



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

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

Autora:

Rodríguez Velasco Geovana Alejandra

Tutor:

Sampedro Arrieta Milton Alberto

LATACUNGA - ECUADOR

Agosto 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Rodríguez Velasco Geovana Alejandra, con cédula de ciudadanía No. 1752208775, declaro ser autor del presente Proyecto de Investigación: **"PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA"**, siendo el Ingeniero Mg, Milton Alberto Sampedro Arrieta, Tutor 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 2024



Geovana Alejandra Rodríguez Velasco

C.I: 1752208775

ESTUDIANTE

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 **RODRÍGUEZ VELASCO GEOVANA ALEJANDRA** identificada con cédula de ciudadanía **1752208775** 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 Agroindustria, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA**”, 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: mayo 2020 - septiembre 2020

Finalización de la carrera: abril 2024 – agosto 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 28 de noviembre del 2023

Tutor: Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta Mg.

Tema: “**PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA**”

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 comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, 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, al 16 de agosto del 2024.



Rodríguez Velasco Geovana Alejandra

LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.

LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el título:

“PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA”, de Rodríguez Velasco Geovana Alejandra 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 2024



Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.
C.C: 0602636987
DOCENTE TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

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: Rodríguez Velasco Geovana Alejandra, con el título de Proyecto de Investigación: “**PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA**”, 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 grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

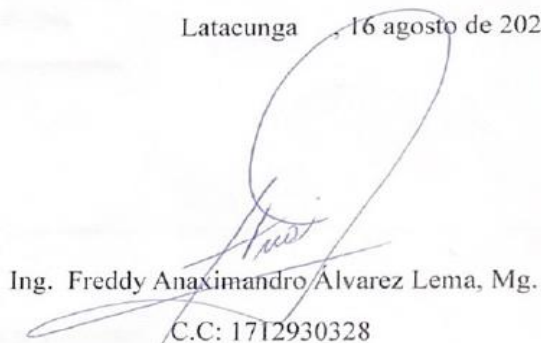
Latacunga, 16 agosto de 2024



Ing. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula.

C.C: 1103989669

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema, Mg.

C.C: 1712930328

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Lcda. Norma Lucia Benavides Zura, Mg.

C.C: 1002669644

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero agradecer a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la paciencia necesaria para superar cada desafío en este camino, su guía y su protección han sido fundamentales en cada etapa de mi vida. Agradecer a mi familia, en especial a mis padres que, con su amor, apoyo incondicional y sacrificios, me han permitido alcanzar esta meta. A mi pareja, por su amor, paciencia y comprensión inagotable. Gracias por creer en mí incluso en los momentos en que yo dudaba, y por estar a mi lado en cada paso del camino. Y por último a mi tutor Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg. Por la ayuda a la culminación de mi proyecto de investigación, por compartir su conocimiento, por su orientación y por desafiarme a pensar de manera crítica. Su dedicación ha sido fundamental para mi crecimiento académico y personal.

Geovana Alejandra Rodríguez Velasco

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se les dedico a mi padre Ricardo Rodríguez que cuya fortaleza y valentía ante la enfermedad me han inspirado a seguir adelante. Gracias por su amor incondicional y por ser un ejemplo de resiliencia y coraje. Su apoyo ha sido una luz en los momentos más oscuros. A mi madre Rocio Velasco, por su incansable apoyo, paciencia y amor. Has sido mi pilar en cada paso de este camino, y no podría haberlo logrado sin su guía y aliento constantes. A mi hermano Mauricio Rodríguez, por ser mi compañero incondicional. Tu ánimo y apoyo han sido fundamentales para mantenerme firme en los momentos de duda. Y por último a mi pareja Ernesto Granizo, por su amor y comprensión. Gracias por estar a mi lado, por creer en mí y por ser mi roca durante todo este proceso.

A todos ustedes, mi gratitud eterna. Este logro es tanto mío como suyo.

Geovana Alejandra Rodríguez Velasco

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “PERFIL DEL TURISTA DE SALUD QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA”.

AUTORA:

Rodríguez Velasco Geovana Alejandra

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue describir el perfil del turista de salud que visita la provincia de Pichincha. El estudio se centró en la identificación de las características demográficas, socioeconómicas, motivacionales y de preferencias de los turistas, proporcionando datos clave que permiten mejorar la oferta turística y los servicios disponibles. La elección de Pichincha como área de estudio se justificó por su creciente popularidad como destino para el turismo de salud. Sin embargo, a pesar de su importancia, existe una limitada comprensión del perfil de turistas, lo que limita la capacidad del sector para maximizar su potencial. El proyecto buscó llenar ese vacío de conocimiento, proporcionando datos actualizados y relevantes que fueron utilizados para mejorar la oferta turística y contribuir al desarrollo económico local. La investigación adoptó un enfoque cualitativo, ya que se realizó como técnica la encuesta estructurada a una muestra representativa de turistas, utilizando como instrumento un cuestionario diseñado para obtener información sobre variables clave como la edad, género, nivel de ingresos, motivo del viaje, y preferencias en servicios de salud, los datos recolectados fueron analizados en un software Excel. Los resultados revelaron que los turistas de salud que visitaron Pichincha durante el período de estudio fueron entre 18 a 55 años, siendo la mayoría ecuatorianos, los mismos mostraron un alto nivel educativo y pertenecían a un estrato socioeconómico medio-bajo, sus principales motivaciones incluyeron la búsqueda de tratamientos médicos especializados a un costo competitivo, así como la combinación de estos tratamientos con actividades de salud en un entorno natural, así mismo las preferencias de alojamiento incluyeron hoteles, hosterías que ofrecían servicios de spa, terapias alternativas, yoga y programas de desintoxicación del cuerpo, también se realizó un boletín informativo que abordó temas específicos del turismo de salud. El estudio concluyó que el perfil del turista de salud en Pichincha está compuesto por un segmento exigente que valora tanto la calidad de los servicios médicos como la posibilidad de disfrutar de la naturaleza. Estos hallazgos subrayan la importancia de mantener altos estándares de calidad en la infraestructura y los servicios turísticos de salud en la provincia, así como de desarrollar estrategias de marketing dirigidas que atraigan a este segmento de mercado. Además, se destacó la necesidad de fomentar la sostenibilidad y la colaboración entre el sector público y privado para asegurar un desarrollo equilibrado y sostenible del turismo de salud en Pichincha.

Palabras clave: Pichincha, Turismo de salud y Oferta turística.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES

TITLE: "PROFILE OF THE HEALTH TOURIST WHO VISITS THE PROVINCE OF PICHINCHA"

AUTHOR:

Rodríguez Velasco Geovana Alejandra

ABSTRACT

The objective of this research was to describe the profile of the health tourist who visits the province of Pichincha. The study focused on the identification of the demographic, socioeconomic, motivational and preference characteristics of tourists, providing key data that allows improving the tourism offer and available services. The choice of Pichincha as a study area was justified by its growing popularity as a destination for health tourism. However, despite its importance, there is limited understanding of the tourist profile, which limits the sector's ability to maximize its potential. The project sought to fill this knowledge gap, providing updated and relevant data that was used to improve the tourism offer and contribute to local economic development. The research adopted a qualitative approach, since the structured survey was carried out on a representative sample of tourists, using as an instrument a questionnaire designed to obtain information on key variables such as age, gender, income level, reason for the trip, and preferences in health services, the data collected were analyzed in Excel software. The results revealed that the health tourists who visited Pichincha during the study period were between 18 and 55 years old, the majority being Ecuadorian, they showed a high educational level and belonged to a medium-low socioeconomic stratum, their main motivations included search for specialized medical treatments at a competitive cost, as well as the combination of these treatments with health activities in a natural environment, likewise, accommodation preferences included hotels, inns that offered spa services, alternative therapies, yoga and detoxification programs of the body, an informative bulletin was also produced that addressed specific topics of health tourism. The study concluded that the profile of the health tourist in Pichincha is made up of a demanding segment that values both the quality of medical services and the possibility of enjoying nature. These findings highlight the importance of maintaining high quality standards in health tourism infrastructure and services in the province, as well as developing targeted marketing strategies that attract this market segment. In addition, the need to promote sustainability and collaboration between the public and private sectors was highlighted to ensure a balanced and sustainable development of health tourism in Pichincha.

Keywords: Pichincha, Health and wellness tourism, Tourism offer.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AVAL DE LA TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	vi
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS	6
5.1. Objetivo General	6
5.2. Objetivos Específicos	6
5. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	7
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	9
7.1. Definición de turismo.....	10
7.1.2. Tipos de turismo	11
7.2. Turismo de Salud	12
7.2.2. Tipos de turismo de salud	13

7.3. Factores que influyen en la elección de destinos turísticos y de servicios de salud por parte de los turistas de salud	14
7.4. El perfil.....	15
7.4.2. Perfil del turista	15
7.4.3. Tipos de turistas	16
7.4.4. Objetivo de un perfil del turista	17
7.4.5. Característica de un perfil del turista	18
7.4.6. Métodos para realizar un perfil del turista	19
7.5. Enfoque metodológico	19
7.6. Población.....	20
7.7. Muestra.....	20
7.8. Tipo de investigación	21
7.8.2. Investigación descriptiva.....	21
7.8.3. Fuentes primarias	21
7.8.4. Fuentes secundarias.....	22
7.9. Boletín informativo	22
7.9.2. Estructura de un boletín informativo	22
7.9.3. Boletín informativo y su aplicación en el turismo.....	24
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS	24
9. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL.....	25
9.1. Descripción del área de estudio	25
9.2. Primer objetivo.....	27
9.2.2. Primera actividad	27
9.2.3. Segunda actividad	28
9.2.4. Matriz de empresas turísticas	28
9.2.5. Cronograma de actividades salida de campo.....	33
9.2.6. Tercera actividad.....	34

9.3. Objetivo dos	34
9.3.2. Primera actividad	34
9.3.3. Segunda actividad	34
9.3.4. Tercera actividad.....	34
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	34
10.1. Variable demográfica	35
10.2. Variable socioeconómica	37
10.3. Variable de motivación	39
10.4. Variable de preferencias.....	41
11. Boletín informativo del perfil del turista.....	45
11.1. Diseño visual.....	45
11.2. Colores	45
11.3. Índice de contenido y estructura.....	46
11.4. Resultados del boletín informativo del perfil del turista de salud	46
11.4.2. Portada e introducción	46
11.4.3. Índice.....	49
11.4.4. Turismo de salud.....	50
11.4.5. Oferta turística	52
11.4.6. Datos recolectados mediante encuestas de las variables demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales	54
11.4.7. Créditos	59
12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)	60
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
13.1 Conclusión.....	61
13.2. Recomendaciones	62
14. REFERENCIAS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios directos e indirectos.....	4
Tabla 2 Actividades en relacion a los objetivos.....	7
Tabla 3 Matriz de empresas de turísticas seleccionadas para el estudio.....	31
Tabla 4 Sitios naturales.....	32
Tabla 5 Cronograma de actividades de salida de campo.....	33

ÌNDICE DE FIGURAS

Figura 1	División cantonal de la provincia de Pichincha.....	26
Figura 2	Provincia de Pichincha	26
Figura 3	¿Cuál es su edad?.....	35
Figura 4	¿Cuál es su género?	35
Figura 5	¿Cuál es su nacionalidad?	36
Figura 6	Estado civil.....	36
Figura 7	¿Cuál es su nivel educativo más alto completado?.....	37
Figura 8	¿Cuál es su ocupación actual?	37
Figura 9	¿Cuál es su ingreso mensual aproximado (USD)?.....	38
Figura 10	¿Cuántas personas tiene a su cargo?.....	38
Figura 11	¿Cuál es su principal motivo para elegir un destino de turismo de salud?.....	39
Figura 12	¿Qué tipo de servicios de salud busca en su viaje?	39
Figura 13	¿Con qué frecuencia viaja por motivos de salud?	40
Figura 14	¿Qué importancia le da al costo de los servicios de turismo de salud en su elección del destino?	40
Figura 15	¿Cuál es su principal objetivo al realizar turismo de salud en la Provincia de Pichincha?	41
Figura 16	¿Cuáles son sus preferencias de alojamiento durante su estancia por turismo de salud en la Provincia de Pichincha?	41
Figura 17	¿Prefiere destinos urbanos o rurales para su turismo de salud?.....	42
Figura 18	¿Qué servicios adicionales valora más durante su estancia?	42
Figura 19	¿Cuánto tiempo suele durar su estancia en la Provincia de Pichincha?.....	43
Figura 20	¿Qué tan importante debe ser la calidad de las instalaciones en su turismo de salud?	43
Figura 21	¿Considera las opiniones y reseñas en línea antes de elegir un destino de salud? ..	44
Figura 22	¿Cuál es su nivel de satisfacción general con su experiencia turística de salud en la Provincia de Pichincha?	44
Figura 23	Portada del boletín.....	47
Figura 24	Introducción del boletín informativo del Perfil de turista de salud.....	48
Figura 25	Índice del boletín informativo	49
Figura 26	Turismo de salud	50
Figura 27	Descubriendo Pichincha	51

Figura 28 Oferta Turística.....	52
Figura 29 Oferta Turística.....	53
Figura 30 Perfil del turista de bienestar	54
Figura 31 Perfil del turista de salud	54
Figura 32 Datos demográficos	55
Figura 33 Datos socioeconómicos	56
Figura 34 Datos motivacionales.....	57
Figura 35 Datos Preferenciales	58
Figura 36 Créditos.....	59

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: “Perfil del turista de salud que visita la provincia de Pichincha”

Fecha de inicio: octubre del 2023

Fecha de finalización: agosto del 2024

Lugar de ejecución

Provincia: Pichincha

Zona: 2

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que auspicia: Carrera en Turismo

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

Equipo de trabajo

- **Tutor:** Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta
- **Celular:** 0984509068
- **Correo:** milton.sampedro@utc.edu.ec
- **Investigador:** Geovana Alejandra Rodríguez Velasco
- **Celular:** 0999593674
- **Correo:** geovana.rodriguez8775@utc.edu.ec

Área de conocimiento: Servicio

Línea de Investigación: Planificación y Gestión del Turismo Sostenible

Sub líneas de investigación de la Carrera: Análisis del turismo

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto de investigación titulado; “El perfil del turista de salud que visita la provincia de Pichincha” tiene como finalidad detallar las características específicas de los turistas que acuden a los lugares de la provincia, buscando realizar turismo de salud, para lo cual primero analizaremos cada situación demográfica, socioeconómica, motivacional y de preferencia lo que nos permitirá conocer a profundidad cada perfil del turista que realice esta actividad.

Según el Ministerio de Turismo publicado (Quito, Pichincha. 10-09-2018) en un artículo menciona en la campaña “Ecuador is Wellness” que el turismo de salud tiene un enfoque holístico y psíquico para mejorar, prevenir, equilibrar aspectos físicos, mentales y espirituales. Ecuador posee innumerables espacios naturales que ofrecen múltiples opciones para que viajeros nacionales y extranjeros disfruten del turismo de salud en el centro del mundo entre montañas, llanuras, volcanes inactivos y destinos naturales que conquistan al continente.

En la provincia de Pichincha, el turismo de salud todavía no logra explotar a su máximo potencial como se desearía para el crecimiento económico del sector. Si bien es cierto Pichincha por su situación geográfica es aventajada por tener recursos naturales y una gran oferta turística en crecimiento, pero carece de promoción y visibilidad lo que ha llevado a que visitantes nacionales y extranjeros acudan con baja frecuencia. Por lo siguiente, el proyecto de investigación está enfocado en conocer a detalle el perfil del turista de salud que visita la provincia de Pichincha con el objetivo de promocionar y contar con una actividad que actualmente está direccionada a la ayuda de las personas con problemas de salud en la región.

La provincia de Pichincha se encuentra establecida por ciertos lugares agradables en el cual permiten realizar turismo relacionado con estilos diferentes que facilitan combinar religión, cultura, gastronomía, termal y natural, lo que ayuda a determinar cambios positivos en el sector turístico. Sitios como; Papallacta, Mindo, El Quinche y Lloa se han convertido en lugares determinantes en el desarrollo de la actividad turística de salud de la provincia.

En base a esta investigación se quiere apreciar que en mencionados lugares la oferta de turismo de salud está basada en ayudar a mejorar las enfermedades y disfrutar de su tranquilidad emocional y espiritual de las personas, con sus balnearios de aguas termales spas y terapias curativas.

(Creswell, 2014), manifiesta que, la investigación es fundamental para identificar y entender las necesidades del cliente, lo que permite a los sectores involucrados diseñar

estrategias efectivas para ayudar con información necesaria para la aplicación y toma de mejores decisiones en base a la problemática (p. 48). De acuerdo al contexto, conocer el perfil del turista de salud es muy importante ya que facilitara y ayudará a fomentar el turismo de salud más competitivo y sostenible con preferencias específicas de cada turista que elije utilizar el servicio.

En esta parte se innovará una oferta turística donde se ayudará identificar oportunidades para la creación de nuevos productos y servicios turísticos que incrementará la competitividad que permitirá que Pichincha se posicione como un destino preferido para el turismo de salud, mediante servicios personalizados en donde permitan mejorar la experiencia de cada visitante, lo cual llevara a que el turista mantenga satisfacción al utilizar el servicio, lo mismo que permita mantener la fidelización, recomendación y retorno del turista a la provincia.

Este proyecto beneficiará a los proveedores de servicios turísticos de salud, donde podrán adaptar sus destinos con mayor claridad ampliando su oferta turística ya que presentarán con claridad sus paquetes turísticos de salud, mejorando su reconocimiento y visibilidad. Como también al sector turístico ya que los operadores turísticos, hoteles y otros proveedores que podrán diseñar y ofrecer servicios más atractivos y personalizados.

Mediante los resultados recopilados en la investigación la finalidad del proyecto será diseñar estrategias efectivas para que los resultados del estudio proporcionen datos valiosos para el diseño de estrategias y promoción más efectiva que mejorara los destinos y que permitirá a los promotores de turismo realizar mejoras continuas basadas en las tendencias actuales y demandas del sector turístico que son indispensables para mantener un desarrollo y crecimiento eficaz. (Hernández, R. et al, 2014).

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Tabla 1

Beneficiarios directos e indirectos

Beneficiarios directos	Beneficiarios Indirectos
<ul style="list-style-type: none"> • Turistas de salud que visitan la provincia de Pichincha (500,000 turistas). • Empresas turísticas de la provincia de Pichincha. • Guías y transportistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Población local (3.231.720 personas.) • Empresas de alimentos y bebidas. • Artesanos y comerciantes locales. • Medios de comunicación y publicidad que puedan promocionar la región y sus servicios turísticos de salud. • Autoridades locales y regionales responsables del desarrollo turístico de salud.

Fuente: *Ministerio de Turismo y Censo 2022*

4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Analizar el perfil del turista resulta fundamental para identificar sus exigencias, deseos, gustos y preferencias, ya que los sectores turísticos están compuestos por consumidores que poseen perfiles diversos y características muy particulares, lo cual marca una distinción significativa entre proveedores y clientes de turismo de salud. (Publicaciones turismo.ec., 2024)

El desconocimiento del perfil del turista de salud a nivel mundial puede presentar varios problemas significativos para los destinos que desean atraer a este segmento de mercado. Según

(Goeldner, et.al, 2019)"el éxito en la industria del turismo depende en gran medida de la capacidad de entender y satisfacer las expectativas de los visitantes, lo que se hace difícil cuando se desconoce su perfil" (p. 217). Es por eso que, sin un conocimiento claro del perfil del turista de salud, los destinos podrían ofrecer servicios y productos que no se alineen con las expectativas y necesidades que exigen los turistas. Esto puede resultar en una baja demanda y en la insatisfacción de los visitantes, lo cual puede afectar negativamente al prestigio del área turística.

La ausencia de datos precisos sobre las características demográficas, socioeconómicas, motivacionales y de preferencias de los turistas de salud impide que los proveedores de servicios puedan adaptar y mejorar sus ofertas de manera efectiva (Proaño, 2018).

Las investigaciones del perfil del turista son muy escasas a nivel de América Latina y esto conlleva a ocasionar una serie de problemas y desafíos en la gestión y desarrollo del turismo en la región tales como: la oferta turística inadecuada, desperdicio de recursos, falta de segmentación en el mercado. La falta de estudio del perfil del turista puede resultar en una asignación ineficiente de recursos en infraestructura y promoción turística. Como señala (Torres., 2019),“ La inversión en turismo sin un conocimiento profundo del mercado puede conducir al desperdicio de recursos en proyectos que no generan el retorno esperado". Estos problemas subrayan la importancia de realizar estudios del perfil del turista en América Latina para mejorar la gestión y desarrollo del turismo en la región, maximizando el potencial económico, social y ambiental de la actividad turística.

Pichincha a través de este estudio facilitará adaptar la oferta de tratamientos médicos y turísticos a sus necesidades específicas. Esto incluye seleccionar los tratamientos de salud más demandados, proporcionar alojamiento y transporte adecuados, y ofrecer actividades complementarias que mejoren la experiencia del turista (Silva, 2019). Asimismo, conocer las preferencias y expectativas del turista de salud contribuye a mejorar su experiencia durante su estancia en Pichincha. Esto incluye aspectos como la atención médica de calidad, la atención personalizada, y actividades recreativas y culturales. (Rodríguez, 2020). El turismo de salud tiene el potencial de contribuir significativamente al desarrollo económico local, creando empleos y promoviendo la inversión en infraestructura en las áreas turísticas de salud, (Ministerio de Turismo, 2020).

Pichincha mantiene un gran potencial con destinos turístico enfocados en área salud, pero se puede evidenciar que existe una falta significativa de información en relación con el perfil del turista de salud que visita la provincia. Esta decadencia de visibilidad impide que los

proveedores no pueden presentar sus ofertas turísticas de una manera más amplia, por lo cual el turista también se siente afectado e involucrado de este entorno.

En resumen, el problema principal de este proyecto de investigación es la falta de información detallada y actualizada sobre el perfil del turista de salud que visita Pichincha. Abordar esta deficiencia es crucial para mejorar la competitividad, promover el desarrollo económico y plantear estrategias eficaces que apoyen el crecimiento estable del turismo de salud en la provincia de Pichincha.

5. OBJETIVOS:

5.1. Objetivo General

Describir el perfil del turista de salud a través de un estudio descriptivo, contribuyendo al desarrollo turístico de la provincia de Pichincha.

5.2. Objetivos Específicos

- Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta, estableciendo el perfil del turista de acuerdo con las variables definidas.
- Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de salud que sirva para los prestadores de servicio.

5. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 2

Actividades en relacion a los objetivos

OBJETIVO	ACTIVIDADES	METODOLOGÍA	RESULTADOS
Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta, estableciendo el perfil del turista de acuerdo con las variables definidas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir la muestra 2. Identificar y seleccionar las empresas turísticas que ofrezcan servicios de salud de la provincia de Pichincha. 3. Aplicar el instrumento de investigación. 4. Ordenar y clasificar los datos obtenidos. 	<p>Tipo: Descriptivo, de campo y documental</p> <p>Método: Enfoque Cualitativo</p> <p>Técnica: Recolección de datos, muestro no probabilístico</p> <p>Instrumento: Base de datos del Ministerio de Turismo Cuestionario</p>	Perfil del turista de salud
1. Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de salud que	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elegir la información 2. Elaborar la estructura y diseño del boletín. 3. Redacción del contenido. 	<p>Tipo: Documental</p> <p>Método: Descriptivo</p> <p>Técnica: Análisis de contenido</p>	Boletín Informativo

sirva para los 4. Seleccionar el material e
prestadores de servicio. impresión.

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

La fundamentación científico-técnica de este proyecto se basa en la necesidad de comprender y analizar el perfil del turista de salud en la provincia de Pichincha. Esta comprensión es esencial para mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos, fomentar el desarrollo económico local y competir eficazmente en el mercado global del turismo de salud. 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:

Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador es el marco legal fundamental que garantiza los derechos y deberes de los ciudadanos, incluyendo el derecho a la salud y al turismo. El **artículo 32** establece que "la salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, incluyendo el derecho al agua, a la alimentación, a la educación física, a la vivienda, y a la salud" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

Ley Orgánica de Salud (LOS)

La Ley Orgánica de Salud es la principal normativa que regula los servicios de salud en el Ecuador. Establece los requisitos para la habilitación y funcionamiento de los establecimientos de salud, así como los derechos y obligaciones de los usuarios y prestadores de servicios. Esta ley garantiza que los servicios de salud sean de calidad y accesibles para toda la población (Registro oficial, 2006)

Ley de Turismo

La Ley de Turismo de Ecuador establece las bases para el desarrollo, promoción y regulación del sector turístico en el país. Su objetivo es promover y regular el turismo en Ecuador para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país. Se enfoca en la sostenibilidad y en la mejora continua de la calidad de los servicios turísticos. En el cual establece definiciones clave, como qué se considera turismo, qué entidades están involucradas y qué actividades están reguladas. Donde las competencias del Ministerio de Turismo y otras entidades encargadas de la gestión y promoción del turismo. También establece mecanismos para la coordinación entre diferentes niveles de gobierno. Los prestadores de servicios turísticos establecen requisitos y

procedimientos para la obtención de licencias y permisos para operar en el sector turístico. Incluye normas para la calificación y categorización de servicios.

Ley Orgánica de Turismo (2010) – Artículo 4

La Ley Orgánica de Turismo de Ecuador buscan orientar el desarrollo turístico del país hacia la sostenibilidad, la calidad, la accesibilidad, la competitividad y la culturalidad. Esto implica que el turismo debe ser compatible con la conservación ambiental y cultural, garantizar altos estándares de servicio, ser accesible para todos, mejorar la competitividad de los destinos, e incluir el respeto y la valorización de la identidad cultural de las comunidades locales. Estos principios son fundamentales para el diseño de políticas y programas que promuevan un turismo responsable y beneficioso para todos los actores involucrados.

Código Orgánico de Salud (COS)

El Código Orgánico de Salud regula la promoción, prevención, recuperación y rehabilitación de la salud en el Ecuador. Proporciona un marco legal integral para la protección y promoción de la salud pública, incluyendo la regulación de los servicios de turismo de salud y bienestar. El COS establece las competencias de las autoridades sanitarias y los requisitos para la prestación de servicios de salud (Registro Oficial, 2018).

Normativas Internacionales

Ecuador se adhiere a normativas y estándares internacionales en el ámbito del turismo de salud y bienestar. Organizaciones como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Mundial del Turismo (OMT) proporcionan guías y recomendaciones que el país adopta para asegurar la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos. Estas normativas internacionales complementan las leyes nacionales y ayudan a mantener altos estándares en la prestación de servicios (OMT, Normativas Internacionales, 2019)

7.1. Definición de turismo

El turismo es una actividad multifacética que implica el desplazamiento temporal de personas fuera de su entorno habitual con fines diversos, como el ocio, la recreación, el negocio, la salud, la educación y la cultura. Este fenómeno global tiene profundas implicaciones económicas, sociales, culturales y ambientales, y se ha convertido en un motor esencial del desarrollo económico y social en muchas regiones del mundo.

Se ha identificado que el turismo ha sido un motor clave de la recuperación económica según en un nuevo informe presentado por el Fondo Monetario Internacional (FMI). Dado que los datos de la OMT apuntan a una vuelta al 95% de las cifras de turistas anteriores a la pandemia para finales de año en el mejor de los casos, el informe del FMI describe el impacto positivo que la rápida recuperación del sector tendrá en determinadas economías de todo el mundo.

Este sector ofrece una amplia gama de servicios que incluyen alojamiento, transporte, alimentación, actividades recreativas, guías turísticos y servicios culturales, todos ellos diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas de los viajeros. Además, el alcance del turismo es global, abarcando tanto destinos urbanos como rurales, y es un motor clave para el desarrollo sostenible, ya que promueve la conservación del patrimonio natural y cultural y facilita el intercambio cultural y social (Cooper, 2020)

7.1.2. Tipos de turismo

Turismo de ocio y recreación

Se refiere a los viajes realizados principalmente para disfrutar del tiempo libre, relajarse y participar en actividades recreativas. Este tipo de turismo incluye una amplia gama de actividades, desde visitas a playas y parques naturales hasta la participación en eventos culturales, deportivos o de entretenimiento. Su objetivo principal es el descanso, el entretenimiento y la desconexión de la rutina diaria. Según (Cooper, C., & Hall, C. M, 2020), describen este tipo de turismo como "una forma de turismo donde el objetivo principal del viaje es disfrutar del tiempo libre mediante la participación en actividades recreativas, que pueden ser físicas, culturales o simplemente de descanso".

Turismo sostenible

Se refiere al turismo que toma en cuenta sus impactos ambientales, sociales y económicos actuales y futuros, abordando las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades receptoras. Se enfoca en la conservación del entorno natural y cultural y en el bienestar de las comunidades locales. "El turismo sostenible tiene como objetivo minimizar los impactos ambientales y culturales negativos, maximizando al mismo tiempo los beneficios para las comunidades locales y preservando los recursos para las generaciones futuras". (Dodds, R., & Butler, R, 2019)

Turismo de aventura

Implica viajes que incluyen actividades físicas, la exploración de entornos naturales o la inmersión en culturas exóticas. Este tipo de turismo se caracteriza por la emoción, el riesgo y la experiencia única que proporciona a los viajeros. “El turismo de aventura se define por la exploración de áreas remotas, donde los viajeros participan en actividades físicamente desafiantes y potencialmente riesgosas.” (Buckley R. , 2020).

Turismo cultural

Se enfoca en la exploración de la cultura, tradiciones y el patrimonio histórico de un lugar. Los turistas buscan experiencias que les permitan aprender y conectarse con la identidad cultural del destino visitado. “El turismo cultural implica experimentar las costumbres, tradiciones y el patrimonio de un destino, a menudo impulsado por el deseo de comprender y apreciar la cultura local” (Richards G. , 2021).

Turismo rural

Este tipo de turismo se desarrolla en áreas rurales, brindando a los turistas la oportunidad de experimentar la vida en el campo, participar en actividades agrícolas y disfrutar de la tranquilidad del entorno rural. “El turismo rural ofrece un escape al campo donde los turistas pueden participar en actividades agrícolas y sumergirse en el sereno entorno rural”. (Lane, B., & Kastenholz, E, 2019)

7.2. Turismo de Salud

El turismo de salud se define como el viaje realizado por personas con el propósito principal de obtener servicios médicos, terapias de bienestar o tratamientos de salud en un destino diferente al de su residencia habitual. Este tipo de turismo ha ganado popularidad debido a la búsqueda de servicios médicos más accesibles o especializados, así como a la posibilidad de combinar tratamientos con experiencias de ocio y relajación. Según la (OMT., 2019)“, el turismo de salud es "el tipo de turismo en el que los viajeros se desplazan a un destino específico para recibir tratamientos médicos, servicios de bienestar o procedimientos de salud que no están disponibles o son menos accesibles en su lugar de residencia". Esto incluye una amplia gama de servicios, desde intervenciones quirúrgicas hasta terapias alternativas y programas de bienestar.

La principal motivación para hacer turismo de salud, según la OMT, radica en la búsqueda de una mejor relación costo-calidad en los servicios de salud que ayudan a la mejora física y mental

del visitante, con el cual podrán acceder a tratamientos más económicos sin perder la calidad del servicio. Además, la posibilidad de recibir atención médica en instalaciones de alta calidad y por parte de especialistas reconocidos en destinos atractivos agrega un valor significativo a la experiencia. Para muchos turistas, la idea de recuperarse o mejorar su salud en un entorno relajante y agradable también es un factor crucial que impulsa la decisión de viajar por razones de salud.

El turismo de salud también puede ser beneficioso para la economía local, ya que atrae a turistas de alto poder adquisitivo y con esto generar un aumento de consumo por parte de los turistas en servicios médicos, alojamiento, transporte y ocio, lo que impulsa el desarrollo económico y la creación de empleo en estos sectores (Connell, 2018).

7.2.2. Tipos de turismo de salud

El turismo de salud es una categoría amplia que abarca varios tipos de viajes con fines médicos y de bienestar. Los principales tipos de turismo de salud son el turismo médico, el turismo de bienestar y el turismo de rehabilitación. Cada uno de estos tipos tiene características distintivas y atrae a diferentes perfiles de turistas.

Turismo médico

Este tipo de turismo de salud se centra en viajes para recibir tratamientos médicos específicos, como cirugías, tratamientos dentales, y otros procedimientos médicos avanzados que no están disponibles o son más costosos en el país de origen del paciente. Según (Connell J. , 2018), "el turismo médico implica la búsqueda de intervenciones quirúrgicas y tratamientos médicos en el extranjero, motivados por la calidad del servicio, el costo y la disponibilidad".

Turismo de bienestar

Enfocado en la prevención y el mantenimiento de la salud, el turismo de bienestar incluye viajes para participar en programas de spa, yoga, desintoxicación, y otras terapias alternativas. (Smith, M., & Puczkó, L., 2020), señalan que "el turismo de bienestar se ha expandido rápidamente, con los viajeros buscando mejorar su bienestar físico y mental en entornos naturales y relajantes".

Turismo de balnearios

Este tipo de turismo está vinculado al uso de recursos naturales, como aguas termales y lodos terapéuticos, para tratamientos de salud y bienestar. (Lunt, N. y Carrera, P., 2019), explican que "los balnearios y las aguas termales son destinos populares en el turismo de salud, ofreciendo terapias basadas en recursos naturales que promueven la salud y el bienestar".

Turismo de rehabilitación

Enfocado en la recuperación física y mental, este tipo de turismo involucra viajes para recibir tratamientos postoperatorios, terapias físicas y psicológicas, especialmente en centros especializados. "El turismo de rehabilitación se ha convertido en una opción para pacientes que buscan una recuperación completa en entornos especializados y apoyados por profesionales de la salud" (Smith, M., & Puczkó, L., 2020).

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 variedad de factores que incluyen aspectos personales, del destino, y del sistema de salud. A continuación, se presentan algunos de los factores más importantes:

- **Condición Médica del Paciente:** La naturaleza y la gravedad de la condición médica del turista influye significativamente en la elección del destino y los servicios de salud. Los pacientes pueden elegir destinos conocidos por su especialización en ciertos tratamientos médicos. "La condición médica y las necesidades específicas del paciente son determinantes críticos en la elección de destinos para el turismo de salud" (Connell J. , 2016).
- **Ingresos y Capacidad de Gasto:** La situación económica del turista de salud determina el tipo de servicios de salud que puede permitirse, así como la elección del destino. "El ingreso disponible y la capacidad de gasto son factores clave que influyen en las decisiones de viaje y el acceso a tratamientos médicos en el extranjero" (Smith, M. y Puczkó, L., 2020).
- **Preferencias Culturales y Personales:** Las preferencias individuales, incluyendo consideraciones culturales y religiosas, también juegan un papel importante en la elección de destinos y servicios de salud. "Las preferencias culturales y personales pueden afectar significativamente la elección del destino, especialmente cuando se buscan tratamientos en contextos culturalmente familiares" (Lunt, N et al., 2016)
- **Calidad de los Servicios de Salud:** La reputación y la calidad de los servicios de salud en un destino son factores primordiales. Los turistas de salud buscan destinos

con instalaciones médicas de alta calidad y profesionales bien capacitados. "La calidad percibida de los servicios de salud y la reputación de los profesionales médicos son factores cruciales en la elección del destino" (Hanefeld et al., 2014).

- **Costos de Tratamiento:** La diferencia de costos entre los tratamientos en el país de origen y en el destino puede ser un factor determinante. Muchos turistas de salud buscan destinos donde los tratamientos son más económicos, pero mantienen un alto estándar de calidad. "El ahorro en los costos de tratamiento es uno de los principales impulsores del turismo de salud" (Turner, 2010)
- **Infraestructura y Facilidades Adicionales:** La disponibilidad de infraestructura adecuada, incluyendo transporte, alojamiento y servicios adicionales como atención postoperatoria, influye en la elección del destino. "La infraestructura de apoyo, como el transporte y el alojamiento, es esencial para atraer a los turistas de salud" (Bookman, MZ y Bookman, KR. , 2007)

7.4. El perfil

El término "perfil" se refiere a una descripción detallada y estructurada de las características distintivas de un individuo, grupo, objeto o fenómeno. Esta descripción abarca una variedad de dimensiones y atributos que permiten una comprensión integral y multifacética del sujeto en cuestión. La construcción de perfiles es fundamental en diversas disciplinas como la psicología, sociología, marketing, turismo y más, ya que facilita la identificación de patrones, necesidades, comportamientos y tendencias.

Un perfil puede ser entendido como una representación de la identidad de un sujeto, delineada a través de una serie de características específicas. (Kotler, P. y Armstrong, G, 2018) en el contexto del marketing, un perfil de consumidor incluye datos demográficos, psicográficos y comportamentales que ayudan a las empresas a segmentar y dirigirse a su mercado objetivo de manera más efectiva.

7.4.2. Perfil del turista

El perfil del turista se refiere a una descripción detallada de las características demográficas, socioeconómicas, psicográficas y comportamentales de los individuos que participan en actividades turísticas. Este perfil permite a las organizaciones y destinos turísticos entender mejor

a sus visitantes, diseñar productos y servicios personalizados, y desarrollar estrategias de marketing más efectivas.

El perfil del turista es una herramienta clave en el marketing y la gestión del turismo, ya que proporciona información crucial sobre los visitantes, sus preferencias y comportamientos. Según (Kotler, P. y Keller, KL, 2016), el perfil del consumidor, en este caso el turista, incluye datos sobre quiénes son, qué compran, cuándo y dónde compran, y por qué compran. Esta información ayuda a segmentar el mercado turístico y a diseñar experiencias que se adapten a las necesidades específicas de diferentes grupos de turistas.

Por esta razón, conocer el perfil del turista es esencial para adaptar la oferta turística a las necesidades y expectativas de los visitantes, lo que puede resultar en una mayor satisfacción del turista, un aumento de la demanda y, en última instancia, un impulso a la economía local. Al analizar el perfil del turista, las autoridades y empresas turísticas pueden personalizar sus servicios, promociones y actividades para atraer y retener a los visitantes (OMT .. , 2024)

7.4.3. Tipos de turistas

Los tipos de turistas se pueden clasificar en diferentes categorías según sus motivaciones, comportamientos, y características demográficas. A continuación, se presentan algunos de los principales tipos de turistas:

Turistas Culturales

Estos turistas viajan principalmente para experimentar y aprender sobre la cultura, historia y patrimonio de un destino. Son atraídos por museos, sitios históricos, y eventos culturales. Según (Richards G. , 2018), "los turistas culturales buscan una inmersión profunda en la cultura local, participando activamente en actividades que les permitan conocer y entender las tradiciones y el patrimonio del destino".

Turistas de Aventura

Los turistas de aventura son aquellos que buscan actividades emocionantes y desafiantes en entornos naturales. Prefieren destinos que ofrezcan oportunidades para el senderismo, escalada, rafting, y otras actividades al aire libre. (Buckley R. , 2020), señala que "el turismo de aventura se caracteriza por la búsqueda de experiencias únicas y la exploración de entornos naturales que ofrecen un alto nivel de desafío y riesgo".

Turistas de Negocios

Este tipo de turista viaja con el propósito de participar en reuniones, conferencias, ferias comerciales u otros eventos relacionados con su trabajo. Estos turistas valoran la comodidad, la conectividad y el acceso a servicios de negocios. Según (Davidson, R. y Cope, B., 2020), "el turista de negocios tiende a priorizar la eficiencia y la calidad de los servicios que le permiten cumplir con sus objetivos laborales durante su estancia".

Turistas de Salud

Viajan con el objetivo de recibir tratamientos médicos o terapias de bienestar en destinos especializados. Esto incluye desde cirugías hasta programas de bienestar en balnearios. (Smith, M. y Puczkó, L., 2020), explican que "el turismo de salud abarca una amplia gama de actividades, desde tratamientos médicos específicos hasta programas de bienestar holístico en entornos relajantes".

Turistas de Sol y Playa

Estos turistas buscan destinos con playas soleadas y actividades relacionadas con el mar. Su principal motivación es el descanso y la recreación en un ambiente cálido y relajado. (Page, 2019), describe que "los turistas de sol y playa representan un segmento importante, atraídos por la promesa de clima cálido, playas limpias y una variedad de actividades recreativas acuáticas".

Turistas Sostenibles

Son aquellos que viajan con un enfoque en la sostenibilidad, buscando minimizar su impacto ambiental y contribuir positivamente a las comunidades locales. Se interesan por el ecoturismo y el turismo comunitario. (Weaver, 2021), afirma que "el turista sostenible está motivado por un deseo de viajar de manera responsable, respetando y apoyando la conservación del medio ambiente y el bienestar de las comunidades receptoras".

7.4.4. Objetivo de un perfil del turista

El objetivo principal de desarrollar un perfil del turista es entender y describir de manera detallada las características, comportamientos y preferencias de los individuos que participan en actividades turísticas. Este conocimiento permite a las organizaciones turísticas, destinos y proveedores de servicios adaptar sus ofertas y estrategias para satisfacer mejor las necesidades de los turistas, mejorar la experiencia del visitante y, en última instancia, aumentar la aceptación y la fidelización del cliente.

7.4.5. Característica de un perfil del turista

El perfil del turista incluye una variedad de características que permiten a las organizaciones turísticas y a los destinos entender mejor a sus visitantes. Estas características se dividen en varias categorías principales: demográficas, socioeconómicas, psicográficas y comportamentales. Cada una de estas categorías proporciona información valiosa sobre quiénes son los turistas, qué buscan y cómo se comportan durante sus viajes. Estas características permiten adaptar las ofertas y experiencias turísticas para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los turistas.

- **Demográficas:** Las características demográficas del turista se refieren a aspectos como la edad, el género, el estado civil, el nivel educativo y el tamaño del hogar. Estas características influyen significativamente en las decisiones de viaje y en las preferencias turísticas. "Las características demográficas, como la edad y el nivel educativo, son determinantes importantes en la elección del tipo de turismo y destinos específicos" (Litvin, 2021).
- **Socioeconómicas:** Las características socioeconómicas incluyen el ingreso, la ocupación, el nivel de educación y la clase social del turista. Estos factores determinan la capacidad de gasto del turista, el tipo de alojamiento que eligen, y las actividades en las que participan durante su viaje. "El ingreso y la clase social son factores clave en el comportamiento turístico, influyendo en la elección del destino, el tipo de alojamiento, y la duración del viaje" (Dolnicar S. , 2019).
- **Psicográficas:** Las características psicográficas del turista se refieren a sus valores, actitudes, intereses, estilos de vida y personalidad. Estas características son esenciales para entender las motivaciones detrás de las decisiones de viaje y para segmentar el mercado turístico de manera más efectiva. "Las características psicográficas permiten a las empresas turísticas comprender mejor las motivaciones y preferencias de los turistas, lo que facilita la personalización de ofertas y experiencias" (Plog, 2020)
- **Comportamentales:** Las características comportamentales se refieren a los patrones de comportamiento del turista, como la frecuencia de viaje, la lealtad a ciertos destinos, las expectativas de servicio, y la sensibilidad al precio. Estas

características ayudan a entender cómo los turistas interactúan con los productos y servicios turísticos. "El comportamiento del turista, incluyendo la frecuencia de viaje y la lealtad a ciertas marcas o destinos, es fundamental para desarrollar estrategias de marketing y fidelización efectivas" (Kotler, P et al., 2020)

7.4.6. Métodos para realizar un perfil del turista

Para perfilar a los turistas, es común utilizar métodos cuantitativos que permiten recolectar y analizar datos numéricos con el fin de identificar patrones y características específicas en un grupo de turistas. Las encuestas estructuradas son uno de los métodos más utilizados para recopilar datos cuantitativos sobre turistas. Este método implica la aplicación de cuestionarios con preguntas cerradas y escalas de respuesta predefinidas, lo que facilita el análisis estadístico de los datos. Las encuestas permiten obtener información sobre una amplia gama de variables demográficas, socioeconómicas, psicográficas y comportamentales de los turistas (Dolnicar, S. & Grün, B., 2019).

Otro método es el análisis de datos secundarios que consiste en el uso de datos cuantitativos ya existentes que han sido recolectados por otras fuentes, como censos, estudios de mercado, estadísticas gubernamentales, o datos de redes sociales y plataformas de reservas. Este método es eficiente en términos de tiempo y costos, ya que permite utilizar información que ya está disponible para extraer insights sobre el comportamiento y las características de los turistas (Veal, 2018).

Además de las encuesta y análisis de datos secundarios, otro método es el análisis de clúster es un método estadístico que agrupa a los turistas en segmentos homogéneos basados en características similares, como comportamiento de compra, preferencias de viaje, o características demográficas. Este método permite identificar diferentes tipos de turistas dentro de un mercado y personalizar las estrategias de marketing y oferta de productos para cada segmento (Dolnicar S. , 2020)

7.5. Enfoque metodológico

De acuerdo con Creswell & Plano Clark (2018):

El enfoque metodológico mixto es particularmente útil cuando los investigadores buscan una comprensión más completa de un fenómeno complejo, ya que permite la triangulación de datos, lo que mejora la validez y confiabilidad de los resultados. Este enfoque puede

adoptar diversas formas, como diseños secuenciales (donde un método sigue al otro), diseños concurrentes (donde ambos métodos se aplican simultáneamente) o diseños transformativos (donde un enfoque teórico guía la integración de los métodos).

Con base a lo mencionado, el enfoque metodológico mixto se basa en la premisa de que la integración de métodos cualitativos y cuantitativos puede proporcionar una perspectiva más rica y detallada que el uso de un solo enfoque. Los métodos cuantitativos, que suelen implicar la recolección de datos numéricos a través de encuestas, experimentos o análisis estadísticos, permiten generalizar los hallazgos a una población más amplia y establecer relaciones causales. Por otro lado, los métodos cualitativos, como entrevistas, grupos focales y análisis de contenido, se centran en comprender el significado y las experiencias subjetivas de los participantes, proporcionando un contexto más profundo y una comprensión detallada de los procesos sociales.

7.6. Población

La población, en el contexto de la investigación y la estadística, se refiere al conjunto completo de individuos, objetos o eventos que comparten una o más características en común, y de los cuales se desea obtener información específica. Esta definición es crucial para el diseño y la implementación de cualquier estudio de investigación, ya que determina el grupo sobre el cual se harán inferencias y conclusiones. La población puede ser definida como el total de elementos, sean individuos, objetos o eventos, que poseen ciertas características definibles y de interés para un estudio particular (Cochran, 2019).

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

7.7. Muestra

En el contexto de la investigación, una muestra se refiere a un subconjunto de la población que se selecciona para participar en un estudio. Este concepto es esencial para los métodos de investigación cuantitativa y cualitativa, ya que permite a los investigadores obtener datos representativos de una población más amplia sin tener que investigar a cada miembro de esa población. La muestra facilita la recolección de datos de manera más eficiente y económica, permitiendo extrapolar y generalizar los resultados a la población completa.

La muestra puede definirse como un conjunto de elementos seleccionados de una población para representar las características y dinámicas de toda la población (Cochran, 2019), En términos más prácticos, es un grupo pequeño que se estudia con la intención de entender o inferir comportamientos, características o tendencias de un grupo más grande.

7.8. Tipo de investigación

7.8.2. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva es un tipo de metodología de investigación que se utiliza para describir las características de una población o fenómeno de interés de manera sistemática y precisa. No pretende establecer relaciones causales ni explicaciones profundas, sino que se centra en observar, registrar y analizar situaciones tal como existen en la realidad. Este tipo de investigación es fundamental para obtener una comprensión detallada de la situación actual de un fenómeno específico.

La investigación descriptiva se define como un método de investigación que implica la observación y descripción de un sujeto sin influir en él de ninguna manera (Burns, N. y Grove, SK, 2020), Esto significa que se limita a proporcionar un retrato detallado de las características y situaciones observadas, sin manipular variables ni buscar causalidades directas. Según (Kumar, 2019), "la investigación descriptiva se centra en el 'qué' de la situación en lugar del 'por qué'", se investiga un sitio determinado.

7.8.3. Fuentes primarias

En el ámbito de la investigación, las fuentes primarias se refieren a documentos, objetos o datos originales que proporcionan evidencia directa y sin intermediarios sobre un tema o fenómeno específico. Estas fuentes son fundamentales para la creación de conocimiento nuevo, ya que contienen información inédita y cruda que no ha sido interpretada o evaluada por otros investigadores.

Las fuentes primarias se definen como "materiales originales que contienen información directa o en primera mano sobre un evento, objeto, persona o trabajo artístico" (Mills, 2018). Estas fuentes son la materia prima de la investigación, y su autenticidad y originalidad las hacen cruciales para el análisis y la interpretación académica.

7.8.4. Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son materiales que interpretan, analizan o resumen información de fuentes primarias. Estas fuentes no contienen información directa o en primera mano, sino que proporcionan una perspectiva sobre los datos originales, ofreciendo contexto, análisis y comentarios basados en la información primaria.

Las fuentes secundarias se definen como "materiales que describen, analizan, interpretan o evalúan información de fuentes primarias" (Gibaldi, 2019) A diferencia de las fuentes primarias, que proporcionan datos originales y no interpretados, las fuentes secundarias ofrecen una visión más amplia y contextualizada del tema, ayudando a los investigadores a entender mejor los datos primarios y a situarlos dentro de un marco teórico o histórico más amplio.

Para llevar a cabo este proyecto de investigación, se han utilizado diversas fuentes secundarias que proporcionan un contexto amplio y un análisis detallado sobre el tema. Estas fuentes secundarias han sido cruciales para proporcionar una comprensión amplia y profunda del contexto en el que se desarrolla el turismo de salud y bienestar en Pichincha, permitiendo una mejor interpretación y análisis de los datos recopilados en esta investigación.

7.9. Boletín informativo

Un boletín informativo es una publicación periódica que se distribuye a un público específico con el objetivo de informar, educar, y mantener a los lectores actualizados sobre eventos, noticias, desarrollos o temas de interés relacionados con una organización, comunidad, industria o cualquier otro campo específico.

También se puede definir como una publicación periódica, generalmente breve y concisa, que se distribuye a un grupo de suscriptores con el propósito de proporcionar actualizaciones, noticias, y análisis sobre un tema específico o relacionado con una entidad en particular (Smith, 2018). Los boletines pueden ser distribuidos en formato impreso o digital, y a menudo incluyen artículos, anuncios, calendarios de eventos, estadísticas y otros contenidos relevantes.

7.9.2. Estructura de un boletín informativo

Un boletín informativo bien estructurado no solo capta la atención del lector, sino que también facilita la comprensión y retención de la información presentada. La estructura de un boletín es fundamental para garantizar que la información se transmita de manera clara, concisa y

efectiva. A continuación, se presenta una descripción detallada de los elementos clave que componen un boletín.

- **Encabezado:** El encabezado es la primera parte del boletín y debe incluir el título del boletín, la fecha de publicación, y, en algunos casos, el logotipo o el nombre de la organización que lo emite. Debe ser breve, atractivo y relevante para el contenido que sigue.
- **Introducción:** La introducción ofrece un resumen o visión general del contenido del boletín. Este párrafo introductorio debe atraer al lector y ofrecerle una razón para continuar leyendo. Es habitual incluir en la introducción un gancho o pregunta que motive al lector a seguir explorando el boletín.
- **Cuerpo Principal:** El cuerpo principal es la sección donde se desarrollan los temas y noticias. Se puede estructurar en varias subsecciones, dependiendo de la cantidad y complejidad de la información. Cada sección debe estar claramente delineada con subtítulos que ayuden a organizar el contenido. Es importante que el lenguaje sea claro y que las ideas estén bien conectadas.
- **Elementos Visuales:** Los elementos visuales, como imágenes, gráficos, infografías o iconos, son componentes importantes que complementan el texto. Las imágenes deben ser relevantes y de alta calidad, y se debe tener cuidado de no sobrecargar el boletín con demasiados elementos visuales, lo que podría distraer al lector.
- **Llamados a la Acción (CTA):** Una parte clave de muchos boletines es el llamado a la acción (CTA), donde se invita a los lectores a realizar alguna acción específica, como registrarse en un evento, descargar un informe o visitar un sitio web. Los CTAs deben estar alineados con los objetivos del boletín y proporcionar un beneficio claro para el lector.
- **Información de Contacto:** Incluir información de contacto es esencial para que los lectores sepan cómo pueden obtener más información o ponerse en contacto con la organización. Esto puede incluir direcciones de correo electrónico, números de teléfono, enlaces a redes sociales y direcciones físicas.
- **Pie de Página:** El pie de página es la sección final del boletín y puede incluir detalles como los derechos de autor, un enlace para darse de baja, y otra información relevante como las políticas de privacidad.

- **Referencias o Fuentes:** En algunos casos, especialmente en boletines que presentan datos o información derivada de otras fuentes, es importante incluir una sección de referencias o fuentes.

7.9.3. Boletín informativo y su aplicación en el turismo

Un boletín informativo es una publicación periódica diseñada para proporcionar actualizaciones, noticias y análisis sobre temas específicos a un público determinado. En el contexto del turismo, los boletines informativos juegan un papel crucial en la comunicación y promoción de destinos turísticos, servicios y eventos. Pueden destacar destinos turísticos emergentes, proporcionar guías de viaje, y ofrecer información sobre atracciones locales, aumentando así el interés y las visitas a esos lugares. Se puede informar a los suscriptores sobre promociones especiales, descuentos en paquetes turísticos, y ofertas exclusivas para incentivar las reservas y aumentar las ventas.

El boletín informativo mantiene a los turistas informados sobre eventos próximos, festivales, y actividades locales que pueden enriquecer su experiencia de viaje, proporciona consejos prácticos sobre cómo viajar de manera segura y sostenible, recomendaciones de expertos y mejores prácticas para disfrutar al máximo de sus viajes. Nos ayudan a mantener una comunicación constante con los clientes, aumentando la lealtad y la satisfacción al ofrecer contenido valioso y relevante. Al utilizar encuestas y retroalimentación en los boletines recopilamos datos sobre las preferencias y comportamientos de los turistas, lo que puede ayudar a mejorar los servicios y estrategias de marketing.

8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS

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

El turismo de salud ha emergido como un sector significativo en la provincia de Pichincha. Comprender el perfil del turista de salud es crucial para mejorar los servicios y atraer a más visitantes. Se presenta un perfil basado en diversas variables demográficas, socioeconómicas, motivacionales y de preferencias.

La mayoría de los turistas de salud que visitan Pichincha pertenecen al grupo de edades adultas (45-54) años con un porcentaje del 25,5%, este grupo forman la base demográfica principal de este segmento turístico.

Es notable la equitativa distribución de género entre los visitantes, lo que implica que tanto mujeres (60,4%) como hombres (39,2%) visitan Pichincha para turismo de salud el análisis de las motivaciones muestra que la “relajación” es el motivo principal que impulsa a su elección de destino. Esto señala una búsqueda de experiencias que promuevan desconexión y bienestar emocional.

A lo que se refiere el tiempo de estadía, la mayoría de turistas de salud planean visitas cortas, de uno a dos días (47,4%). Estos hallazgos resaltan la importancia de la calidad y costo-efectividad de los servicios médicos y de bienestar que se encuentran en la región. Comprender este perfil permite a los proveedores de servicios adaptar sus ofertas para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de estos turistas, promoviendo así el desarrollo del turismo de salud y bienestar en Pichincha.

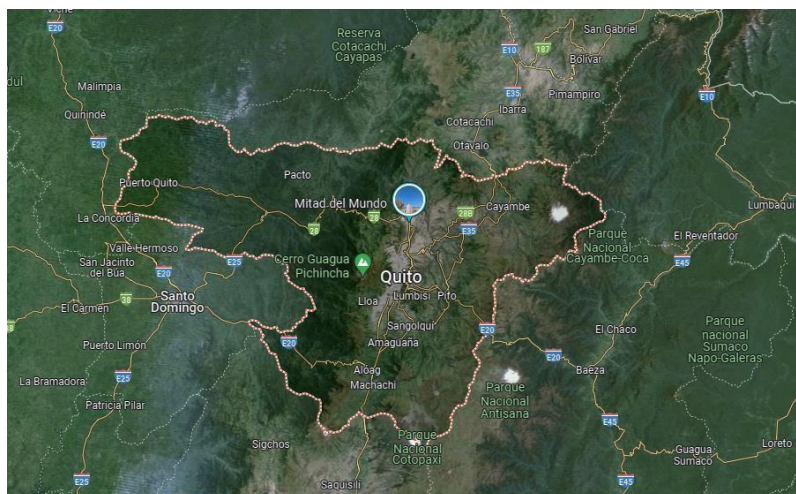
9. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

El presente proyecto de investigación corresponde al nivel descriptivo con un enfoque cualitativo en el cual permite explorar las cualidades de los turistas, permitiendo una comprensión más profunda de sus motivaciones y preferencias al viajar, de igual manera el enfoque posibilita adaptar preguntas al instrumento y en el proceso de recopilación de datos facilita una mayor capacidad de respuestas ya que ofrece una perspectiva detallada y contextualizada de las experiencias de los visitantes.

9.1. Descripción del área de estudio

La presente investigación tiene lugar en la provincia de Pichincha con su capital Quito, país Ecuador, situada en el centro norte del país, en la zona geográfica conocida como región interandina o sierra, principalmente sobre la hoya de Guayllabamba en el este y ramificaciones sub andinas en el noroccidente. Su capital administrativa es la ciudad de Quito, la cual además es su urbe más poblada y la capital del país. Es también el principal centro comercial del país. Ocupa un territorio de unos 9535,91 km², siendo la undécima provincia del país por extensión. Limita al norte con Imbabura, al sur con Cotopaxi, por el occidente con Santo Domingo de los Tsáchilas, al noroccidente con Esmeraldas, al noreste con Sucumbíos y al este con Napo. Consta de ocho cantones por el noroccidente esta: San Miguel de los Bancos, Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado, al oriente se encuentra Cayambe, nororiente esta Pedro Moncayo y por último Mejía y Rumiñahui (Núcleo Pichincha., 2023).

Figura 1
División cantonal de la provincia de Pichincha



Fuente: (Google Maps, 2024)

Figura 2
Provincia de Pichincha



Fuente: (Turismo Pichincha, 2015)

9.2. Primer objetivo

Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta, estableciendo el perfil del turista de salud de acuerdo con las variables definidas.

9.2.2. Primera actividad

Para calcular la muestra se utilizó la siguiente fórmula teniendo en cuenta que la población de estudio son los turistas que ingresan a la provincia de Pichincha en el año 2023 (aprox. 500,000) dentro de este cálculo se trabajó con un nivel de confiabilidad del 95% y un rango de error del 5% con esto se determina las encuestas que se realizaron son 384 en total.

$$n = \frac{Z^2pqN}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$

- N = Población (500,000 turistas que visitan la provincia.
- n = Muestra
- Z = Valor del nivel de confianza 95% (1,96)
- e = Error máximo aceptable 5% (0,05)
- P = Probabilidad a favor 50% (0,5)
- q = Probabilidad en contra 50% (0,5)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 500,000}{0.05^2(500,000) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{480,200}{1250,9604} = 384$$

9.2.3. Segunda actividad

En Word, se formuló un cuestionario estructurado por preguntas abiertas y cerradas, tomando en cuenta principalmente las cuatro variables de estudio: demográfica, socioeconómica, motivacional y preferencia. La referencia del modelo de la encuesta se tomó del repositorio de la UTC de la tesis que se realizó en la provincia de Tungurahua sobre el estudio del perfil de turista de salud que visita Tungurahua, del cual se modificó acorde a la provincia. Una vez elaborada la encuesta se procedió a realizar las encuestas a turistas nacionales y locales que visitan las diferentes empresas turísticas de salud de la provincia de Pichincha, para seleccionar las empresas que prestan servicios de salud se investigó en la página del Ministerio de Turismo si existía una base de datos que obtenga los establecimientos turísticos del país, con el fin de obtener datos reales.

9.2.4. Matriz de empresas turísticas

La elección de los lugares para la investigación de “El perfil del turista de salud que visita la provincia de Pichincha”, se fundamenta primeramente en trabajos de investigación enfocados al perfil del turista de salud en la provincia de Tungurahua año 2023, además se cuenta con criterios técnicos del grupo de investigación de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi llamado Turismo Co-Ciencia donde se manifiesta que la investigación se enfoque en sitios naturales y empresas que presten servicios de salud en turismo, con estos antecedentes se identificó las empresas turísticas que ofrezcan servicios de salud en la provincia de Pichincha a través de una base de datos del Ministerio de Turismo que aporte información sólida y verificable para la toma de decisión.

Se hizo un análisis donde se identificaron empresas turísticas dentro de la provincia de Pichincha que incluyen turismo natural, cultural, gastronómicos y deportes extremos con un total de 368, se estableció una clasificación que permitió determinar la relevancia de cada empresa, ya que dentro de la investigación se enfocó en el ámbito de turismo de salud, se fue anclando de acuerdo a los servicios que este turismo necesita y por ellos se obtuvieron 27 empresas turísticas con categoría cinco y cuatro estrellas y 4 sitios naturales mismas que están ubicadas en los cantones Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de los Bancos, Quito, Pedro Moncayo, Cayambe, Mejía y Rumiñahui.

Continuando con la investigación y poder definir cuáles son las empresas turísticas que prestan servicios de salud en los servicios de: yoga spa programas de desintoxicación, masajes entre otros se procedió a verificar por medio de páginas web y redes sociales.

A continuación, se presenta las empresas seleccionadas:

Tabla 3*Matriz de empresas de turísticas seleccionadas para el estudio*

N°	Nombre Comercial	Actividad / Modalidad	Clasificación	Categoría	Provincia	Cantón
1	Hosteria Muricatas	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	Pichincha	Pedro Vicente Maldonado
2	Arasha Rain Forest & Spa	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	Pichincha	Pedro Vicente Maldonado
3	Mindo Rio Hosteria	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	Pichincha	San Miguel De Los Bancos
4	Hosteria Cañabas de Bambu	Alojamiento	Hosteria	5 Estrellas	Pichincha	San Miguel De Los Bancos
5	Cristal Glamping y spa "Coffee Lodge"	Alojamiento	Hosteria	5 Estrellas	Pichincha	San Miguel De Los Bancos
6	Kapari Natural Lodge y Spa	Alojamiento	Lodge	5 Estrellas	Pichincha	San Miguel De Los Bancos
7	Toucan Platinum Suites Aparhotel	Alojamiento	Lodge	5 Estrellas	Pichincha	San Miguel De Los Bancos
8	Casa Del Río	Alojamiento	Hosteria	4 Estrellas	Pichincha	San Miguel De Los Bancos
9	Hotel "El abrazo del Árbol"	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	San Miguel De Los Bancos
10	Hotel "Hilton Cólón"	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	Quito
11	GO Quito	Alojamiento	Lodge	5 Estrellas	Pichincha	Quito
12	Hacienda Rumiloma	Alojamiento	Hacienda Turística	5 Estrellas	Pichincha	Quito
13	Hacienda Galería Madrigal	Alojamiento	Hacienda Turística	5 Estrellas	Pichincha	Quito
14	Mercure Hotel Alameda Quito	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	Quito
15	La Palma Polo Hotel	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	Quito

16	Swissotel Quito	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	Quito
17	J.W. Marriott	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	Quito
18	Mashpi Lodge	Alojamiento	Lodge	5 Estrellas	Pichincha	Quito
19	Hotel Sheraton	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	Quito
20		Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	Quito
21	El Torreal	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Pichincha	Cayambe
22	Palumbo Glamping y Villas	Alojamiento	Hostería	4 Estrellas	Pichincha	Cayambe
23	Hostería Loma Larga Cayambe	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	Pichincha	Cayambe
24	Chuquiragua Logde y Spa	Alojamiento	Lodge	5 Estrellas	Pichincha	Mejía
25	Ilatoa Lodge	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	Pichincha	Rumiñahui
26	NH Collection Quito Royal	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	Pichincha	Rumiñahui
27	Hacienda San Luis	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	Pichincha	Pedro Moncayo

Seguidamente se identificó que en la provincia de Pichincha existen sitios que prestan servicios de salud en turismo de acuerdo al inventario de los atractivos naturales encontrados en servicioturismo.gob.com (2023). Se clasificó en categoría, tipo y subtipo. Continuación se presenta los sitios naturales estudiados.

Tabla 4
Sitios naturales

N°	Cantón	Provincia	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Quito	Pichincha	Termas de Papallacta	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Termales
2	Quito	Pichincha	Termas la Merced	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Termales
3	Quito	Pichincha	Termas de Don Villacrés	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Termales
4	Quito	Pichincha	Termas El Tingo	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Termales

9.2.5. Cronograma de actividades salida de campo

Para recopilar los datos para la investigación se realizaron varias salidas de campo a los diferentes cantones que ofrecen los servicios turísticos de salud y bienestar. A continuación, se va a detallar cada uno de los lugares y las respectivas fechas de salida hacia el lugar. Por ello se estableció una fecha máxima para la recolección de datos.

Tabla 5

Cronograma de actividades de salida de campo

Encuestas Programadas	Sitios/	Fecha de visita	Hora de visita	Observaciones
40	Pedro Vicente Maldonado	08-06-2024	10:30 pm 16:00 pm	Fotografías
100	San Miguel de los Bancos	08-06-2024	10:00 am 16:00 pm	Fotografías
100	Distrito Metropolitano de Quito	15-06-2024	10:00 am 15:00 pm	Fotografías
20	Cayambe	22-06-2024	09:00 am 12:00 pm	Fotografías
20	Pedro Moncayo	22-06-2024	14:00 pm 17:00 pm	Fotografías
20	Rumiñahui	29-07-2024	09:00 am 12:00 pm	Fotografías
4	Mejía	29-07-2024	13:30 pm 16:00 pm	Fotografías
20	Papallacta	17-08-2024	10:30 pm 16:00 pm	Fotografías
20	Tingo	17-08-2024	10:00 am 16:00 pm	Fotografías
20	Puembo	19-08-2024	10:30 pm 16:00 pm	Fotografías
20	Perucho	19-08-2024	10:00 am 16:00 pm	Fotografías
Total: 384				

Elaborado por: Alejandra Rodríguez

Se realizaron encuestas a los turistas que estaban visitando los establecimientos turísticos de salud de la Provincia de Pichincha. Los días de mayor afluencia en cada cantón son los fines de semana, ya que los turistas disponen de tiempo libre para disfrutar con sus familias y amigos. Por tal motivo se logró recopilar datos de turistas locales y nacionales.

9.2.6. Tercera actividad

Una vez que se aplicó el cuestionario, los datos recopilados de las encuestas se ordenaron y clasificaron en Excel, lo que facilitó el análisis y la discusión de los resultados relacionados con el perfil del turista.

9.3. Objetivo dos

Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de salud que sirva para los prestadores de servicio.

9.3.2. Primera actividad

Se planteó información necesaria y verídica para el diseño del boletín, donde influyo definiciones del perfil del turista y también se consideró la diferencia de turismo de salud y turismo de bienestar ya que con esto se puede evitar confusión y asegurando una mejor comprensión exacta de cada enfoque.

9.3.3. Segunda actividad

Se elaboró la estructura y el diseño del boletín informativo, donde se redactó información relevante sobre las empresas relacionadas con el turismo de salud en la provincia. Para este propósito, se utilizó la aplicación Canva debido a su utilidad en la creación de materiales visuales.

9.3.4. Tercera actividad

Una vez elaborado la estructura y diseño se seleccionó el material necesario para la impresión del boletín informativo. Este recurso, ya sea en formato digital o impreso resulta valioso al contener acciones informativas sobre el turismo de salud.

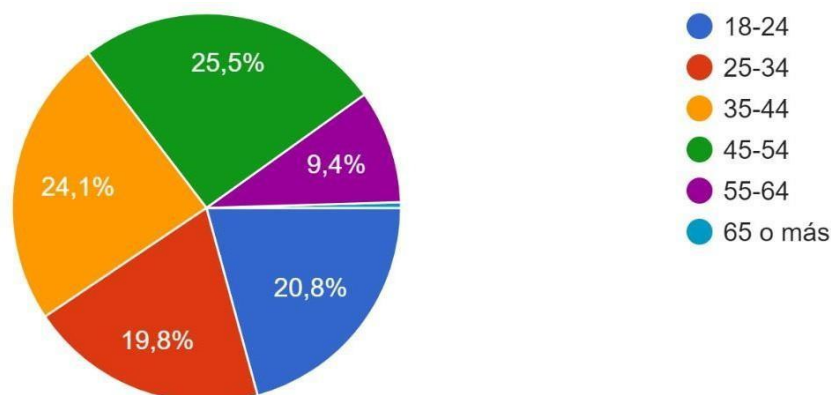
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Ya que la información correspondiente fue recolectada, se llevó a cabo el análisis de la interpretación de los datos obtenidos de la aplicación del instrumento. Con esto se llevará a cabo la interpretación en base a las variables del Perfil de turista de salud que visita la provincia de Pichincha, con la finalidad de dar respuesta a los objetivos de investigación.

10.1. Variable demográfica

Figura 3

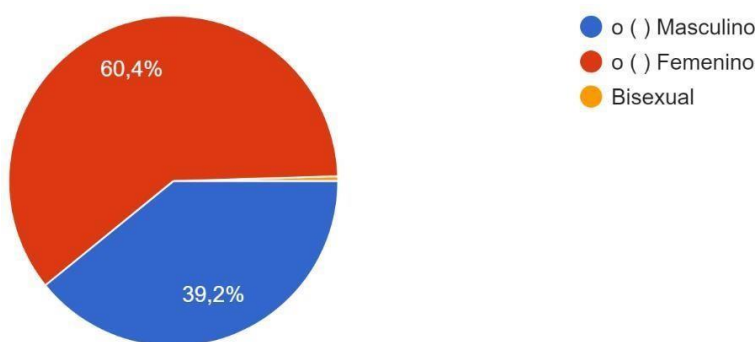
¿Cuál es su edad?



De los 189 establecimientos, donde fueron encuestados varios turistas, se observó que la mayoría de turistas de salud en la muestra tienen edades comprendidas entre los 18 y los 64 años. La mayor concentración de turistas se encuentra en el rango de 45 a 54 años, representando alrededor del 25,5% del total de encuestados. Los turistas de salud de edades. De 35 a 44 años" constituyen aproximadamente el 24,1% del total. Por otro lado, los turistas de "18 a 24 años" representan aproximadamente el 20,8% del total, las edades también con una mayor visita a estos lugares son de "25 a 34 años" representando alrededor del 19,8%, las edades de "55 a 64 años" con un porcentaje del 9.4% y por ultimo las edades de 65 a más con una menor cantidad de visita que representa el 0.6 %.

Figura 4

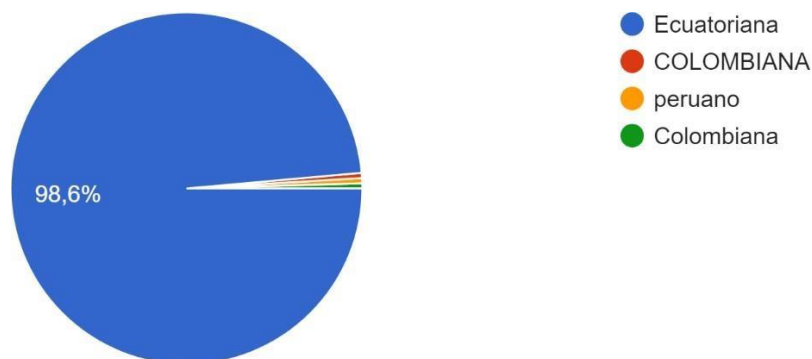
¿Cuál es su género?



La distribución de género en esta muestra es, femenino que representa aproximadamente el 60,4% del total de encuestados, el masculino constituye aproximadamente el 39,2% del total de encuestados y por último otros con un porcentaje representado aproximadamente el 0,6% del total de encuestados. Esto da entender que el género femenino es el que toma la iniciativa para viajar hacia los diferentes cantones de la provincia de Pichincha por motivos de salud.

Figura 5

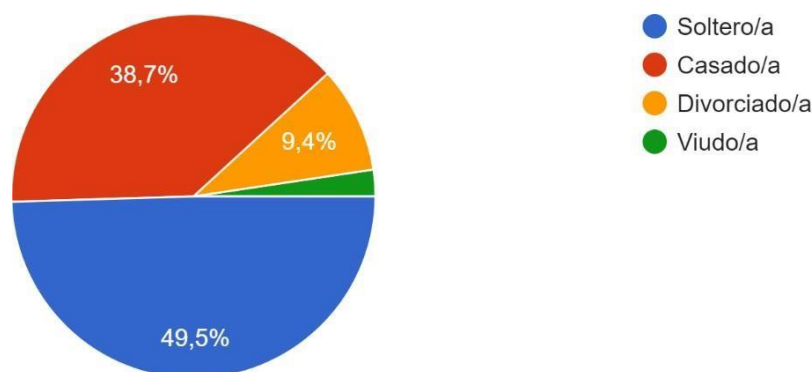
¿Cuál es su nacionalidad?



De los turistas encuestados se evidencio que la nacionalidad que con más frecuencia visita los cantones de Pichincha son los ecuatorianos con un porcentaje 98.6% este es el grupo más número de la muestra. Por otro lado, se identificaron turistas colombianos que represento un escaso porcentaje del 0.6% al igual que turistas peruanos y colombianos.

Figura 6

Estado civil

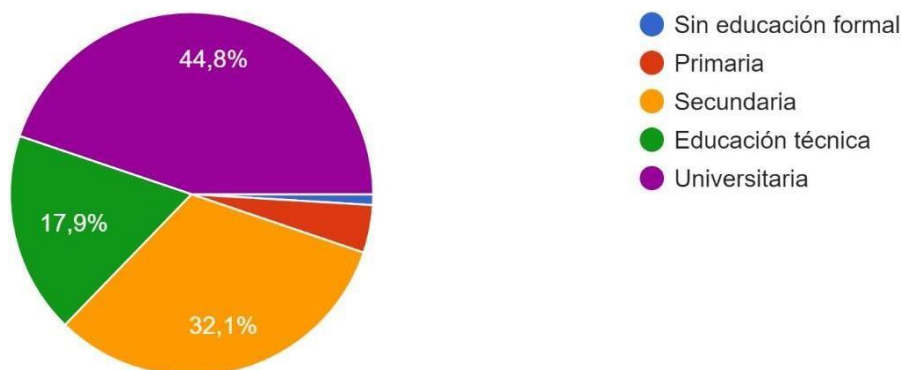


La distribución del estado civil en esta muestra dio lo siguiente: Soltero/a con un porcentaje 49,5%, Casado/a que constituye un aproximado de 38,7% de encuestados, representando con un porcentaje del 9,4% son Divorciado/a, y por último Viudo/a con el 2,4% del total de encuestados.

10.2. Variable socioeconómica

Figura 7

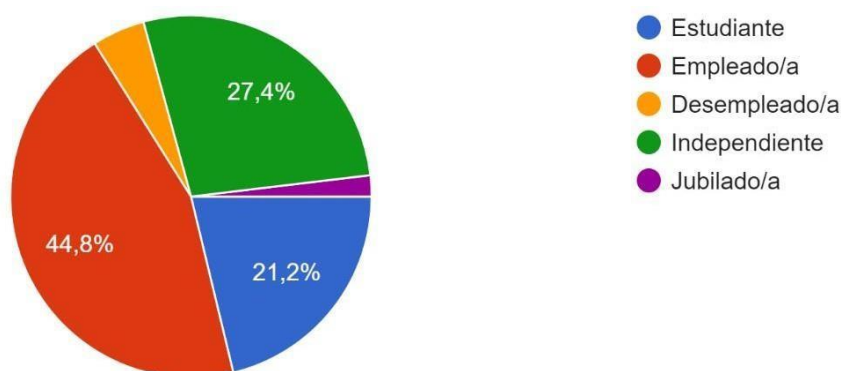
¿Cuál es su nivel educativo más alto completado?



El grupo más numeroso en esta muestra son las personas que indicaron tener un nivel educativo “Universitario” que refleja un porcentaje del 44,8%, le sigue un nivel educativo “Secundaria” que representa aproximadamente el 32.1%, también se registraron personas con un nivel de educación técnica del 17,9% y por último un grupo que tiene un nivel “Primario” aproximadamente el 4,2% total de personas encuestadas.

Figura 8

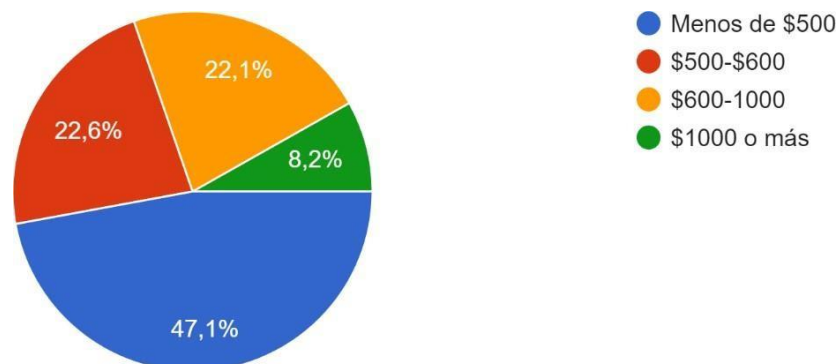
¿Cuál es su ocupación actual?



A continuación, se representa los resultados de la situación laboral que los encuestados, el grupo más número es de los empleados que represento un porcentaje aproximado del 44,8%, hay persona que indicaron que son independientes que reflejo un porcentaje del 27,4% de encuestados, otro grupo que indico que son estudiantes representando un porcentaje del 21,2%. Desempleados que representa un aproximado del 4,7% y el 1,9% representa a personas jubiladas.

Figura 9

¿Cuál es su ingreso mensual aproximado (USD)?



El grupo más numeroso en la muestra es el de las personas que indicaron no tener un ingreso alto que sería menos de \$500 lo que representa el 47,1% del total de encuestados.

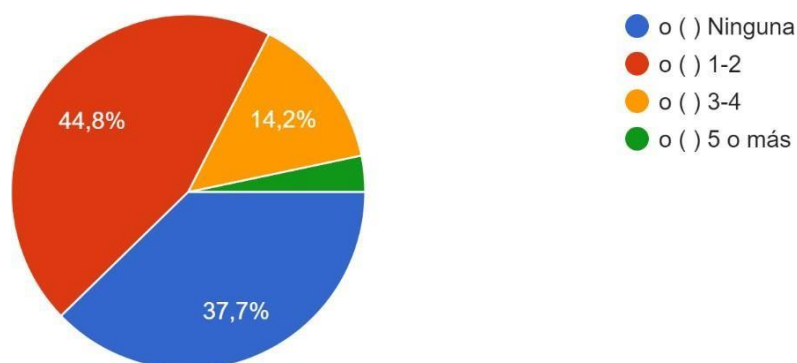
\$500 a \$600 representa un porcentaje del 22,6% de encuestados.

\$600 a \$1000 representa un porcentaje del 22,1% de encuestados.

\$1000 o más representado un porcentaje del 8,2% de encuestados.

Figura 10

¿Cuántas personas tiene a su cargo?

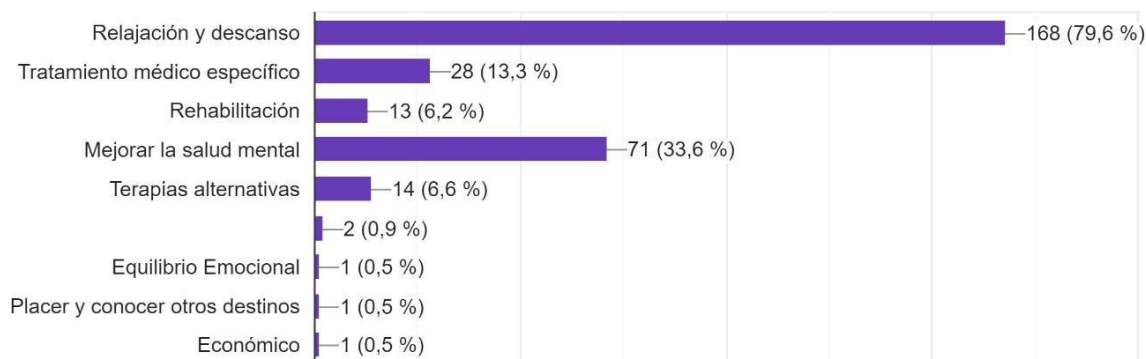


En esta muestra se evidencio que existe un porcentaje alto donde muestra que el 44,8% de encuestados tiene 1 a 2 personas a cargo, el 37,7% representa que las personas no tienen personas a cargo, el 14,2% tienen de 3 a 4 personas a cargo y por último el 3,3% indicaron que tienen 5 a más personas a cargo. La conclusión es que las personas que tienen personas a cargo viajan a los diferentes cantones de la provincia de Pichincha.

10.3. Variable de motivación

Figura 11

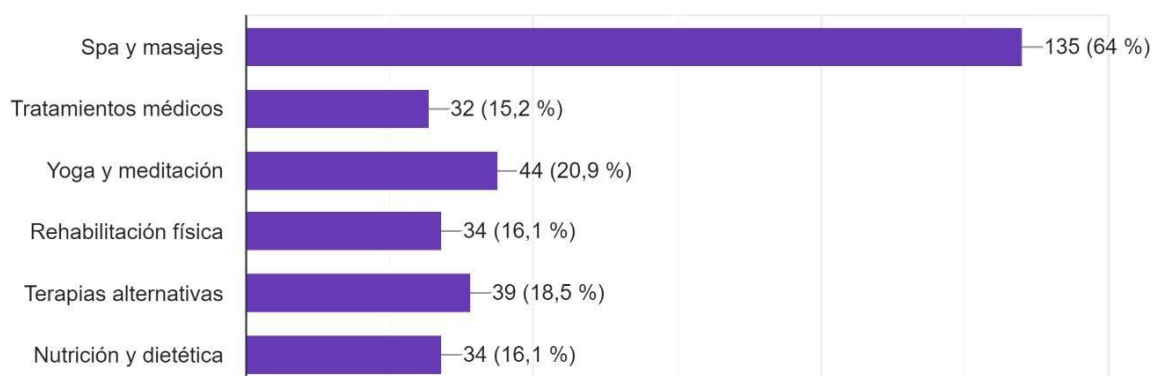
¿Cuál es su principal motivo para elegir un destino de turismo de salud?



El motivo principal de las personas al visitar los diferentes cantones de la provincia de Pichincha es buscar la relajación y descanso el porcentaje que representa este grupo de personas es del 79,6%, el 13,3% de personas encuestadas deciden visitar para buscar un tratamiento médicos específicos, las personas que quieren una rehabilitación se representa con aproximado del 6,2%, por otro lado las personas que necesitan mejorar su salud mental se representa con el 33,6%, otra motivación es también buscar las terapias alternativa que se representa con un 6,6%. Por último, un grupo de personas tienen otros motivos para viajar a estos lugares que son: conocer lugares y por encontrar lugares económicos representado un porcentaje del 0,5% cada uno.

Figura 12

¿Qué tipo de servicios de salud busca en su viaje?

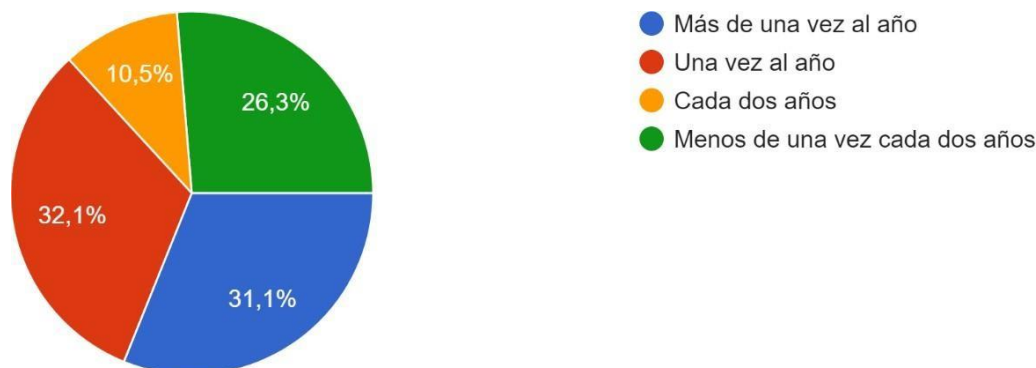


Los servicios que las personas buscan para su turismo de salud con mayor porcentaje es de Spa y masajes representando un 64%, el 15,2% quieren un tratamiento médico, el 20,9% de los encuestados prefieren yoga y meditación, la rehabilitación física también representa un porcentaje

del 16,1%, las terapias alternativas también es un servicio que un grupo de personas buscan en su visita la cual representa el 18,5% y por último servicios de nutrición y dietéticas que se representa con el 16,1%.

Figura 13

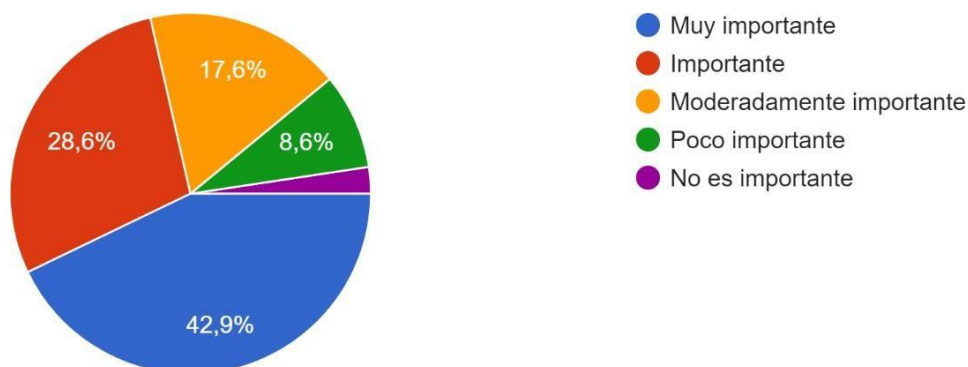
¿Con qué frecuencia viaja por motivos de salud?



La frecuencia que viajan las personas a los diferentes cantones de la provincia de Pichincha por turismo de salud se refleja en la muestra que el 32,1% viajan una vez al año, el 31,1% son las personas que viajan más de una vez al año, las personas que viajan menos de una vez cada dos años se representan aproximadamente el 26,3% y el 10,5% frecuentan a estos cantones cada dos años.

Figura 14

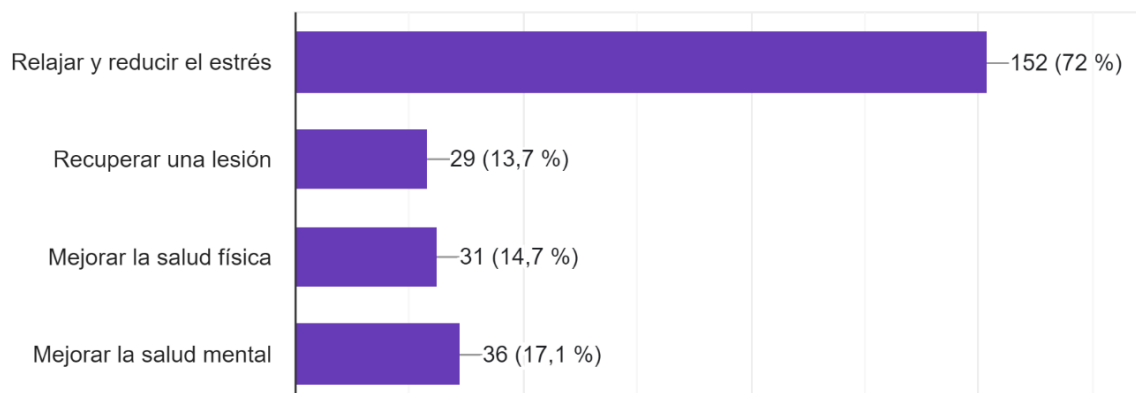
¿Qué importancia le da al costo de los servicios de turismo de salud en su elección del destino?



Las personas que consideran muy importante el costo de los servicios de turismo de salud se representan en un 42,9%, las que consideran que es importante se refleja en un 28,6%, el 17,6% indicaron que es moderadamente importante los costos de los servicios, existe el 8,6% que considero que es poco importante y un grupo pequeño indico que no es importante los costos de turismo el cual se reflejó en el 2,4%.

Figura 15

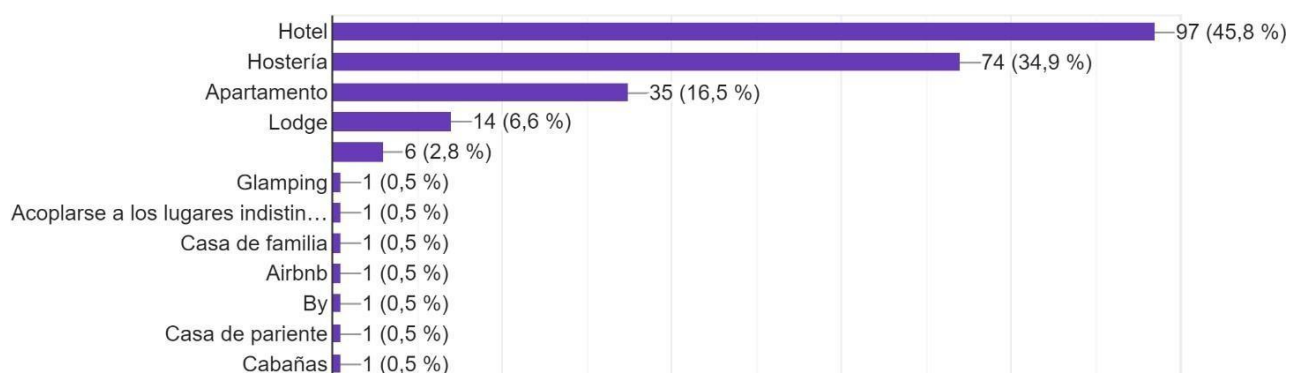
¿Cuál es su principal objetivo al realizar turismo de salud en la Provincia de Pichincha?



El objetivo principal y el más importante por lo que los turistas deciden hacer turismo de salud en la provincia de Pichincha es relajar y reducir estrés representando aproximadamente el 772% de los encuestados, otro objetivo y también principal es mejorar la salud mental con el 13,7%, también mejorar la salud física es una razón para viajar a esta provincia representando el 14,7% y por último recuperar una lesión reflejando el 13,7% del total de encuestados.

10.4. Variable de preferencias**Figura 16**

¿Cuáles son sus preferencias de alojamiento durante su estancia por turismo de salud en la Provincia de Pichincha?

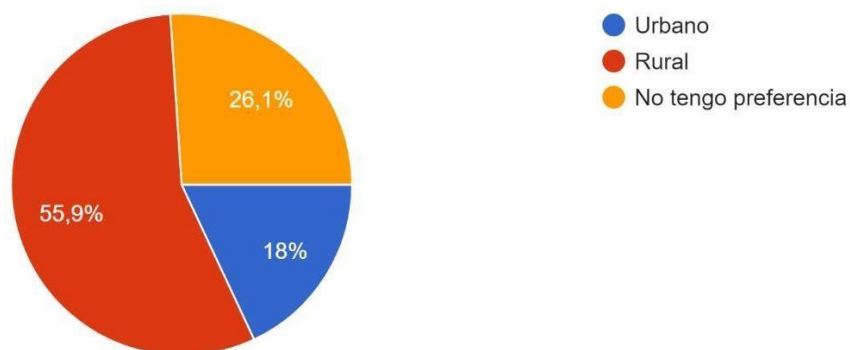


Las personas tienen distintas preferencias de alojamiento, con el 45,8% y con mayor porcentaje están las personas que prefieren alojarse en un hotel, con el 34,9% están los que prefieren alojarse en una hostería, en un apartamento están reflejado con el 16,5% de los

encuestados. Y existen un grupo de personas que prefirieren otros lugares donde alojare como; glamping, acoplarse en cualquier lugar, casa de familia, Airbnb y cabañas con un porcentaje que se representa el 0,5% cada uno.

Figura 17

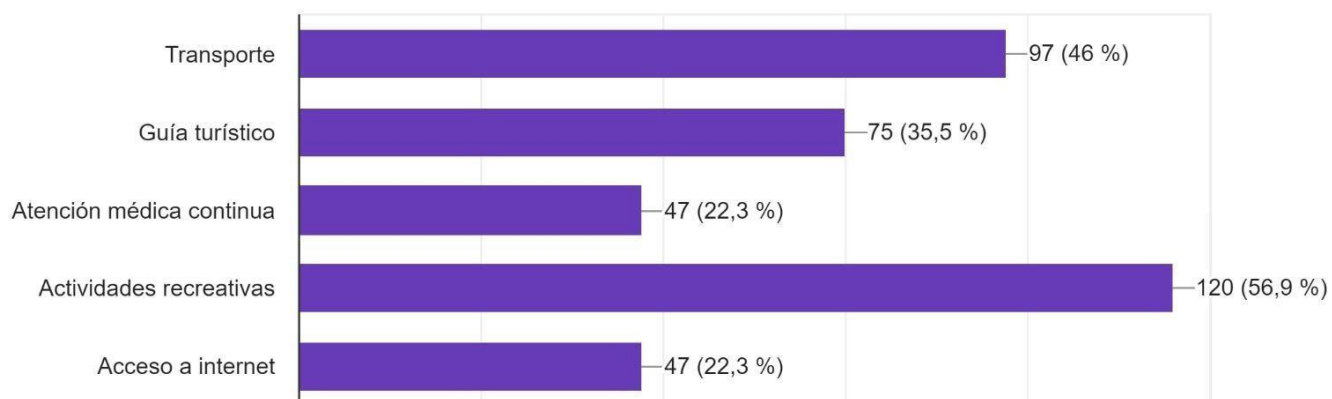
¿Prefiere destinos urbanos o rurales para su turismo de salud?



Entre los 384 encuestados se vio las preferencias entre destinos urbanos y rurales los cuales el 55,9% indico que prefiere destinos rurales, el otro porcentaje que se representa con el 26,1% manifestó que no tiene preferencias en sus destinos y el 18% tiene preferencia de un destino rural.

Figura 18

¿Qué servicios adicionales valora más durante su estancia?

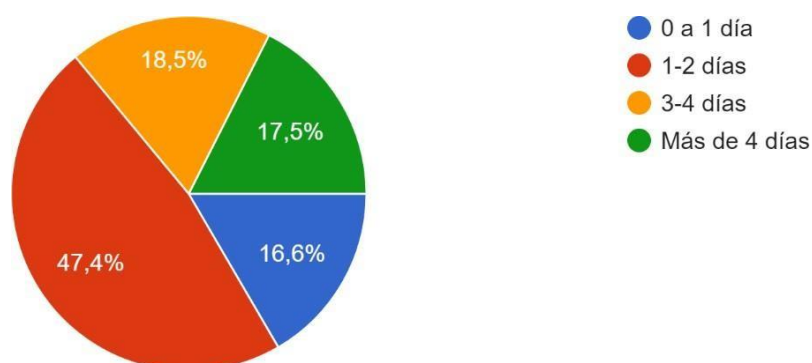


Los servicios adicionales que las personas valoran más durante su estancia en la provincia de Pichincha y con mayor porcentaje son las actividades recreativas teniendo un porcentaje del 56,9%, otros prefieren el servicio de transporte representado con el 46%. Los guías turísticos también se consideran como un valor adicional teniendo el 35,5%. El 22,3% consideran que la

atención médica es un valor adicional que deben tener durante su estancia y el acceso a internet dando un porcentaje del 22,3%.

Figura 19

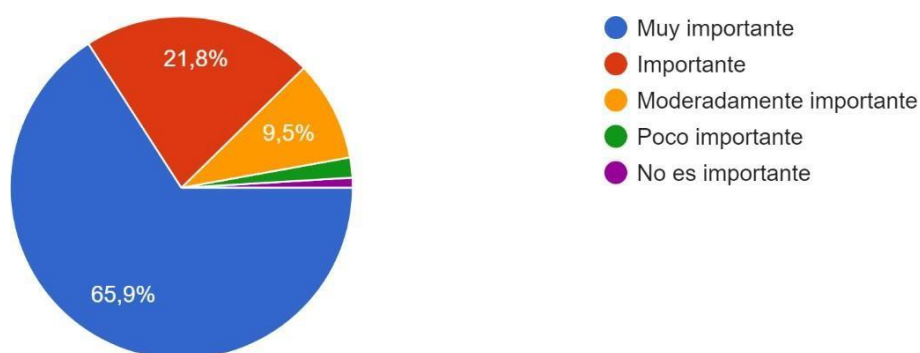
¿Cuánto tiempo suele durar su estancia en la Provincia de Pichincha?



De 1 a 2 días es el grupo más numeroso en la muestra en la que las personas estimaron visitar el cantón por un día o dos, representa aproximadamente el 47,4% del total de encuestados. Esto sugiere que una parte significativa de los turistas de salud encuestados planificaron visitas cortas. Más de 4 días se constituye aproximadamente el 17,5% del total de encuestados. De 0 a 1 día representa aproximadamente el 16,6% del total de encuestados. Y por último los que deciden estar de 3 a 4 días representando aproximadamente el 18,5% del total de encuestados.

Figura 20

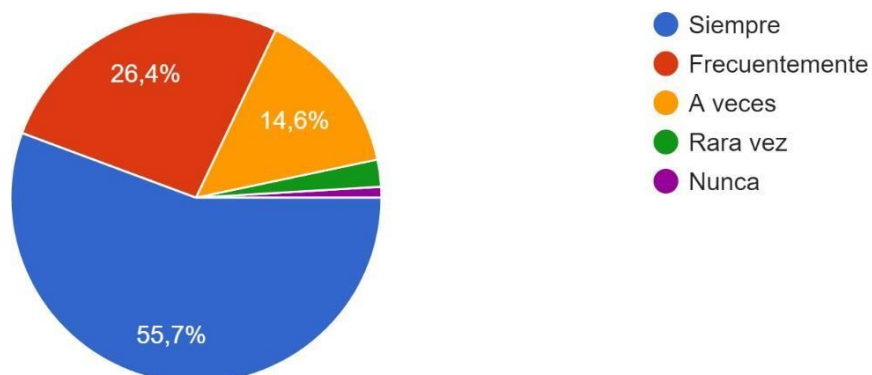
¿Qué tan importante debe ser la calidad de las instalaciones en su turismo de salud?



La importancia que le dan a la calidad de las instalaciones en el turismo de salud y bienestar se reflejan en muy importante representando con un porcentaje del 69%, otros consideran que debe ser importante que se representa aproximadamente el 24,5%, el 5,2% considera que es moderadamente importante la calidad de las instalaciones y el 1,3% les parece poco importante.

Figura 21

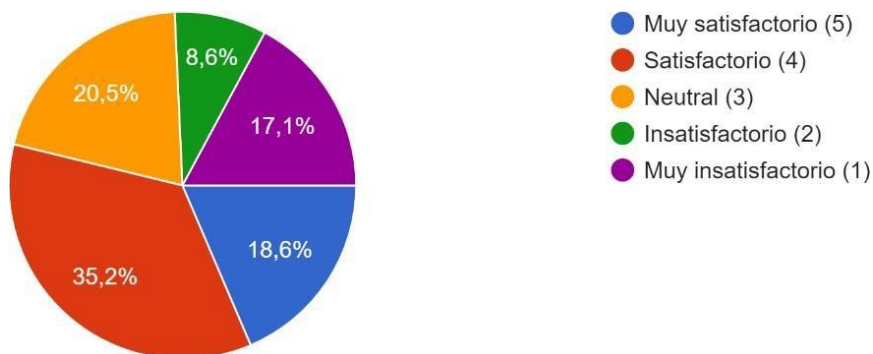
¿Considera las opiniones y reseñas en línea antes de elegir un destino de salud?



El 55,7% es el porcentaje más alto donde las personas siempre consideran las opiniones y reseñas en línea antes de elegir un destino de salud y bienestar, el 26,4% consideran frecuentemente las opiniones y reseñas, a veces las personas consideran las opiniones y reseñas en línea representando el 14,6% y algunas personas indicaron que rara vez consideran opiniones y reseñas con un 2,4% y nunca consideran las opiniones y reseñas en línea al momento de elegir un destino turístico de salud representando el 0,9% cada uno.

Figura 22

¿Cuál es su nivel de satisfacción general con su experiencia turística de salud en la Provincia de Pichincha?



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 35,2% del total de encuestados. A esto se refiere que una parte significativa

de los turistas de salud encuestados tuvo una experiencia turística satisfactoria en la provincia de Pichincha.

Neutral (3) constituye aproximadamente el 20,5% del total de encuestados.

Muy satisfactorio (4) representa aproximadamente el 18,6% del total de encuestados

Muy insatisfactorio (4) representa aproximadamente el 17,1% del total de encuestados.

Insatisfactorio (2) representa aproximadamente el 8,6% del total de encuestados.

11. Boletín informativo del perfil del turista

El boletín informativo que se presenta en esta investigación tiene como fin informar sobre los diferentes tratamientos y servicios de salud y bienestar que ofrece la provincia de Pichincha, así como también información relevante sobre lo que significa turismo de salud y bienestar y a dar una diferenciación de estos dos temas para que los turistas tengan claro el tema.

11.1. Diseño visual

- Tamaño de fuente: Se utilizaron diferentes tamaños de fuente para diferentes elementos:
- Títulos: Anton.
- Frases y citas: More Sugar.
- Contenido: Aileron

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 "Anton", lo que les otorga un aspecto llamativo y distintivo. Para las frases y citas, se optó por la fuente "More Sugar", lo que añade dinamismo y énfasis. Por último, el contenido principal se presenta en la fuente "Aileron", que aporta elegancia y legibilidad al boletín.

11.2. Colores

Se optaron por colores llamativos como lo son:

- Verde
- Blanco
- Negro

La paleta de colores que fueron seleccionados es: verde, blanco, El verde representa un enfoque que busca minimizar el impacto ambiental y fomentar la conservación de los recursos naturales. Este color simboliza naturaleza, equilibrio y respeto por el medio ambiente. El color blanco se utiliza para transmitir pereza, paz, seguridad y simplicidad, se asocia con destinos o experiencias que ofrecen tranquilidad, relajación y limpieza

11.3. Índice de contenido y estructura

El índice de contenidos facilita a los lectores una guía práctica para poder navegar fácilmente en el boletín de manera hábil. En cada sección del boletín se tratan temas específicos relacionados con el turismo de salud y bienestar. Comenzamos con una breve exploración a la limitación conceptual referente a este tema, continuamos con la diferenciación entre turismo de salud y bienestar para dar un profundo entendimiento al lector. Los demás temas tratados son la exploración de la belleza que tiene la provincia de Pichincha, la oferta turística, lugares más destacados en la provincia que tiene servicios de salud y bienestar, el perfil del turista y la recopilación de datos.

Y como sección final del boletín se empleó fotografías de San Miguel de los Bancos donde ofrecen una variedad de servicios de turismo de salud y bienestar, una pequeña frase motivacional y por último se presenta al equipo de investigación que ha trabajado en la recopilación y análisis de datos, proporcionando transparencia y credibilidad.

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

11.4.2. Portada e introducción

El boletín informativo se relaciona al comportamiento del turista que visita la provincia de Pichincha, dentro de este se encuentra imágenes del turismo en general de Pichincha, una breve introducción del tema estudiado y el objetivo que tiene la realización de este boletín. Se han utilizado colores como el verde que representa la naturaleza y el blanco que representa la tranquilidad.

Figura 24

Introducción del boletín informativo del Perfil de turista de salud

Edición 1
Julio, 2024

>>>
BOLETÍN INFORMATIVO
<<<

TURISMO DE SALUD EN PICHINCHA

Relajación, Salud Mental. Desestres



Fuente: Facebook turismo Pichincha

INFORMACIÓN TURISMO DE SALUD

TURISMO PICHINCHA

>>> SABER MÁS

El turismo de salud ha experimentado un crecimiento significativo en la provincia de Pichincha, Ecuador. Con su amplia oferta de servicios médicos de calidad y centros de bienestar, la región se ha convertido en un destino clave para turistas nacionales e internacionales que buscan tratamientos médicos y experiencias de relajación y bienestar.

SABER MÁS <<<

El presente boletín tiene como objetivo informar a los turistas sobre los diferentes destinos turísticos que ofrecen turismo de salud, también proporcionar información sobre las diferentes actividades locales y además proporcionar consejos prácticos para el viaje de manera segura

OBJETIVO

11.4.3. Índice

El índice o tabla de contenidos es fundamental para que el lector pueda ver la organización del boletín, direccionarse con facilidad a los contenidos y ofrecer una visión general de la estructura del documento.

Figura 25

Índice del boletín informativo

ÍNDICE DE CONTENIDOS		1
Portada		
Factores que influyen a elegir un destino turístico de salud		2
Descubriendo Pichincha		3
Oferta Turística		4
Perfil del turista		6
Perfil del turista de salud		7
Datos socioeconómicos		8
Datos motivacionales		9
Datos preferenciales		10
Créditos		

11.4.4. Turismo de salud

Dentro del boletín informativo encontramos los factores que influyen a la elección del turismo de salud. La imagen que se encuentra establecida es el servicio que brinda las Cabañas de Bambú.

Figura 26
Turismo de salud



Figura 27
Descubriendo Pichincha

3

DESCUBRIENDO PICHINCHA



<<< TURISMO DE SALUD EN PICHINCHA

Pichincha tiene una amplia oferta de spa, balnearios, resorts, espacios naturales y tradiciones milenarias. Donde los turistas previenen, equilibran y mejoran aspectos físicos, mentales y espirituales, mientras se disfrutan las bellezas y atractivos naturales que la provincia de Pichincha y sus alrededores poseen, como montañas, volcanes, reservas naturales, aguas termales, fauna y flora, entre otros.

PARAÍSO TERMAL >>>

Las Termas de Papallacta: es el lugar ideal para quienes buscan una aventura que mezcle naturaleza, aventura y relajación. Sus aguas termales son la escapada perfecta para familias y parejas que buscan un día de descanso. Papallacta es un pequeño pueblo situado en el camino de Quito, que conduce a la selva amazónica, a una altitud de 3.250 m en los Andes cerca de la Cordillera Oriental.





<<< PICHINCHA, UN DESTINO EN CRECIMIENTO

Los turistas, cada vez buscan destinos para mejorar su salud. La provincia ofrece servicios de calidad en un entorno natural poniendo así la oportunidad para el crecimiento económico y desarrollo sostenible.

11.4.5. Oferta turística

Los apartados que se presenta a continuación son las ofertas turísticas que brinda la provincia de Pichincha en los diferentes cantones. En cada apartado se describe las empresas turísticas con su respetiva fotografía.

Figura 28
Oferta Turística

OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística de salud en la provincia de Pichincha, Ecuador, ha crecido notablemente en los últimos años, consolidándose como un destino atractivo para aquellos que buscan combinar tratamientos médicos con experiencias de relajación y bienestar en un entorno natural y culturalmente rico.

SPAS Y CENTROS DE BIENESTAR >>>

Termas de Papallacta: Ubicadas en un entorno natural a una altitud elevada, estas aguas termales son famosas por sus propiedades curativas y relajantes. Los visitantes pueden disfrutar de baños termales, masajes, y tratamientos de spa rodeados de montañas.





RETROS DE YOGA Y MEDITACIÓN <<<

Cabañas Bambu: Ubicadas en la parroquia de Mindo, este lugar ofrece un entorno de meditación, ya que se encuentra ubicado a los interiores de la parroquia, gracias a esto se puede un ambiente relajado.

TURISMO DE NATURALEZA Y AVENTURA CON ENFOQUE EN EL BIENESTAR >>>

En Pedro Vicente Maldonado ofrecen una combinación de naturaleza y bienestar ya que los turistas pueden disfrutar de caminatas, senderismo, completando con estancias en lodges que ofrecen servicios de spa y bienestar.



Figura 29
Oferta Turística

5




HOSPITALIDAD DE ALTA GAMA CON ENFOQUE EN BIENESTAR

Go Quito: Es un hotel de gama alta donde ofrecen servicios de bienestar como los Saunas, Spas, Gimnasios

PROGRAMAS INTEGRALES DE SALUD Y BIENESTAR

Mashpi Lodge: Es un lujoso eco-lodge que ofrece una experiencia única de bienestar en medio del bosque nublado. Sus programas incluyen:

Wellness Retreats: Programas de varios días centrados en la conexión con la naturaleza, la meditación, y la nutrición saludable.

Terapias Naturales: Masajes y tratamientos de spa que utilizan ingredientes naturales locales, como plantas medicinales del bosque.




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

El diseño que se realizó para presentar la información recolectada se divide en cuatro apartados ya que contienen las cuatro variables de estudio que son: demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferenciales. Se presentan los resultados y un dibujo para hacer referencia a cada pregunta del perfil del turista.

Figura 31

Perfil del turista de salud

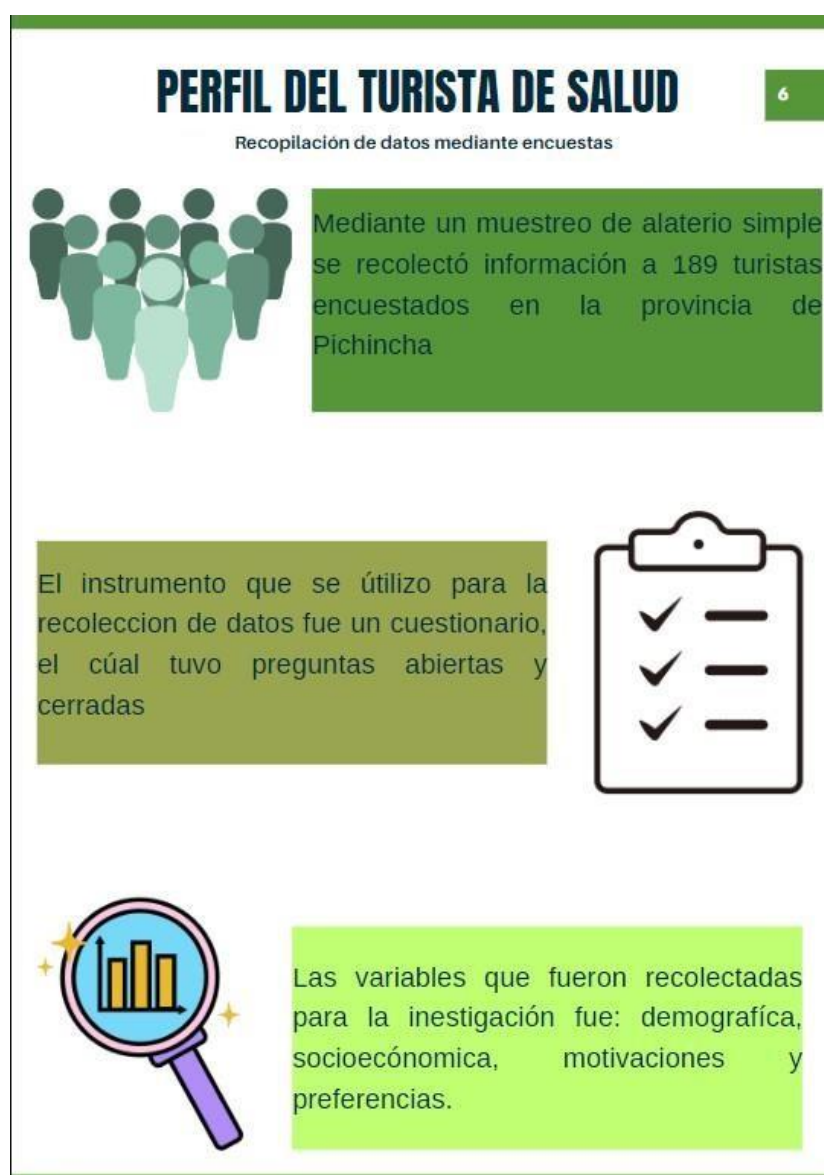


Figura 32
Datos demográficos

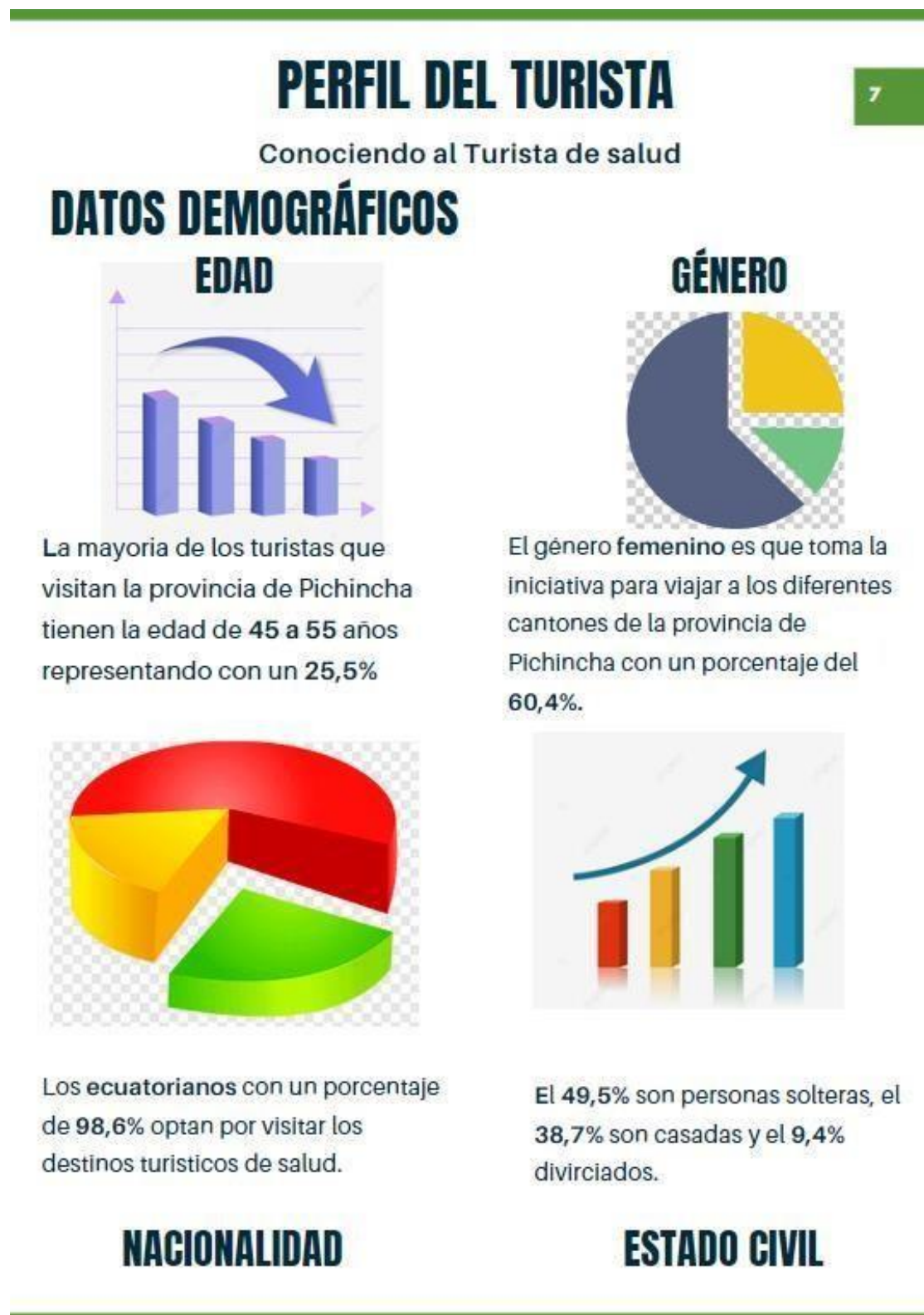


Figura 33
Datos socioeconómicos

DATOS SOCIOECONÓMICOS

8

EDUCACIÓN



El **44,8%** indico que tiene estudios Universitarios, el **36,1%** indico que tiene un nivel secundario y el **12,3%** educación técnica.

OCUPACIÓN

El **44,8%** indico que es empleado, el **27,4%** indico que es independiente y el **21,2%** es estudiante.



INGRESOS



El **47,1%** manifestó que tiene un ingreso de menos de \$500, el **22,6%** un ingreso de \$500 a \$600 y por último el **22,1%** un ingreso de \$600 a \$1000.

La casi la mitad de las los turistas encuestadas indicaron tienen de 1 a 2 personas a cargo reflejando el **44.8%**, el **37,7%** no tienen personas a cargo.



PERSONAS A CARGO



Figura 34
Datos motivacionales



Figura 35
Datos Preferenciales



11.4.7. Créditos

En la parte final del boletín informativo del perfil del turista de salud que visita la provincia de Pichincha, se colocó imágenes de la parroquia de Mindo, Guayllamba, Mejía. También se descriptiva a los colaboradores de la investigación.

Figura 36
Créditos



12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

El proyecto de investigación sobre el turismo de salud en la provincia de Pichincha tiene varios impactos potenciales en diferentes áreas, que son importantes de considerar para evaluar su relevancia y contribución al desarrollo regional. A continuación, se describen los impactos técnicos, sociales, ambientales y económicos que se anticipan, respaldados por citas bibliográficas relevantes.

Impactos Técnicos

El impacto técnico de un proyecto de investigación en turismo de salud se refiere a las mejoras o innovaciones en la infraestructura y los servicios médicos que resultan de la investigación. Esto puede incluir el desarrollo de nuevas tecnologías, la mejora en la calidad de los tratamientos y la optimización de los procesos administrativos en clínicas y hospitales, así como también puede llevar al uso de tecnologías más avanzadas en el diagnóstico y tratamiento, mejorando así la calidad del servicio.

Impactos Sociales

Los impactos sociales se relacionan en la investigación afecta a las comunidades locales y a los turistas. Esto puede incluir cambios en la calidad de vida, la percepción de los servicios de salud y la interacción entre los turistas y la población local. La mejora en la calidad de los servicios médicos puede llevar a un aumento en la satisfacción de los turistas y un impacto positivo en las comunidades locales que los reciben. Y tener un cambio en la percepción social ya que los turistas pueden intervenir en la percepción de la calidad de los servicios locales, que influya en la imagen global de la provincia de Pichincha.

Impactos Ambientales

El impacto ambiental aborda los efectos de las actividades relacionadas con el turismo de salud en el entorno natural. Esto puede incluir el uso de recursos naturales, la generación de residuos y el impacto en la biodiversidad. El aumento en el turismo puede llevar a una mayor demanda de recursos como agua y energía, afectando el medio ambiente local.

Impactos Económicos

Los impactos económicos se centran en cómo la investigación afecta la economía local y regional. El turismo de salud puede incrementar significativamente los ingresos en la provincia, beneficiando a empresas locales y al gobierno. La expansión del sector puede generar nuevos empleos en áreas relacionadas con la salud, el turismo y los servicios complementarios. Y por

último, la demanda creciente puede llevar a mejoras en la infraestructura, como la construcción de nuevas instalaciones y la mejora de las existentes.

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1 Conclusión

Mediante la investigación realizada y cumpliendo con los objetivos específicos, se ha planteado las siguientes conclusiones que permitirá tomar decisiones acertadas y dejar con claridad el estudio realizado.

- De acuerdo a los indicadores obtenidos en el estudio se pudo conocer exhaustivamente el perfil del turista basado en sus variables: demográfica, socioeconómica, motivacional y de preferencia algo que facilita conocer más a profundidad las necesidades e inclinaciones del turista de salud que visita la provincia de Pichincha.
- Mediante los datos obtenidos en el trabajo de campo, se pudo evidenciar que el perfil del turista de salud que visita la provincia de Pichincha son de nacionalidad ecuatoriana en un 98,6%, el rango de edad que utilizan este servicio, marca entre 45 a 54 años con un 25,5% basado en las encuestas, la motivación principal se enfoca en la relajación representado un 79,6%, y su planificación de estadía está marcada de 1 a 2 representado con el 47,4% o de acuerdo a la preferencia que requiera cada turista.
- El boletín informativo está establecido para que los resultados obtenidos sean de gran ayuda para proveedores de servicios turísticos de salud podrán adaptar las necesidades de los turistas, ya que se ha recopilado datos importantes por parte de los encuestados. La exploración de estos nuevos servicios turísticos de salud en la provincia de Pichincha es de gran ayuda para la salud de los turistas lo cuales optan por buscar relajación, reducir estrés y terapias alternativas, finalmente el boletín aporta como medio de difusión para las empresas turísticas enfocadas a la prestación de servicios turísticos de salud.

13.2. Recomendaciones

- Una vez presentado el proyecto de investigación, se considera necesario diseñar y promocionar paquetes turísticos que estén alienados a las motivaciones y preferencia de los turistas, buscado la satisfacción de las personas que visitan los diferentes sitios de la provincia de Pichincha, realizando actualizaciones periódicamente de las ofertas y paquetes turísticos para ofrecer mejores servicios a la población, siendo así tener una mejora y expandir la infraestructura como en clínicas especializadas de salud, centros de Spa, termas y balnearios, contribuirá mantener la competitividad y garantizar altos estándares de calidad atrayendo a más visitantes a la provincia de Pichincha.
- Se recomienda mantener información activa mediante el boletín informativo impreso y medios digitales, ofertando constatación y difusión de sus servicios. Además, se podría considerar realizar publicaciones de testimonios y versiones reales que han experimentado el turismo de salud algo que ayudaría a fidelizar y a generar interés hacia futuros visitantes y a la vez de aporte fundamental para el crecimiento en el ámbito turístico regional.

14. REFERENCIAS

- Anderson, C. & Rosenberg, P. (2021). Boletines efectivos: estrategias para una comunicación clara. Prensa de investigación en comunicación.
- Asamblea Nacional del Ecuador, 2. (2008). Constitución de la República del Ecuador.
- Barquero. (2019). *Turismo de Salud y Bienestar en América Latina: Estrategias y Competitividad*. Editorial Universidad de Costa Rica.
- Blythe, J. (2013). Comportamiento del consumidor. Publicaciones SAGE.
- Bookman, MZ y Bookman, KR. . (2007). Turismo médico en países en desarrollo. Palgrave Macmillan.
- Bramwell, Lane. (2012). *Turismo y desarrollo sostenible: reconsiderando un concepto de políticas*
- Buckley, R. (2020). *Buckley, R. (2020). Adventure Tourism Management. Routledge.*
- Buckley, R. (2020). Gestión de Turismo de Aventura. Rutledge.
- Burns, N. y Grove, SK. (2020). Comprensión de la investigación en enfermería: construcción de una práctica basada en la evidencia. Ciencias de la Salud Elsevier.
- Cochran, W. G. (2019). Sampling Techniques. John Wiley & Sons.
- Connell, J. (2016). Turismo Médico. CABI.
- Connell, J. (2018). Connell, J. (2018). Turismo Médico CABI Publishing.
- Cooper, C., & Hall, C. M. (2020). *Cooper, C., & Hall, C. M. (2020). Contemporary Tourism: An International Approach. Goodfellow Publishers.*
- Creswell. (2014). *Qualitative, Quantitative, mixed Methods Approaches.*
- Creswell, JW y Plano Clark, VL. (2018). El diseño y la realización de la investigación de métodos mixtos. Publicaciones SAGE.
- Crooks, e. a. (2010). ¿Qué se sabe sobre la experiencia del paciente con el turismo médico? Una revisión del alcance. Investigación de servicios de salud de BMC, 10, 266.

- Davidson, R. y Cope, B. (2020). Viajes de Negocios: Conferencias, Viajes de Incentivos, Exposiciones, Hospitalidad Corporativa y Viajes Corporativos. Routledge.
- Davis, L. & Farkas, D. (2018). Información de diseño: el estado del arte. Prensa de la Universidad de Cambridge.
- Dodds, R., & Butler, R. (2019). *Dodds, R., & Butler, R. (2019). Sustainable Tourism: A Global Perspective. Routledge.*
- Dolnicar, S. & Grün, B. (2019). Segmentación del mercado turístico basada en datos: enfoques, herramientas y aplicaciones. Saltador.
- Dolnicar, S. (2019). Comportamiento turístico: una visión general de tendencias y desafíos. Routledge.
- Dolnicar, S. (2019). Comportamiento turístico: una visión general de tendencias y desafíos. Routledge.
- Dolnicar, S. (2020). Dolnicar, S. (2020). Segmentación del mercado turístico: el caso de las preferencias de los turistas. Naturaleza Springer.
- Erfurt-Cooper, P., & Cooper, M., (2019). Salud y Bienestar: Balnearios y Termas. Publicaciones de vista de canal.
- Gibaldi, J. (2019). Manual de MLA para redactores de artículos de investigación. Asociación de Lenguas Modernas de América.
- Goeldner, et.al. (2019). *Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B., & McIntosh, R. W. (2019). Tourism: Principles, Practices, Philosophies. John Wiley & Sons.*
- Gössling, S., & Peeters, P. (2019). Gössling, S., & Peeters, P. (2019). Global Environmental Change and Tourism. Routledge.
- Gray, R. (2018). Referencias y citas en los medios: pautas de precisión e integridad. Revista de estudios de medios, 12 (2), 35-48.
- Hanefeld et al. (2014). ¿Por qué los turistas médicos viajan a donde lo hacen? El papel de las redes en la determinación de los viajes médicos. Ciencias sociales y medicina, 124, 356-363.
- Hansen, P. (2020). Aspectos Legales de los Newsletters y la Comunicación Online. Revista de Derecho de Medios, 18(3), 102-119.

- Hernández, R. et al. (2014). *Metodología de la investigación*.
- Johnson, et al. (2019). Hacia una definición de investigación con métodos mixtos. *Revista de investigación de métodos mixtos*, 1(2), 112-133.
- Johnson, M. (2020). El arte de la redacción persuasiva en boletines. *Revista de comunicación empresarial*, 9(1), 23-35.
- Kotler, P et al. (2020). *Marketing para Hotelería y Turismo*. Pearson.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2018). *Principios de Marketing*. Educación Pearson.
- Kotler, P. y Keller, KL. (2016). *Gestión de Mercadeo*. Educación Pearson.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*.
- Krueger, RA y Casey, MA. (2019). *Grupos focales: una guía práctica para la investigación aplicada*. Publicaciones SAGE.
- Kumar, R. (2019). *Metodología de investigación: una guía paso a paso para principiantes*. Publicaciones SAGE.
- Landa, R. (2017). *Soluciones de Diseño Gráfico*. Aprendizaje Cengage.
- Lane, B., & Kastenholtz, E. (2019). *Lane, B., & Kastenholtz, E. (2019). Rural Tourism and Sustainable Business*. Channel View Publications.
- Litvin, S. (2021). Demografía del turismo: edad, género y patrones de viaje. *Revista de investigación de viajes*.
- Lunt, N et al. (2016). Turismo médico: tratamientos, mercados e implicaciones para el sistema de salud: una revisión del alcance. OCDE.
- Lunt, N. H. (2011). Turismo médico: tratamientos, mercados e implicaciones para el sistema de salud: una revisión del alcance. *Estudios de políticas de salud de la OCDE*.
- Lunt, N. y Carrera, P. (2019). Lunt, N. y Carrera, P. (2019). *Atención sanitaria transnacional: una evaluación crítica del turismo médico*. Saltador.
- Malhotra, N. (2020). *Investigación de mercados: una orientación aplicada*. Educación Pearson.
- Mills, G. (2018). *Investigación-acción: una guía para el docente investigador*. Pearson.

- Ministerio de turismo. (2015). Reglamento de turismo de Salud y Bienestar.
- Mitchell, K. (2019). Mejores prácticas para la participación en boletines. *Revisión de comunicación de marketing*, 11(4), 45-60.
- Núcleo Pichincha. (2023). EXTENSIONES TERRITORIALES - Núcleo Pichincha. <https://www.ccepichincha.gob.ec/extensiones-territoriales-2/>.
- OMT. (2019). Normativas Internacionales.
- OMT. (2019). *Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). Manual de Turismo de Salud. Madrid: OMT.*
- OMT. (2019). *Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). Manual de Turismo de Salud. Madrid: OMT.*
- OMT, .. (2024). Perfil del turista.
- OMT. (2019). Manual de Turismo de Salud. Madrid: OMT.
- Page, S. (2019). *Gestión Turística*. Rutledge.
- Pennings, G. (2020). El turismo reproductivo como pluralismo moral en movimiento. *Revista de Ética Médica*, 28(6), 337-341.
- Plog, S. (2020). Segmentación psicográfica de los turistas: el papel de la personalidad y el estilo de vida en las elecciones de viaje. *Revista de investigación de viajes*.
- Publicaciones turismo.ec. (2024). Tours y Actividades para Turismo de Salud a Pichincha para 1 Día (Full Day). (s. f.). Turismo.ec Tu Destino Es Viajar. <https://turismo.ec/tours-y-paquetes-turisticos-ecuador/para-turismo-de-salud-en-pichincha?actividad=kayak&d=1>.
- Registro oficial. (2006). Ley Orgánica de Salud (LOS).
- Richards, G. (2018). Turismo cultural: una revisión de investigaciones y tendencias recientes. *Revista de Gestión del Patrimonio Cultural y Desarrollo Sostenible*.
- Richards, G. (2021). *Richards, G. (2021). Cultural Tourism: A Handbook for Professionals. Routledge.*
- Rodríguez, M. (2020). Experiencias exitosas en turismo de salud en América Latina. Ediciones Viajeras.

- Salomón, MR. (2018). Comportamiento del consumidor: comprar, tener y ser.
- Schiffman, LG y Kanuk, LL. (2014). Comportamiento del consumidor. Pearson.
- Silva, A. (2019). *Turismo de salud en Ecuador: Perspectivas y desafíos*. Editorial Médica Ecuatoriana.
- Smith, J. (2019). Redacción de titulares que funcionen: estrategias para boletines. *Revista de escritura y retórica*, 15 (3), 67-82.
- Smith, M. y Puczkó, L. (2014). *Salud, Turismo y Hotelería: Spas, Bienestar y Viajes Médicos*. Rutledge.
- Smith, M. y Puczkó, L. (2020). *Turismo de Salud y Bienestar*. Rutledge.
- Smith, M. y Puczkó, L. (2020). *Turismo de Salud y Bienestar*. Rutledge.
- Smith, M., & Puczkó, L. (2020). Smith, M., & Puczkó, L. (2020). *Turismo de Salud y Bienestar*. Routledge.
- Torres., E. (2019). *Planificación estratégica del turismo en América Latina*.
- Turner, L. (2010). Calidad en la Atención de la Salud y Globalización de los Servicios de Salud: Acreditación y Control Regulatorio de Empresas de Turismo Médico. *Revista Internacional de Calidad en la Atención Médica*, 22(4), 271-277.
- Tuzunkan, D., & Kim, M. (2021). Tuzunkan, D., & Kim, M. (2021). *Tourism and Cultural Exchange: Understanding Cultural Dynamics*. Springer.
- UNWTO. (2020). UNWTO. (2020). *Tourism and COVID-19: Impactos y recomendaciones*. World Tourism Organization. Recuperado de <https://www.unwto.org>.
- Veal, A. J. (2018). *Métodos de investigación para el ocio y el turismo*. Educación Pearson.
- Voigt, C, et al. (2011). Turistas de bienestar: En busca de la transformación. *Revista de turismo*, 66(1/2), 16-30.
- Voigt, C. &. (2019). *Turismo de bienestar: una perspectiva de destino*.
- Voigt, C. B. (2011). Turistas de bienestar: En busca de la transformación. *Revista de turismo*, 66(1/2), 16-30.