleza y bienestar.**
- 3 Oferta turística**
Lugares para el Turismo de Salud de Bienestar en Baños de Agua Santa
- 4 Perfil del turística de salud de bienestar**
Recopilación de Datos Mediante Encuestas
- 5 Perfil del turista**
Conociendo al turista de salud de bienestar
- 6 Agradecimientos y contactos**
Equipo de Investigación del Perfil del Turista de Salud de bienestar

11.4.3. Conceptos del turismo de bienestar.

Dentro del boletín informativo se encuentran los tres siguientes apartados que contienen información importante ya que es necesario tener en cuenta la diferenciación entre el turismo de bienestar y el turismo de salud, esto evitar confusiones y garantizar una comprensión precisa del enfoque, el turismo de salud se enfoca principalmente en la atención médica y terapéutica, el turismo de bienestar se centra en la promoción de un estilo de vida saludable, el relax y la medicina ancestral. Las imágenes que se muestran en el boletín hacen referencia a las termas, cabellera de la virgen, lugares que prestan servicios de salud, como es los majes, spa, yoga entre otros.

Figura 23

Conceptos del turismo de bienestar.

**Limitación conceptual
del turismo de bienestar**

Diferenciación del turismo de salud

Dentro del ámbito general del turismo de salud, encontramos una diferenciación clave entre el turismo de salud y el turismo de bienestar. El turismo de salud se enfoca en la curación tradicional y el tratamiento médico, mientras que el turismo de bienestar adopta un enfoque más holístico, que abarca el equilibrio entre la mente, el cuerpo y el espíritu. Los programas exclusivos de bienestar están diseñados para mejorar la calidad de vida en un sentido más amplio, haciendo hincapié en la medicina preventiva y la promoción de un estilo de vida saludable.

Enfoque Holístico: El turismo de bienestar abarca el bienestar general del individuo, incluyendo aspectos físicos, mentales y espirituales, mientras que el turismo de salud se centra en tratamientos específicos para afecciones médicas.

Prevención y Mejora del Estilo de Vida: El turismo de bienestar promueve un estilo de vida saludable y medicina preventiva, buscando mejorar la calidad de vida en general, mientras que el turismo de salud trata condiciones de salud existentes.

Bienestar Emocional y Espiritual: El turismo de bienestar incorpora prácticas para mejorar la relajación, meditación y bienestar emocional y espiritual, mientras que el turismo de salud se enfoca principalmente en aspectos médicos y físicos.

Enfoque en la Calidad de Vida: El turismo de bienestar busca mejorar la calidad de vida en general, mientras que el turismo de salud se enfoca en el tratamiento de condiciones de salud particulares.

Autocuidado: El turismo de bienestar promueve la toma de responsabilidad sobre la salud personal, mientras que el turismo de salud se enfoca en recibir atención médica de profesionales.

Figura 24*Descubriendo Baños de Agua Santa.*

DESCUBRIENDO BAÑOS DE AGUA SANTA, BELLEZA Y BIENESTAR.

El Turismo de Salud de bienestar en Baños

Incluye una amplia variedad de servicios, como medicina alternativa, tratamientos estéticos, terapia física, centros de relajación convirtiendo al cantón en un destino de elección para aquellos que buscan cuidar su salud física y emocional mientras se distraen con el paisaje del entorno natural.

Un paraíso termal:

Conocida por sus aguas termales, cascadas imponentes y una exuberante vegetación, Baños ofrece un entorno perfecto para el descanso, la relajación y la sanación.

Refugio de Serenidad y Vitalidad

El Turismo se complementa con amplios spas y centros de bienestar que ofrecen tratamientos de relajación profunda y masajes terapéuticos que rejuvenecerán tu cuerpo y calmarán tu mente.

Experiencias Culturales Complementarias:

El enfoque principal es la salud, los viajeros también pueden disfrutar de experiencias culturales y actividades recreativas para enriquecer su estadía.

Baños: Un Destino en Crecimiento:

Cada vez más personas buscan alternativas para mejorar su salud y bienestar, la ciudad ofrece servicios de calidad en un entorno natural, generando así una oportunidad única para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible.

Turista de salud de bienestar

En este boletín descubriremos las motivaciones, intereses y expectativas de los turistas de salud de bienestar, así como las diversas opciones médicas y terapéuticas que se encuentran a su disposición.

11.4.4. Oferta turística

Los apartados que se presentan a continuación contienen los lugares que ofrecen turismo de bienestar dentro del cantón Baños de Agua Santa, en cada apartado se encuentra descrito el atractivo turístico, su dirección, el precio y las actividades que se pueden realizar dentro de cada uno y sus respectivas fotografías de cada atractivo.

Figura 25

Oferta turística.

Oferta turística

Lugares para el Turismo de Salud de Bienestar en Baños de Agua Santa

1. Termas de la Virgen:
Brinda beneficios curativos.

- **Dirección:**
Luis A. Martínez 225, Baños de Agua Santa
- **Horarios de atención:**
Miércoles a Viernes 14h00 a 20h30
Sábados, Domingos y Feriados 10h00 a 20h3
- **Costo:**
 - Adultos es de 6 usd.
 - Niños y tercera edad 3 usd
- **Cascadas Cabellera de la Virgen:** Se puede bañarse al pie de la cascada y disfrutar del paisaje de su alrededor.



3. Termas el Salado:
Encontrarás piscinas de aguas termales de color amarillento por su propiedades. minerales, que alivian dolores.

- **Dirección:** Avenida El Salado
- **Horarios de Atención:**
Lunes a Domingo 05h00 a 16h00
- **Costo por persona:**
 - Adulto: \$3.00
 - Niño: \$1.50



2. Spa canelo
Dirección: Luis A. Martínez 225, Baños de Agua Santa
Horario de Atención: 08:00am a 05:00pm
Precios
Masaje antiestrés 15\$
Masajes de piernas 13\$
Hidromasajes con sales marinas 20\$
Limpieza facial básica 10\$



4. Spa Relax Salud

- **Dirección:** Frente a las termas la virgen
- **Horarios de atención:**
09:00am a 09:00pm
- **Costos**
 - Masajes relajantes 20\$
 - Masajes prenatales 10\$
 - Masaje antiestrés 20\$
 - Hidromasajes con sales marinas 12\$
 - Limpieza facial básica 15\$



5. Termas de Santa Ana:
Son piscinas ecológicas que proviene del Volcán Tungurahua.

- **Dirección:** Av. Amazonas Km.0 Vía al Puyo
- **Horarios de Atención:** Viernes a Domingo 09h00 a 16h00
- **Costo por persona:**
 - Adulto: \$2.00
 - Niño: \$1.00



6. Balneario el Cangrejo o Santa Clara

- **Dirección:** Al sur oriente de la ciudad de Baños en la Calle Santa Clara a 100 metros por la calle Montalvo
- **Horario de Atención:**
 - Lunes a Viernes 14h00 a 21h30
 - Sábado, Domingo y Feriado 10h00 a 21h30
- **Precio:**
 - Adultos 4 usd
 - Niños y tercera edad: 2 usd



Baños de Agua Santa es un destino excepcional que ofrece una experiencia única de turismo de salud y bienestar. Con sus aguas termales curativas, relajantes spas y centros de bienestar, así como la oportunidad de conectarse con la naturaleza a través de sus senderos y prácticas de meditación al aire libre. Baños es el refugio perfecto para encontrar serenidad y vitalidad.

11.4.5. Datos recolectados mediante encuestas de las variables demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales.

El diseño para presentar la información recolectada durante la investigación se divide en cuatro apartados importantes sobre la variable de estudio, a continuación, están las preguntas, los resultados y un dibujo que hace referencia a cada pregunta del perfil del turista.

Figura 26

Resultados de las variables de estudio.

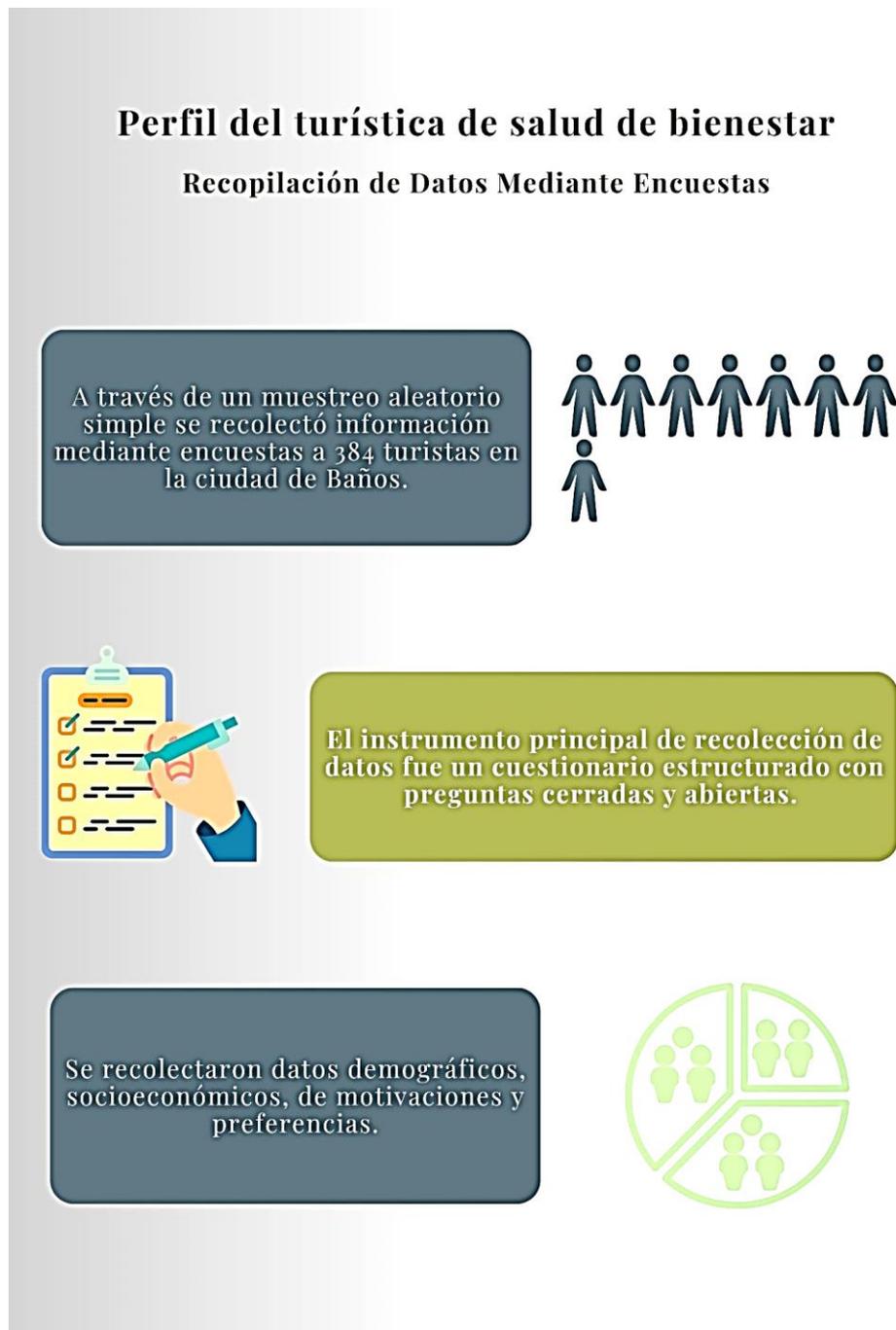


Figura 27

Datos demográficos.

Perfil del turista

Conociendo al turista de salud de bienestar

DATOS DEMOGRÁFICOS

01 Nacionalidad



9 de cada 10 personas encuestadas que realizan turismo de salud de bienestar son ecuatorianos.

02 Lugar de residencia



Las ciudades de Ambato, Riobamba y Cuenca representa un cuarto del total de turistas encuestados

03 Género



El género femenino representa el 40% y el masculino el 51%. Otros representa el 1%.

04 Edad



La mayoría de turistas de salud de bienestar están entre una edad de 18 a 29 años representando cerca del 60%

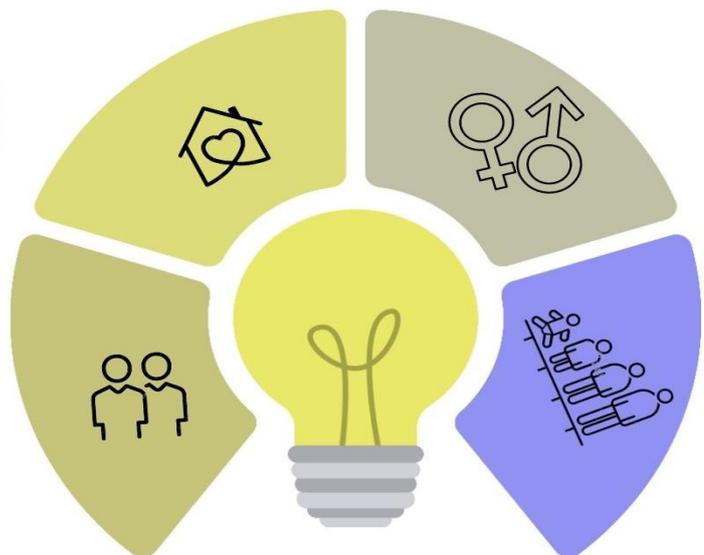


Figura 28

Datos socioeconómicos.

SOCIOECONÓMICOS



Figura 29

Datos motivacionales.



Figura 30

Datos preferenciales.



11.4.6. Créditos

En la parte final del boletín informativo del perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua, describe a todos los colaboradores que contribuyeron en la investigación realizada.

Figura 31

Agradecimiento y contactos.

Agradecimientos y contactos

Equipo de Investigación del Perfil del Turista de Salud de bienestar

Este boletín es parte del proyecto de investigación "PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA" realizada en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

El equipo investigador esta conformado por:

1. Toaquiza Chicaiza Alexandra Carolina

Y la revisión y aprobación de:

1. Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza. M.S.c

Muchas gracias por su lectura!

12. Impactos sociales, económicos y técnicos

12.1. Impacto social

El turismo de salud en la provincia de Tungurahua genera diversos impactos sociales que afectan tanto a la comunidad local como a los turistas que visitan la región. Estos son algunos de los aspectos a considerar:

Tabla 6
Impacto social.

Número	Impacto Social del Turismo de Salud	Resumen
1	Mejor calidad de vida	Con la investigación realizada se ha podido determinar las oportunidades económicas, la creación de empleo y el mejorando los niveles de vida y reduciendo la tasa de desempleo.
2	Promoción de la medicina tradicional	El estudio ejecutado permite conocer que se difunda la promoción de la medicina tradicional, generando oportunidades económicas y preservando prácticas médicas ancestrales.
3	Potencial para el desarrollo de infraestructuras y servicios	El turismo de salud puede llevar a mejoras y expansión de la infraestructura de salud y servicios, beneficiando a la comunidad con acceso mejorado a la atención médica.
4	Sensibilización y educación en salud	La presencia de turistas de salud puede aumentar el enfoque en la salud y el bienestar, proporcionando información y educación en salud tanto para turistas como para la comunidad local.

Elaborado por: Alexandra Toaquiza

12.2. Impacto económico

El impacto económico del turismo de salud de bienestar en la provincia de Tungurahua es un aspecto importante para considerar al momento de analizar los beneficios potenciales de esta creciente industria.

Además, este estudio demostró que el 46% de los turistas gastan entre 100 y 300 dólares en sus visitas a la provincia de Tungurahua. Esta cifra es superior al gasto promedio diario de los turistas tradicionales. Esto destaca el potencial de un mayor impacto económico específicamente del turismo de salud.

La anterior cifra es importante ya que esto puede generar mayores ingresos para la economía local, incluidos hoteles, restaurantes y servicios de transporte. Además, el turismo de salud de bienestar puede crear oportunidades laborales para los locales, ya que se requieren más instalaciones y servicios médicos para atender las necesidades de los turistas de salud.

En ese sentido, el impacto económico del turismo de salud de bienestar dentro de la provincia, tiene el potencial de contribuir significativamente al crecimiento y desarrollo de la provincia. A medida que la industria continúa creciendo y atrayendo a más turistas de salud, es esencial que las partes interesadas locales aprovechen estas oportunidades para maximizar los beneficios potenciales para la provincia.

12.3. Impacto técnico

Durante el desarrollo de esta investigación para definir el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua, se cumplió con todos los parámetros establecidos como la metodología, se aplicó una investigación con enfoque mixto (cuantitativas y cualitativas), tales

como encuestas, análisis de datos primarios y secundarios, trabajo de campo y herramientas, esto se llevó a cabo sin ningún inconveniente.

13. Conclusiones y recomendaciones

13.1. Conclusiones

En relación con los objetivos planteados se puede concluir lo siguiente:

- Según los resultados obtenidos en el trabajo de campo, se evidencia que el perfil preponderante del turista de salud que elige visitar la provincia de Tungurahua es de nacionalidad ecuatoriana en un 94.1%, con edades mayormente jóvenes, especialmente entre 18 y 40 años, y una distribución equitativa entre géneros. El propósito central de su viaje se enfoca en buscar "relajación", representando un 58.8% de las motivaciones, y se destaca que la mayoría planifica estadías de un día o menos (41.9%), con un presupuesto limitado, en el que más del 50% tiene previsto gastar entre 0 y 100 USD.
- El boletín informativo se ha establecido como una herramienta fundamental para compartir los resultados obtenidos en la investigación sobre el perfil de los turistas de salud en Tungurahua. A través de este boletín, se han compartido datos importantes que incluyen aspectos como la nacionalidad, la edad, las motivaciones para viajar y los medios de transporte preferidos por los encuestados. Este boletín ha logrado conectar de manera esencial la investigación con la comunidad turística, creando nuevas oportunidades para tomar decisiones informadas que apunten a mejorar continuamente el sector.

13.2. Recomendaciones

- Considerando el perfil predominante identificado entre los turistas de salud, se recomienda diseñar y promocionar paquetes turísticos que se alineen con la búsqueda de tema de salud y experiencias para los turistas. Además, es esencial diversificar las opciones de alojamiento y actividades de corta duración para adaptarse a aquellos que planean estadías de un día o menos, buscando así maximizar la satisfacción del visitante.
- El boletín informativo en relación entre la investigación y la comunidad turística, se sugiere mantener una constante actualización y difusión tanto en formato digital como impreso. Además, se podría considerar la inclusión de historias y testimonios de turistas de salud reales, lo que podría enriquecer aún más su contenido y fortalecer su papel como recurso informativo valioso para la toma de decisiones en el ámbito turístico local.

14. Referencias

- Arévalo, E. (2014). Evaluación del turismo de salud en Ciudad Hidalgo, Michoacán. *Revista Internacional de Investigación at*
- Bayas Vásconez, F. M. (2017). Efecto económico de la actividad turística de la provincia de Tungurahua. (Tesis de maestría). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26569/1/405%20o.e..pdf>
- Bieger, T. y Wittmer, A. (2006). *La economía de los destinos turísticos*. Springer Science & Business Media.
- Bieger, T., & Wittmer, A. (2006). Tourism destination profiling using big data analytics. *Journal of Travel Research*, 55(4), 431-441.
- Bramwell, B., y Lane, B. (2000). *Colaboración y asociaciones turísticas: política, práctica y sostenibilidad*. Publicaciones de vista de canal.
- Buhalis, D. y Costa, C. (2006). *Fronteras empresariales turísticas: consumidores, productos e industria*. Butterworth-Heinemann.
- Choi, Y., & Sirakaya-Turk, E. (2010). Identifying tourism experience components: A review of literature. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27(1), 69-90.
- Comisión sobre Determinantes Sociales de la Salud. (2008). *Cerrando la brecha en una generación: Equidad en salud a través de la acción sobre los determinantes sociales de la salud*. Ginebra, Suiza: Organización Mundial de la Salud.
- Connell, J. (2013). Turismo de salud. En D. J. Telfer, & R. Sharpley (Eds.), *Tourism and development in the developing world* (pp. 247-261). Routledge.
- De la Puente, L. A. (2016). Economía del turismo de la salud caso de Colombia. *Revista Científica de Administración, Economía y Negocios*, 16(30), 77-89.

- Deloitte. (2018). Turismo médico: Los consumidores viajan para obtener tratamientos de salud más baratos. Extraído de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/life-sciences-health-care/us-lshc-medical-tourism-consumer-survey.pdf>
- Faulkner, B. (2001). Hacia un marco para la gestión de desastres turísticos. *Gestión del turismo*, 22(2), 135-147.
- Gannon, M. J. y White, L. (2019). Turismo de salud. En J. Tribe & A. Airey (Eds.), *Developments in tourism research* (pp. 187-204). Elsevier. <https://doi.org/10.3727/154427219X15681085458663>
- Getz, D. (2008). *Turismo de eventos: definición, evolución e investigación*. Routledge.
- González, A. (2017). Turismo de salud. El caso del balneario de Mondariz. *Revista Galega de Economía*, 26(1), 23-41.
- Gössling, S. y Scott, D. (2012). *Turismo y agua: Interacciones, impactos y desafíos*. Publicaciones de vista de canal.
- Gracia, M. A. (2016). El turismo de salud en el estado de Hidalgo, México. *Propuestas para consolidarlo. Estudios y perspectivas en turismo*, 25(2), 192-206.
- Hall, C. M. (2008). *Planificación turística: políticas, procesos y relaciones*. Educación Pearson.
- Hall, C. M. y Page, S. J. (2014). *La geografía del turismo y la recreación: entorno, lugar y espacio*. Routledge.
- Horowitz, M., Rosensweig, J. A., Jones, C. A. y Jones, D. A. (2007). Turismo médico: Globalización del mercado sanitario. *MedGenMed: Medicina General Medscape*, 9(4), 33.

- Instituto Global de Bienestar (GWI). (2018). Informe Global de Economía del Turismo de Bienestar. https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Global-Wellness-Institute_Global-Wellness-Tourism-Economy-Report-2018_FINAL.pdf
- Johnston, R., Crooks, V. A., Snyder, J. y Kingsbury, P. (2010). ¿Qué se sabe sobre los efectos del turismo médico en los países de destino y de salida? Una revisión de alcance. *Revista Internacional para la Equidad en Salud*, 9(1), 24.
- Li, X. y Zhang, J. (2021). Evolución del turismo de salud: una revisión basada en el análisis bibliométrico y la base de datos de la infraestructura nacional de conocimiento de China. *Fronteras en Salud Pública*, 9, 727127. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.727127>
- Li, X., & Huang, X. (2019). Un análisis del perfil turístico y el comportamiento de los turistas urbanos en China. *Sustainability*, 11(3), 640.
- Loker-Murphy, L., Pearce, P., & Rosenberger III, P. J. (2002). Profiling visitors to a national park gateway community. *Journal of Travel Research*, 41(3), 248-256.
- López, T. , Hernández, Y. , Sánchez, L. and Pastaz, M. (2019) Turismo Gastronómico: Actitudes, Motivaciones y Satisfacción del Visitante en Cantones de Tungurahua, Ecuador. *Revista estadounidense de gestión industrial y comercial* , 9 , 699-719. doi: 10.4236/ajibm.2019.93047 .
- Loureiro, S. M., Silva, J. A., Ribeiro, J. L. y Pires, J. C. (2023). Turismo termal en Portugal: perfil y motivaciones de los profesionales. *Revista Internacional de Investigación Turística*, 25(2), 181-195.
- Lunt, N., Carrera, P. y Vohra, S. (2011). Turismo médico: Evaluación de la evidencia sobre el tratamiento en el extranjero. *Maturitas*, 68(3), 197-202.
- Ministerio de Turismo. (2019). Plan Nacional de Turismo. Ministerio de Turismo. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/10/Plan-Nacional-de-Turismo-2019-2023.pdf>

- Ocaña, J. A. (2014). El turismo como alternativa de desarrollo territorial en Baños de Agua Santa (Tesis de maestría). Universidad de Cuenca, Ecuador.
- OMS. (1948). Constitución de la Organización Mundial de la Salud. Ginebra, Suiza: Órgano Organización Mundial de la Salud. (2002). Promoción de la salud: Una antología. Ginebra, Suiza: Organización Mundial de la Salud.
- Organización Mundial del Turismo. (2013). Código ético mundial para el turismo. Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcet-brochure-es.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). Código ético mundial para el turismo. Organización Mundial del Turismo. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcet_english.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2020). Panorama OMT del turismo internacional. Organización Mundial del Turismo.
- Pineda, D. y Falla, D. (2017). Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio. *Boletín de Investigaciones Turísticas*, (7), 135-154.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2019). Segmentación turística por nacionalidad y etnia: Un estudio australiano. *Tourism Management*, 70, 196-205.
- Salazar, R., León, P., Suquilanda, R. y Zurita, J. (2021). Análisis de la situación actual del producto turístico de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, Ecuador. *Revista Electrónica de Turismo y Sostenibilidad*, 20, 125-140.
- Sharpley, R. (2014). Turismo y desarrollo: conceptos y cuestiones. Publicaciones de vista de canal.
- Sönmez, S. F., Apostolopoulos, Y., Tarlow, P., & Hsieh, Y. C. (2018). Entendiendo a los viajeros globales: Perfil, motivaciones y características. *Journal of Travel Research*, 57(4), 435-457

Zeng, B., Li, X., Li, Y. y Yang, L. (2021). Destinos turísticos sostenibles de salud y bienestar basados en la montaña: Las interrelaciones entre la satisfacción de los turistas, las intenciones de comportamiento y la competitividad. *Sostenibilidad*, 12(11),5957.

15. Apéndice

Apéndice 1

Modelo de encuesta

Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales
Licenciatura en Turismo

Le invitamos a participar en esta encuesta diseñada para obtener información sobre el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua. Su colaboración es fundamental para contribuir al desarrollo turístico de la región. Por favor, responda a las siguientes preguntas:

Encuesta N°: _____

Atractivo Turístico: _____

DEMOGRÁFICA

1. Nacionalidad: ¿Dónde nació?

2. ¿Cuál es su lugar de residencia?

3. ¿Cuál es su edad?

- a) Menor a 18 año
- b) De 18 a 29 años
- c) De 30 a 54 años
- d) De 54 a 65 años
- e) Mayor a 65 años

4. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino

b) Femenino

c) Otros (especifique):

5. ¿Cuál es su estado civil?

- a) Soltero
- b) Casado
- c) Divorciado
- d) Viudo
- e) Unión Libre

6. ¿Cuál es su situación Laboral?

- a) Estudiante
- b) Empleado publico
- c) Jubilado
- d) Empleado Privado
- e) Desempleado
- f) Otros (especifique):

SOCIOECONÓMICAS

7. ¿Cuál es su promedio mensual de ingresos?

- a) Sin ingresos
- b) \$450
- c) \$451 a \$600.
- d) \$601 a \$1000.
- e) Más de \$1001 USD.

8. ¿Qué nivel de estudios tiene?

- a) Educación Básica
- b) Bachillerato
- c) Técnico
- d) Tercer nivel
- e) Cuarto nivel

9. ¿Con quién viaja?

- a) Solo
- b) Amigos
- c) Familia
- d) Pareja

10. ¿Cuánto estima gastar durante su visita a la provincia de Tungurahua?

- a) De 0 a 100 USD.
- b) De 101 a 200 USD.

- c) De 201 a 300 USD.
- d) De 301 a 400 USD.
- e) Más de 400 USD.

11. ¿Qué porcentaje de tu gasto total destinaste a cada uno de los siguientes aspectos durante tu visita a la provincia de Tungurahua?:

- a) Alojamiento _____%
- b) Alimentación _____%
- c) Transporte _____%
- d) Otros _____%

MOTIVACIÓN

12. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje?

- a) Relajación
- b) Salud
- c) Trabajo
- d) Diversión
- e) Otros (Especifique).....

13. ¿Qué tiempo estimó para su visita al cantón?

- a) De 0 a 1 día.
- b) De 1 día a 2 días.
- c) De 3 a 4 días.
- d) Más de 4 días.

14. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Tungurahua?

- a) Referencias familiares o de amigos
- b) Redes sociales
- c) Televisión
- d) Páginas web
- e) Operadoras turísticas
- f) Otros (Especifique)

15. ¿Cuál es su principal motivo para elegir la provincia de Tungurahua como destino turístico de salud?

- a) Termas
- b) Yoga
- c) Spa
- d) Medicina ancestral
- e) Otro (especificar)

PREFERENCIAS

16. ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?

- a) Cada semana
- b) Cada mes
- c) Cada feriado
- d) Otros (especifique)

17. ¿Qué medio de transporte utiliza para llegar a la provincia de Tungurahua?

- a) Vehículo propio
- b) Vehículo de alquiler (taxi)
- c) Bus
- d) Otro (especifique)

18. ¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Tungurahua?

- a) Es la primera vez
- b) Es la segunda vez
- c) Frecuentemente

- d) Otro (especifique)

19. ¿Ha visitado otras regiones del Ecuador con fines turísticos de salud?

- a) Si
- b) No

20. ¿Cuál es tu nivel de satisfacción general con tu experiencia turística de salud en la provincia de Tungurahua? (Escala del 1 al 5, siendo 1 muy insatisfactorio y 5 muy satisfactorio)

- a) Muy insatisfactorio (1)
- b) Insatisfactorio (2)
- c) Neutral (3)
- d) Satisfactorio (4)
- e) Muy satisfactorio (5)

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración

Apéndice 2

Evidencia de las salidas de campo durante la aplicación de encuestas.

Figura 32

Termas la Virgen



Figura 33

Spa, Masajes



Figura 34

Piscina Santa Clara o el cangrejo

**Figura 35**

Termas el salado

**Figura 36**

Ayurvedic Spa



Figura 37

Cabellera de la Virgen

**Figura 38**

Basílica de la Virgen de Agua Santa



Apéndice 3

Evidencias de las encuestas llenas

utc

Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales
Licenciatura en Turismo

Le invitamos a participar en esta encuesta diseñada para obtener información sobre el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua. Su colaboración es fundamental para contribuir al desarrollo turístico de la región. Por favor, responda a las siguientes preguntas:

Encuesta N°: 20 Atractivo Turístico: Temas la Virgen

DEMOGRÁFICA

1. Nacionalidad: ¿Dónde nació?
Ecuadoriano

2. ¿Cuál es su lugar de residencia?
Sangolquí

3. ¿Cuál es su edad?

a) Menor a 18 años

b) De 18 a 29 años

c) De 30 a 54 años

d) De 54 a 65 años

e) Mayor a 65 años

4. ¿Cuál es su género?

a) Masculino

b) Femenino

c) Otros (especifique):
.....

5. ¿Cuál es su estado civil?

a) Soltero

b) Casado

c) Divorciado

d) Viudo

e) Unión Libre

6. ¿Cuál es su situación Laboral?

a) Estudiante

b) Empleado público

c) Jubilado

d) Empleado Privado

e) Desempleado

f) Otros (especifique):
.....

SOCIOECONÓMICAS

7. ¿Cuál es su promedio mensual de ingresos?

a) Sin ingresos

b) \$450

c) \$451 a \$600

d) \$601 a \$1000

e) Más de \$1001 USD.

8. ¿Qué nivel de estudios tiene?

a) Educación Básica

b) Bachillerato

c) Técnico

d) Tercer nivel

e) Cuarto nivel

9. ¿Con quién viaja?

a) Solo

b) Amigos

c) Familia

d) Pareja

10. ¿Cuánto estima gastar durante su visita a la provincia de Tungurahua?

a) De 0 a 100 USD.

b) De 101 a 200 USD.

c) De 201 a 300 USD.

d) De 301 a 400 USD.

e) Más de 400 USD.

utc

11. ¿Qué porcentaje de tu gasto total destinaste a cada uno de los siguientes aspectos durante tu visita a la provincia de Tungurahua?
- | | |
|-----------------|-------------|
| a) Alojamiento | <u>50</u> % |
| b) Alimentación | <u>30</u> % |
| c) Transporte | <u>27</u> % |
| d) Otros | _____ % |

MOTIVACIÓN

12. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje?
- | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| a) Relajación | <input type="checkbox"/> |
| b) Salud | <input type="checkbox"/> |
| c) Trabajo | <input type="checkbox"/> |
| d) Diversión | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e) Otros (Especifique)..... | |
13. ¿Qué tiempo estimó para su visita al cantón?
- | | |
|----------------------|-------------------------------------|
| a) De 0 a 1 día | <input type="checkbox"/> |
| b) De 1 día a 2 días | <input checked="" type="checkbox"/> |
| c) De 3 a 4 días | <input type="checkbox"/> |
| d) Más de 4 días | <input type="checkbox"/> |
14. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia de Tungurahua?
- | | |
|---------------------------|-------------------------------------|
| a) Referencias familiares | <input type="checkbox"/> |
| b) Redes sociales | <input checked="" type="checkbox"/> |
| c) Televisión | <input type="checkbox"/> |
| d) Páginas web | <input type="checkbox"/> |
| e) Operadoras turísticas | <input type="checkbox"/> |
| f) Otros (Especifique) | |
15. ¿Cuál es su principal motivo para elegir la provincia de Tungurahua como destino turístico de salud?
- | | |
|-----------------------|-------------------------------------|
| a) Termas | <input checked="" type="checkbox"/> |
| b) Yoga | <input type="checkbox"/> |
| c) Spa | <input type="checkbox"/> |
| d) Medicina ancestral | <input type="checkbox"/> |
| e) Otro (especificar) | <input type="checkbox"/> |

PREFERENCIAS

16. ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?
- | | |
|------------------------------|-------------------------------------|
| a) Cada semana | <input type="checkbox"/> |
| b) Cada mes | <input type="checkbox"/> |
| c) Cada feriado | <input checked="" type="checkbox"/> |
| d) Otros (especifique) | |
17. ¿Qué medio de transporte utiliza para llegar a la provincia de Tungurahua?
- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| a) Vehículo propio | <input checked="" type="checkbox"/> |
| b) Vehículo de alquiler (taxi) | <input type="checkbox"/> |
| c) Bus | <input type="checkbox"/> |
| d) Otro (especifique) | |
18. ¿Cuántas veces ha visitado la provincia de Tungurahua?
- | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| a) Es la primera vez | <input type="checkbox"/> |
| b) Es la segunda vez | <input checked="" type="checkbox"/> |
| c) Frecuentemente | <input type="checkbox"/> |
| d) Otro (especifique) | |
19. ¿Ha visitado otras regiones del Ecuador con fines turísticos de salud?
- | | |
|-------|-------------------------------------|
| a) Si | <input checked="" type="checkbox"/> |
| b) No | <input type="checkbox"/> |

utc

20. ¿Cuál es tu nivel de satisfacción general con tu experiencia turística de salud en la provincia de Tungurahua? (Escala del 1 al 5, siendo 1 muy insatisfactorio y 5 muy satisfactorio)

a) Muy insatisfactorio (1)

b) Insatisfactorio (2)

c) Neutral (3)

d) Satisfactorio (4)

e) Muy satisfactorio (5)

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!

Apéndice 4

Aval de TraducciónCENTRO
DE IDIOMAS***AVAL DE TRADUCCIÓN***

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma inglés del proyecto de investigación cuyo título versa “**PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA**” presentado por: **Toaquiza Chicaiza Alexandra Carolina**, egresada de la **Carrera de Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, 01 de septiembre del 2023

Atentamente,

**TANIA
ELIZABETH
ALVEAR
JIMENEZ**

Firmado
digitalmente por
TANIA ELIZABETH
ALVEAR JIMENEZ
Fecha: 2023.09.03
16:59:47 -05'00'

CENTRO
DE IDIOMAS

Mg. Tania Alvear Jiménez
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0503231763