



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**

**Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del  
título de Licenciado en Turismo y Hotelería**

**TEMA:**

---

**“LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y EL TERMALISMO EN BAÑOS DE  
AGUA SANTA”**

---

**AUTOR:** Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda

**TUTOR:** Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg.

**AMBATO – ECUADOR**

**2021-2022**

## **A. PÁGINAS PRELIMINARES**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN Y TITULACIÓN**

#### **CERTIFICA:**

Yo, Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg. Con C.C. 0502279474 en mi calidad de tutor del trabajo de titulación denominado **“LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y EL TERMALISMO EN BAÑOS DE AGUA SANTA”**, desarrollado por la egresada: Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda, considero que dicho informe de investigación reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión calificadora designada por el Honorable Consejo Directivo.

---

Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg.

C.C. 0502279474

**TUTORA**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo de titulación: **“LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y EL TERMALISMO EN BAÑOS DE AGUA SANTA”**, es original, autentico y personal, en tal virtud el contenido es responsabilidad del autor y el patrimonio intelectual del mismo.



---

Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda

C.C 1804847430

**AUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Titulación, sobre el tema: **“LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y EL TERMALISMO EN BAÑOS DE AGUA SANTA”**, de la alumna Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, febrero 2022

Para constancia firman:

-----

C.C 1803036860

Lic. Mg. Yadira Alexandra Proaño Gómez

-----

C.C 1803017365

Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo investigativo principalmente a Dios quien me ha permitido seguir cumpliendo sueños y deseos anhelados, a mi familia muy en especial a mis padres que, gracias a su paciencia, amor, sacrificio he logrado cumplir una más de mis metas, a mis hermanos que siempre estuvieron presentes brindándome su ayuda, así mismo a todas las personas que me apoyaron en el proceso de la realización del trabajo quienes me abrieron las puertas y compartieron conmigo sus conocimientos.

***Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda***

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios por ser quien me ha bendecido a diario con salud y vida, a mis padres quienes me han forjado por el camino del bien, también quiero agradecer a mi tutora por su paciencia y ayuda durante el proceso, finalmente agradezco a la Universidad Técnica de Ambato por abrirme sus puertas y brindarme oportunidades que me han permitido cultivar mi conocimiento.

*Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda*

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada.....	I
A. PÁGINAS PRELIMINARES .....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN Y TITULACIÓN.....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	1
ÍNDICE DE TABLAS .....	4
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	6
RESUMEN EJECUTIVO .....	8
ABSTRACT.....	9
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. Antecedentes investigativos .....	10
1.2 Fundamentación teórica .....	14
1.2.1 Termalismo .....	14
1.2.1.1 Historia del termalismo .....	15
1.2.1.2 Beneficios.....	15
1.2.1.3 Turismo de bienestar .....	16
1.2.1.4 Aguas Termales.....	17
1.2.2 Experiencia turística.....	19
1.2.2.1 Componentes de la experiencia turística .....	20
1.2.2.2 Turista .....	21
1.2.2.3 Marketing Turístico.....	21

1.2.	Objetivos .....	24
1.2.1	Objetivo general: .....	24
1.2.2	Objetivos específicos:.....	24
CAPÍTULO II .....		25
METODOLOGÍA .....		25
2.1	Materiales .....	25
2.2	Método.....	25
2.2.1	Enfoque de la investigación .....	25
2.2.2	Diseño de la investigación .....	26
2.2.3	Alcance de la investigación.....	26
2.2.4	Modalidad de la investigación .....	26
A.	Investigación no experimental transversal .....	26
B.	Investigación de campo .....	26
C.	Investigación documental .....	26
2.2.5	Técnicas e instrumentos .....	27
2.2.6	Hipótesis.....	27
	Hipótesis alternativa.....	27
	Hipótesis nula.....	27
2.2.7	Población o Muestra.....	27
	Población.....	27
	Muestra.....	27
2.2.8	Recolección de información.....	29
CAPÍTULO III .....		30
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....		30
3.1	Análisis y discusión de los resultados .....	30
3.1.1	Estado de conservación de las termas El Salado del cantón Baños de Agua Santa.....	30



3.1.2	Nivel de satisfacción del turista que hace uso las termas El Salado. ....	35
3.2	Verificación de la hipótesis .....	37
CAPÍTULO IV .....		39
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		39
4.1	Conclusiones .....	39
4.2	Recomendaciones .....	40
CAPÍTULO V .....		41
PROPUESTA.....		41
5.1	Título.....	41
5.2	Justificación.....	41
5.3	Objetivos .....	42
5.4	Metodología .....	42
5.4.1	Guion del video.....	42
5.4.2	Filmación del video.....	43
5.4.2	Edición del video.....	43
5.4.3	Entrega del producto (Video).....	43
5.4.4	Recursos y Materiales .....	43
5.5	Administración.....	44
5.6	Disponibilidad.....	44
C. MATERIALES DE REFERENCIA.....		45
Referencias Bibliográficas .....		45

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Perfil y principales motivaciones del turista de bienestar .....</i>	17
<i>Tabla 2. Materiales .....</i>	25
<i>Tabla 3. Cálculo de muestra .....</i>	28
<i>Tabla 4. Tabla de valores .....</i>	29
<i>Tabla 5. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son limpios y libres de impurezas .....</i>	30
<i>Tabla 6. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad .....</i>	31
<i>Tabla 7. En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore? .....</i>	33
<i>Tabla 8. ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales ‘‘El Salado’’ contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud? .....</i>	35
<i>Tabla 9. ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del cantón Baños de Agua Santa? .....</i>	36
<i>Tabla 10. Cálculos estadísticos .....</i>	38
<i>Tabla 11. Recursos y Materiales .....</i>	43
<i>Tabla 12. Género de las personas encuestadas .....</i>	58
<i>Tabla 13. Rango de edad .....</i>	59
<i>Tabla 14. Tipo de turista .....</i>	60
<i>Tabla 15. Lugar de procedencia del turista .....</i>	61
<i>Tabla 16. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son el principal atractivo turístico del Cantón Baños de Agua Santa .....</i>	62
<i>Tabla 17. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son saludables .....</i>	63
<i>Tabla 18. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son limpios y libres de impurezas .....</i>	65
<i>Tabla 19. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad .....</i>	66
<i>Tabla 20. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ cuentan con todas las instalaciones para brindar un servicio de bienestar tomando en cuenta que su complemento son las piscinas de agua fría .....</i>	67
<i>Tabla 21. El barro proveniente de la mezcla de los minerales existentes en la tierra y utilizada como mascarilla y crema natural para el cuerpo siendo una alternativa mineromedicinal, es un motivo para acudir a las aguas termales ‘‘El Salado’’ .....</i>	68

<i>Tabla 22. ¿A través de que medio se enteró sobre las aguas termales ‘‘El Salado’’?</i>	70
<i>Tabla 23. ¿Con qué frecuencia hace uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón de Baños de Agua Santa?</i>	71
<i>Tabla 24. ¿Cuál es el motivo principal por el que usted hace uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón Baños de Agua Santa?</i>	72
<i>Tabla 25. Según el motivo de uso de las aguas termales: ¿Considera usted que después de hacer uso de las aguas termales influyo positivamente en su bienestar y/o su salud?</i>	73
<i>Tabla 26. De los siguientes servicios que oferta las aguas termales ‘‘El Salado’’: ¿Cuáles ha utilizado con más frecuencia?</i>	74
<i>Tabla 27. ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales ‘‘El Salado’’ contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud?</i>	76
<i>Tabla 28. En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore?</i>	77
<i>Tabla 29. ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del cantón Baños de Agua Santa?</i>	79
<i>Tabla 30. ¿Recomendaría visitar las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón de Baños de Agua Santa con fines de salud y bienestar?</i>	80

## ÍNDICE DE GRAFICOS

<i>Gráfico 1. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son limpios y libres de impurezas.....</i>	<i>30</i>
<i>Gráfico 2. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad .....</i>	<i>32</i>
<i>Gráfico 3. En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore? .....</i>	<i>33</i>
<i>Gráfico 4. ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales ‘‘El Salado’’ contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud?.....</i>	<i>35</i>
<i>Gráfico 5. ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del cantón Baños de Agua Santa?.....</i>	<i>36</i>
<i>Gráfico 6. Género de las personas encuestadas .....</i>	<i>58</i>
<i>Gráfico 7. Rango de edad .....</i>	<i>59</i>
<i>Gráfico 8. Tipo de turista.....</i>	<i>60</i>
<i>Gráfico 9. Lugar de procedencia del turista.....</i>	<i>62</i>
<i>Gráfico 10. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son el principal atractivo turístico del Cantón Baños de Agua Santa.....</i>	<i>62</i>
<i>Gráfico 11. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son saludables .....</i>	<i>64</i>
<i>Gráfico 12. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son limpios y libres de impurezas.....</i>	<i>65</i>
<i>Gráfico 13. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad .....</i>	<i>66</i>
<i>Gráfico 14. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ cuentan con todas las instalaciones para brindar un servicio de bienestar tomando en cuenta que su complemento son las piscinas de agua fría .....</i>	<i>67</i>
<i>Gráfico 15. El barro proveniente de la mezcla de los minerales existentes en la tierra y utilizada como mascarilla y crema natural para el cuerpo siendo una alternativa mineromedicinal, es un motivo para acudir a las aguas termales ‘‘El Salado’’ .....</i>	<i>69</i>
<i>Gráfico 16. ¿A través de que medio se enteró sobre las aguas termales ‘‘El Salado’’? .....</i>	<i>70</i>
<i>Gráfico 17. ¿Con qué frecuencia hace uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón de Baños de Agua Santa? .....</i>	<i>71</i>
<i>Gráfico 18. ¿Cuál es el motivo principal por el que usted hace uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón Baños de Agua Santa? .....</i>	<i>72</i>

<i>Gráfico 19. Según el motivo de uso de las aguas termales: ¿Considera usted que después de hacer uso de las aguas termales influyo positivamente en su bienestar y/o su salud? .....</i>	<i>73</i>
<i>Gráfico 20. De los siguientes servicios que oferta las aguas termales ‘‘El Salado’’: ¿Cuáles ha utilizado con más frecuencia?.....</i>	<i>75</i>
<i>Gráfico 21. ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales ‘‘El Salado’’ contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud? .....</i>	<i>76</i>
<i>Gráfico 22. En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore? .....</i>	<i>77</i>
<i>Gráfico 23. ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del cantón Baños de Agua Santa? .....</i>	<i>79</i>
<i>Gráfico 24. ¿Recomendaría visitar las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón de Baños de Agua Santa con fines de salud y bienestar? .....</i>	<i>80</i>

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación tiene como tema: “La experiencia turística y el termalismo en Baños de Agua Santa”, que pertenece a la línea de investigación de la facultad: comunicación, sociedad, cultura y tecnología. El termalismo es empleado como una acción terapeuta para lograr una relajación muscular y emocional que permite mejorar el estilo de vida de los turistas que hacen uso de las aguas termales, el objetivo de la investigación es identificar el impacto del termalismo en la experiencia turística de las termas “El Salado” de la ciudad de Baños de Agua Santa, es de tipo no experimental, transversal porque se desarrolla al momento en que el investigador se limita a observar los acontecimientos existentes sin influir sobre los resultados, se consideró una muestra de 262 personas para aplicar un cuestionario estructurado en base a la escala de Likert y validado por profesionales expertos en el tema, los resultados obtenidos con respecto al estado de conservación de las termas el 49,2% mencionan que sus aguas son limpias y libres de impurezas, además el 69,1% dice que el destino cuenta con la infraestructura necesaria para brindar un servicio de calidad, mientras que, el 76,8% considera que las aguas termales contribuyen en la satisfacción de bienestar y salud de los turistas, finalmente el 69% de la población encuestada menciona que el nivel de satisfacción es altamente significativo después de hacer uso de las termas “El Salado”, con respecto a la promoción del destino turístico esta es escasa y para elevar la demanda de los servicios ofertados se diseñó un video promocional como medio de información y comunicación.

**PALABRAS CLAVE: BIENESTAR, EXPERIENCIA TURÍSTICA, NIVEL DE SATISFACCIÓN, SALUD, TERMALISMO**

## **ABSTRACT**

This investigative work is about: "Tourist experience and thermalism in Baños de Agua Santa", which belongs to the line of research of the faculty: communication, society, culture and technology. Thermalism is used as a therapy activity to get a muscular and emotional relaxing that allows to improve the tourists lifestyle though the use of thermal water, the objective of this research is to identify the thermalism impact on tourist experiences at "El Salado" Thermals in Baños de Agua Santa city, it is non-experimental type, it is transversal because it is developed at the time when the researcher is limited to look after existing events without influencing on results, a sample of 262 people was considered to apply a structured questionnaire based on the Likert scale and validated by professional experts on these topics, the getting results about the thermals ways of conservation: 49.2% said that water is clean and free of fouling, in addition 69.1% say that the place has the needed facilities to provide a better service, while 76.8% consider that thermals contribute on tourists' wellbeing and health satisfaction, finally a 69% of the surveyed population mentioned that the satisfaction level is totally significant after using "El Salado" Thermals, about the tourist destination promoting there is a lack of it, in order to increase the use of these offered services; a promotional video was designed as a mean of information and communication.

**KEYWORDS:** WELLNESS, TOURISM EXPERIENCE, SATISFACTION LEVEL, HEALTH, THERMALISM

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes investigativos

Para el trabajo de investigación se tomó en cuenta tesis y artículos científicos de estudios nacionales e internacionales que son descritos a continuación:

Rita Carballo Fuentes estudiante de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria de España en el año 2014 realizó una tesis doctoral titulada: ‘‘Experiencia turística, imagen, seguridad y centros culturales’’, con el objetivo de identificar las dimensiones del riesgo percibido y el impacto que éste tiene sobre la imagen y en el comportamiento de los turistas en la elección del destino, obteniendo como resultado que el riesgo percibido, a través de sus dimensiones, tiene un impacto directo en la imagen del destino y en el comportamiento del turista, habiéndose identificado una serie de factores medioambientales en dichas relaciones (**Carballo, 2014**).

Marissa Gabriela Gama Garduño y Héctor Favila Cisneros en el año 2018 realizaron una publicación en la revista Turismo y Patrimonio Cultural, titulado: ‘‘Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales’’, estudio ejecutado en México en la Universidad Autónoma del Estado de México, con el objetivo de realizar un análisis semántico del término ‘‘experiencia’’ para más adelante comprender su conexión con el turismo, obteniendo como resultados que ya se dispone de estudios de distintas aproximaciones sobre la experiencia turística, contribuyendo así al conocimiento científico de la misma. Sin embargo, hay aspectos del tema que desde la perspectiva de la antropología del turismo requieren un mayor desarrollo para determinar porque los turistas del presente siglo se inclinan por vivir experiencias más auténticas y de mayor significado para su persona, hecho que no sucedía en el pasado (**Cisneros, 2018**).

José Farid Villa Nueva, Luisa Fernanda Correa Felizzola y Viviana Andrea Ante Peláez realizaron una investigación en el año 2020 titulada ‘‘Uso de E-marketing



en los prestadores del servicio de termalismo en el Municipio de Santa Rosa de Cabal'', ubicada en Colombia en la Universidad Católica de Pereira , para el cual establecieron objetivos que son: Determinar el uso del E- marketing de los prestadores de servicio de termalismo en el municipio de Santa Rosa de Cabal, caracterizar los prestadores de servicio de termalismo en el Municipio de Santa Rosa de Cabal y examinar el uso del E-marketing, describir las estrategias, técnicas y operacionales que realizan los prestadores de servicio de termalismo del municipio de Santa Rosa de Cabal; en el que se puede identificar que los dos prestadores de servicio de termalismo del municipio de santa Rosa de Cabal, cuentan con gran capacidad de análisis de resultados ya que, poseen indicadores de gestión como la herramienta Google Analytc, de la cual obtienen información y resultados para crear estrategias y campañas dirigidas al desarrollo de la industria de termalismo, también cuentan con un community manager, el cual se encarga del lenguaje comunicacional de la marca interno y externo (Nueva, 2020).

''Análisis Descriptivo del Turismo de Salud: Visión Global del Termalismo en Aragón'', es un tema de trabajo de fin de grado realizado por Marina Yagües Aguilar en el año 2016 en la Escuela Universitaria de Turismo en España con el objetivo de analizar la importancia y situación actual del turismo de salud en el mundo, partiendo del estudio y el análisis del nacimiento del turismo de salud, para conocer los distintos cambios que ha experimentado a lo largo de los años hasta llegar a comprender la situación actual del mismo, generando como resultados el aumento de número de ventas de escapadas de turismo termal durante los fines de semana, cambio en el tipo de clientes porque cada vez hay más demanda en parejas jóvenes y en matrimonios con hijos lo que ha permitido generar puestos de trabajo en temporadas altas (Aguilar, 2016).

María Del Mar Zamora Galarza estudiante de la Universidad de Cuenca en el año 2018 realizó una investigación con el tema: ''Análisis de la experiencia de los turistas con el uso del idioma inglés por parte de los guías de las agencias de viajes del pool south explorer group'', el cual busca conocer la percepción que tiene el turista sobre el nivel de inglés del guía con el objetivo de evaluar el nivel del idioma percibido por el turista, los resultados obtenidos mediante encuestas arrojaron que los turistas

que reciben un tour guiado en inglés por parte de los guías del Pool de Operadores South Explorer Group, se encontró que el nivel de inglés es muy bueno y excelente, por lo general los comentarios de los visitantes fueron muy positivos dando a entender que el servicio brindado fue el esperado y en ocasiones mejoró las expectativas. Esto demuestra que el trabajo que realizan los guías de turismo es muy bueno y están completamente capacitados para guiar en inglés (**Galarza, 2016**).

“Evaluación del impacto de la congestión en la experiencia del turista en el Centro Histórico de Quito”, es un tema de tesis propuesto por Karla Estefanía Suquilanda Agila estudiante de la Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito en el año 2017, para el cual propuso como objetivo evaluar el impacto de la congestión en la experiencia del turista en el Centro Histórico de Quito, que como resultado se obtuvo que la investigación en el ámbito de la congestión es escasa, notando que la mayor parte de lo existente ha sido aplicada en áreas naturales y muy poco en contextos urbanos. Además, que la congestión es un factor que influye directamente en la experiencia del turista y también tiene influencia en la cual puede ser positiva o negativa (**Agila, 2017**).

Martha Cecilia Cruzatty Arteaga en el año 2015 propuso el tema “Creación de la ruta turística de las aguas termales ubicadas en las parroquias rurales sur orientales del distrito metropolitano de Quito enfocadas al desarrollo del turismo de salud”, la misma que fue realizada en Quito en la Universidad Tecnológica Equinoccial en la que propuso como objetivo, elaborar un estudio que integre las parroquias de Alangasí, Guangopolo y La Merced en una ruta turística de aguas termales, que genere ingresos y mejore la calidad de vida de los residentes, la investigación reveló que la mayor parte de ellos viven en estos sectores un tiempo mayor a 21 años, es decir son nativos del sector, la mayor parte de ellos tienen acceso a los servicios básicos de agua, luz y teléfono, con respecto al alcantarillado y el internet se puede observar que estos servicios no han llegado aún a todos los pobladores. Sobre el conocimiento de las aguas termales en el sector, los mismos supieron indicar que si conocen sobre este atractivo natural, saben además que la mayor afluencia de turistas a estos sectores son los fines de semana, de igual manera ellos consideran que el principal beneficio que

tendrán en el caso de implementarse la ruta turística de aguas termales será los puestos de trabajo que se generarán en la zona (**Arteaga, 2015**).

“El termalismo como aporte al desarrollo turístico en el Cantón Quito, sector Ilaló” es un tema de tesis del año 2017 propuesto por Pazmiño Bravo Roció Jazmín y Pazmiño Bravo Sandra Carolina, estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas en la que se propuso como objetivo determinar la influencia que tiene el servicio de aguas termales en el desarrollo turístico de Ilaló, mediante la descripción, análisis e interrelación del mercado, el producto y marketing con la participación de la empresa privada y los gobiernos autónomos descentralizados, para facilitar e impulsar posibles estrategias de mejora, a partir de los resultados obtenidos se manifiesta que el tipo o estado del destino está íntimamente relacionado con el desarrollo turístico donde la autora menciona que la ubicación del producto dentro del ciclo de vida del producto es más teórico que práctico, es más subjetivo (**Bravo, 2017**).

“Estudio microbiológico de las aguas termales Reina del Rosario de Cununyacu, Parroquia Pilahuin-Tungurahua” es un tema propuesto por María Fernanda Pambabay Naranjo en el año 2015 de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo perteneciente a Riobamba, en el que se establece como objetivo buscar mejorar la calidad de vida de las personas a través del derecho a la salud (art. 32), el mismo que se fundamenta en la prevención de enfermedades, con los resultados obtenidos se concluye que se hace necesario adoptar medidas de control microbiológico e higiénico- sanitarias que brinden a sus usuarios bienestar y eviten patologías en la salud (**Naranjo, 2015**).

Diego Patricio Guanoluisa Yano estudiante de la Universidad Técnica de Ambato en el año 2019 propuso el tema, “Turismo de termalismo y bienestar como motivación turística, caso de estudio: Baños de Agua Santa”, planteando como objetivo, estudiar el turismo de termalismo y bienestar como motivación turística, caso de estudio: Baños de Agua Santa en el que se obtuvo como resultado que uno de los destinos turísticos preferidos en el país es el Cantón Baños de Agua Santa, un rincón maravilloso, ubicado en la Provincia de Tungurahua, a 40 minutos del Cantón Ambato,

en las faldas del majestuoso volcán Tungurahua, con una población estimada de 20.000 personas, Baños de Agua Santa, es un cantón que gira en torno al turismo, ya que sus habitantes se dedican en un 90% a la actividad turística, siendo soporte de la economía del sector, atractivo de los promotores turísticos, agencias de viajes, transportistas, hoteles, restaurantes y otros negocios afines. Dentro de las actividades de descanso que se puede elegir están: Spas. - Baños posee variedad de Spas, entre ellos dos de los más importantes de la región, la mayoría ofrecen: baño terapia, baños de vapor, depilaciones, aromaterapia, hidratación con miel o chocolate, exfoliaciones con frutas o ceniza volcánica, masajes adelgazantes, aromaterapia, baño de rosas y esencias, baños de cajón, tratamientos faciales y corporales con productos naturales, y más; renovaran su vitalidad, fuerza y energía (**Patricio, 2019**).

## **1.2 Fundamentación teórica**

### **1.2.1 Termalismo**

El Termalismo es la acción terapéutica de algunas aguas naturales sobre ciertas enfermedades, especialmente afecciones crónicas del aparato locomotor, respiratorio y digestivo que junto a las estaciones termales, también forman parte de la oferta del turismo de bienestar los denominados “curhoteles” que son establecimientos hoteleros que ofrecen las 2 instalaciones y servicios profesionales necesarios para promover y mejorar la salud de sus clientes; ya de por sí, variadas, se han visto incrementadas con nuevos tratamientos como para curas de adelgazamiento, estética, curas de rejuvenecimiento o revitalización, entre otros, que cada vez son más solicitadas por los clientes (**Arcos, 2015**).

Para, **Gorski (2017)** el termalismo es uno de los métodos más utilizados para curar problemas reumáticos o de la piel además de ser empleado como una alternativa para lograr relajación a nivel muscular y emocional. El termalismo engloba una serie de conceptos relacionado con el uso del agua mineromedicinales o mineral natural, ya sea termal o no, de mar o lago salado y todos los elementos que la acompañan. Es decir, el clima los sedimentos de esas aguas y sus derivados

### **1.2.1.1 Historia del termalismo**

Los orígenes del termalismo se remontan a la prehistoria, donde el ser humano descubrió como los animales enfermos o heridos buscaban la curación en los manantiales naturales de agua caliente, entonces en ese momento el agua termal y sus cualidades terapéuticas pasaron a ser respetadas y adoradas.

Con la introducción del cristianismo en Europa, el culto al cuerpo se convirtió en algo irrelevante y, en consecuencia, el agua termal dejó de ocupar un lugar predominante como instrumento terapéutico.

Durante la época griega cuando se inicia el verdadero culto al agua termal ya Ulises en la *Odisea* hablaba de las maravillas de los baños terapéuticos, los romanos fueron los encargados de extender el poder de la hidroterapia en todo el continente europeo, sin embargo, también llegó al mundo islámico, donde Mahoma en el *Corán* le otorga un papel esencial como medida de higiene y cuidado del cuerpo.

A finales del siglo XIX y principios del siglo XX los balnearios vivieron su época de mayor esplendor como santuarios de la curación, estos centros eran sólo accesibles para las élites de la sociedad. Afortunadamente, en la actualidad, los balnearios han recuperado su fuerza como núcleos de interacción para todas las clases sociales y se puede afirmar que, incluso, vuelven a ser puntos de referencia en temas de salud **(Teixeira, 2015)**.

### **1.2.1.2 Beneficios**

El termalismo puede aportar beneficios en el tratamiento de enfermedades neurológicas. El alzhéimer, el párkinson, el ictus, la epilepsia, la esclerosis múltiple, las migrañas son algunas de las enfermedades neurológicas más conocidas y asociadas en algunos casos al dolor **(Caldaria, 2018)**.

El termalismo otorga mejor calidad de vida y proporciona esa nota de energía y relax que necesitamos para nuestro día a día, también ayuda a personas con dolencia y recuperación de lesiones. Como bien se conoce, los espacios termales o balnearios

son lugares de fuente de salud completa. Estas aguas nos ayudan a cuidar la piel y a hidratarla en cualquier época del año. Además, contiene propiedades terapéuticas para realizar diferentes tratamientos.

Otro punto importante para disfrutar de la medicina termal es su ubicación, muchos son los espacios termales que están ubicados en entornos naturales que nos dejan disfrutar también de parajes de gran riqueza cultural, acompañándolos también de cualidades insólitas que solo podremos descubrir si acudimos a estos balnearios sus instalaciones son abiertas los 12 meses, por lo que podemos disfrutar de sus aguas y propiedades beneficiosas cuando más nos apetezca, sobre todo para personas mayores de 65 años, es una buena oportunidad para poder hacer una escapada sin tener que esperar a que sea temporada vacacional (**Aesfas, 2018**).

El termalismo es parte del turismo de bienestar por lo que es necesario conocer de dicho turismo:

#### **1.2.1.3 Turismo de bienestar**

Es una actividad turística que pretende mejorar y equilibrar diferentes ámbitos de la vida humana en los que destacan el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual.

La principal motivación del turista de bienestar en participar en diferentes actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y diferentes tratamientos curativos (**Organization, 2019**).

## A. Perfiles y principales motivaciones del turista de bienestar

Tabla 1. Perfil y principales motivaciones del turista de bienestar

Contexto y tendencias	Perfil	Motivaciones
Aumento de la esperanza de vida Predisposición para viajar Mayor capacidad económica Estancias más largas Interés por el bienestar y la salud física y mental	Senior de alma joven	Búsqueda de terapias y tratamientos que le ayuden a mantenerse en forma y relajarse  Oferta complementaria: preferencia por experiencias activas y de aventura.
Aumento de la esperanza de vida Predisposición para viajar Mayor capacidad económica Estancias más largas Interés por el bienestar y la salud física y mental	Senior	Búsqueda de terapias y tratamientos preventivos y curativos tanto para la salud física como mental  Oferta complementaria: Inmersión en la comunidad local, la cultura, idioma, tradiciones, etc.
Uso intensivo de las NTIC. Uso de plataformas de intercambio y colaboración. Gran valor a las experiencias auténticas. Preocupación por cuestiones de sostenibilidad. Alto nivel de educación Menor capacidad económica.	Millenials	Búsqueda de terapias y tratamientos preventivos y curativos tanto para la salud física como mental  Oferta complementaria: Inmersión en la comunidad local, la cultura, idioma, tradiciones, etc.

**Fuente:** (Bergara, 2016)

**Elaborado por:** Toalombo E, (2021)

### 1.2.1.4 Aguas Termales

Para **Acaro (2019)** las aguas termales son medicinales por su alto contenido de minerales como sulfato de hierro, aluminio, calcio, sodio y potasio, que ayudan a mejorar la salud de los bañistas. Además de estos beneficios, estas presentan

condiciones ambientales adecuadas para el crecimiento de una gran diversidad de microorganismos autóctonos que son característicos de cada tipo de agua dependiendo de sus propiedades fisicoquímicas

**Caldaria y Balnearios (2019)** realizaron la siguiente clasificación:

**A. Clasificación de las aguas de acuerdo con su temperatura**

- Aguas Hipertermales Más de 45° C
- Aguas Meso termales o calientes De 35 ° a 45° C
- Aguas Hipo termales o poco frías De 21 ° a 35 ° C
- Aguas frías Menos de 20 ° C

**B. Clasificación de las aguas de acuerdo con sus residuos secos**

- Minerales De 1 a 1.5 gr/L
- Medio minerales De 0.2 a 1.0 gr/L
- Oligo minerales Menos de 0.2 gr/L

**C. Composición mineral**

- **Aguas ferruginosas:** presentan fundamentalmente hierro en su composición.
- **Aguas cloruradas:** presentan cloro. Estimulan las secreciones digestivas, entre otras.
- **Aguas sulfuradas y sulfurosas:** con azufre. Muy utilizadas en el campo de la hidrología médica, las primeras son ácidas y lodosas.
- **Aguas sulfatadas:** aparte de azufre pueden incluir sodio, calcio, magnesio o cloro en su composición.
- **Aguas bicarbonatadas:** con bicarbonato, frías y alcalinas. Se utilizan en estados de acidez gástrica. Pueden ser sódicas, cálcicas, mixtas, cloruradas o sulfatadas.

**D. Propiedades curativas de las aguas termales**

- Mejoran la alimentación de los tejidos del cuerpo en general, motivo por el cual aumenta el metabolismo.



- Estimulan las defensas del organismo.
- Depuran la sangre, eliminándose las toxinas y productos de desechos por la sudoración y diuresis que provocan.
- Estimulan las secreciones del tracto digestivo y del hígado, ayudando así a la digestión.
- Reactivan el metabolismo retardado en muchos reumáticos.
- Tienen poder desestabilizante sumamente útil, considerando la participación alérgica en el orden de las afecciones reumáticas.
- Reeducan el sistema termorregulador, de enorme importancia en el reumático que ha perdido su capacidad de reaccionar y adaptarse a los cambios del medio ambiente.
- Su poder analgésico y calmante de dolores de estas aguas es bien conocido.
- Relajan los músculos y por su acción revulsiva y resolutive, actúan sobre los edemas, tumefacciones y procesos crónicos fibrosos.
- Sedan el sistema nervioso, siendo un sedante y relajante, ideal para el stress y el ritmo de vida actual.
- Reconstituyen y tonifican.
- Las aguas termales ejercen acción miorelajante, sobre las contracturas y rigideces neuro-músculo-articular, de importancia en los tratamientos de rehabilitación y reeducación músculo esquelética. Su efecto sobre todo tipo de reumatismos (inflamatorios, degenerativos, no articulares, metabólicos) en algunos casos llega a ser notable.
- Enfermedades crónicas de la piel
- Enfermedades respiratorias leves

### **1.2.2 Experiencia turística**

**Piel (2020)** define a la experiencia turística como un conjunto de sensaciones y emociones que son interpretadas por el turista mismas que se dan por una serie de

estímulos que se van dando por el contacto con el producto turístico, es importante que el turista se lleve un buen recuerdo del lugar porque mediante ella se potencia el turismo debido a que de boca en boca más personas llegaran a interesarse por conocer dicho lugar.

**Fuentes (2014)**, menciona que, la experiencia turística se trata de un proceso acumulativo, por etapas, que incluye la fase anterior, vacacional en el destino, y posterior a las vacaciones, y que se necesita de una preparación explícita para que suceda. Al tratarse de una percepción subjetiva, es absolutamente necesario incorporar al turista en dicho proceso, y se han identificado algunas dimensiones específicas que debieran integrarse en el análisis, si bien la evolución del análisis académico continuará identificando otras posibilidades.

Las principales dimensiones identificadas son: involucración del turista, integrando los elementos del entorno externos al turista con los internos del individuo, siendo la naturaleza un facilitador clave; el shock sensorial, apelando a los cinco sentidos y generando una excitación y estimulando al turista, creando sorpresa y un entorno de escape; autenticidad, vinculando lo vivido con el entorno inmediato y el destino; diversión, generando placer y un entorno agradable y de entretenimiento; sociabilidad, proporcionando la posibilidad de compartir y de participar en una comunidad; personalización, que aporta libertad y control, donde el turista siente que puede elegir y definir en cierta medida gracias a su habilidad y esfuerzo el resultado final, consiguiéndolo por el mismo; y autodescubrimiento y transformación, donde a través de un aprendizaje y un intercambio de valores y reflexiones, el turista siente un cierto cambio.

El aprendizaje es uno de los núcleos esenciales que contribuye a la experiencia turística.

### **1.2.2.1 Componentes de la experiencia turística**

**A. Discurso:** trata de la información importante y relevante

**B. Mediadores:** pueden ser los guías, recepcionistas, mozos, etc. Es importante capacitarlos de la mejor manera ya que son ellos los encargados de brindarles la mejor experiencia a los turistas.

- C. Elementos de soporte:** son las señaléticas o mapas interactivos que permitan mostrar de mejor manera el destino turístico.
- D. El entorno:** es el área geográfica y su grado de accesibilidad que debe tener el entorno el mismo que debe estar acondicionado para satisfacer las necesidades del turista.
- E. Las acciones:** trata de las principales actividades que el turista tiene que realizar como las de ir al baño, entonces los mediadores son quienes deben dar tiempos para que los turistas puedan realizar estas actividades.

Para el estudio de la variable es necesario conocer la definición del turista:

### **1.2.2.2 Turista**

La Organización Mundial del Turismo (**OMT, 2021**) define a los turistas como aquellas personas que viajan a un destino ajeno a su lugar de residencia habitual ya sea por motivos de ocio o negocios, mismo que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar.

**Francesch (2014)** menciona que, el turista es aquella persona que tiene tiempo libre en un momento determinado y lo utiliza voluntariamente para visitar algún lugar de residencia con el objetivo de cambiar de ambiente.

Además, es importante conocer conceptos de marketing turístico ya que en la propuesta se plantea el diseño de un video de difusión basado en la experiencia turística.

### **1.2.2.3 Marketing Turístico**

**Diaz (2019)** menciona que, el marketing turístico se encarga de descubrir lo que los turistas quieren, desarrollar los servicios adecuados para ellos, suministrarles de información sobre la oferta existente y darles instrucciones sobre cómo pueden adquirir el servicio.

Además, **Mouthino (2019)** menciona que, es el proceso a través del cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir en sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos,

de este modo se alcanza simultáneamente la satisfacción del turista y las metas de las organizaciones.

### **A. Características del Marketing Turístico**

**School (2020)**, menciona que, el marketing turístico posee características que lo definen en su totalidad y que no cambian a pesar de su enfoque. Algunas de ellas son:

- Favorece la comunicación y el contacto directo entre clientes y operadores turísticos.
- Se enfoca en investigar todos los aspectos de un destino antes de que el turista lo haga. Gracias a él, es posible obtener información inmediata sobre las ventajas de un lugar, su cultura y variedad de actividades.
- Estudia las necesidades del cliente y su reacción ante múltiples opciones de viaje.
- Analiza los márgenes de precio y evalúa promociones que puedan favorecer tanto al cliente como al negocio.
- Se encarga de elegir los canales más adecuados para la implementación de estrategias de mercado, segmentando al público y gestionando el reconocimiento de la marca.

### **B. Vías del marketing turístico**

**School (2020)**, menciona que, el marketing turístico investiga sobre las actividades y necesidades del cliente y las oportunidades de negocio que puede llegar a generar, por lo que es importante acercarse a él a través de las siguientes vías:

- **Contenido audiovisual:** tiene un gran poder para comunicar mensajes en corto tiempo y es el preferido para conectar con las audiencias sin perder de vista ningún detalle. Este tipo de contenido permite anunciar productos de forma más dinámica y atractiva, conectando con las sensaciones del consumidor.
- **Redes sociales:** al ser el medio más utilizado por los viajeros, está presente en las redes sociales más adecuadas para el negocio aprovechando todas las

herramientas disponibles y trazando un puente de comunicación con los usuarios.

- **Campañas publicitarias:** Un beneficio de las campañas publicitarias es que pueden adaptarse a diversos canales, ofrecer visibilidad y atraer nuevos segmentos de mercado.
- **Realidad virtual:** Si el contenido audiovisual es una estrategia excelente para atraer viajeros, las plataformas de realidad virtual lo son aún más. A través de esta herramienta, los turistas pueden adentrarse en un destino antes de elegirlo, desde la comodidad de su hogar y sin demasiadas instrucciones.
- **Opiniones:** La reputación es clave para elegir entre una marca u otra. Por muy sencilla que sea, cualquier opinión puede marcar la diferencia entre elegir un destino u otro, razón por la cual es importante mantener una imagen de marca impecable con buenas acciones que van más allá de las palabras.
- **Influencers:** En la actualidad, los travel influencers han cobrado peso en el sector por su propuesta diferencial, un contenido fresco e innovador. Además, son capaces de generar comunidad y comparten con sus seguidores anécdotas de los destinos e información que no se encuentra en las guías de viaje.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general:**

- Identificar el impacto del termalismo en la experiencia turística del cantón Baños de Agua Santa.

### **1.2.2 Objetivos específicos:**

- Diagnosticar el estado de conservación de las termas “El Salado” del cantón Baños de Agua Santa.

Para diagnosticar el estado de las termas se realizó una investigación de campo mediante la observación directa y como instrumento complementario se planteó dos interrogantes en el cuestionario pre estructurado de la encuesta aplicada a los visitantes que hacen uso de las termas información que permitió conocer el estado de conservación real de dicho atractivo.

- Determinar el nivel de satisfacción del turista que hace uso las termas “El Salado”.

Para conocer el nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de las aguas termales se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario pre estructurado con 15 ítems a los turistas que visitan las termas El Salado, mediante el levantamiento de la información In Situ dirigido a 262 visitantes.

- Diseñar un video como estrategia de difusión basado en la experiencia turística de las personas que visitan las termas “El Salado” del cantón Baños de Agua Santa.

La limitada promoción del atractivo turístico en la web hace que la mayor parte de turistas que visitan las aguas termales El Salado sean de nacionalidad ecuatoriana y en especial de la provincia de Tungurahua, es así que en la presente investigación se diseñó un video con la finalidad de potenciar la promoción del atractivo turístico a nivel nacional e internacional. La información básica para la elaboración del guion se levantó con un trabajo In Situ mediante el diálogo directo con los prestadores de servicio, así como las tomas fotográficas.

## CAPÍTULO II METODOLOGÍA

### 2.1 Materiales

Se requiere de distintos materiales fundamental para el proceso del estudio de caso, mismos que se detalla a continuación:

*Tabla 2. Materiales*

<b>Materiales</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>Institucionales</b>	Universidad Técnica de Ambato	N/A
	GAD Baños de Agua Santa	N/A
<b>Tecnológicos</b>	Computador	\$ 15.00
	Internet	\$ 25.00
<b>Materiales</b>	Suministros de oficina (Papelería, copias, impresiones)	\$10.00
	Materiales de oficina (Resma de papel, esferos, cuadernos)	\$10.00
<b>Económico</b>	Transporte	\$100.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$160</b>

**Elaborado por:** Toalombo E, (2021)

### 2.2 Método

Para la investigación se ha hecho uso del método deductivo ya que según **Westreicher (2020)** el método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas. La veracidad de la conclusión que se obtendrá dependerá de la validez de las premisas tomadas como referencia.

#### 2.2.1 Enfoque de la investigación

Es importante destacar el enfoque que se dio en esta investigación es cualitativo, porque se persigue recopilar información de las termas en base a las encuestas; y cuantitativo, ya que permite obtener en cifras reales las respuestas de la encuesta.

### **2.2.2 Diseño de la investigación**

Es no experimental- transversal porque se busca comprobar el termalismo influye directamente en la experiencia de los turistas, por otro lado, se busca entender desde la experiencia de los turistas las distintas perspectivas que se tiene sobre el servicio de bienestar y salud en las aguas termales El Salado.

### **2.2.3 Alcance de la investigación**

**Díaz (2016)** menciona que, la investigación descriptiva existe cuando se requiere delinear características específicas, el mismo que permitirá describir las variables que son la experiencia turística y el termalismo, básicamente tiene como énfasis describir la problemática de los niveles de satisfacción de los turistas que hacen uso de las aguas termales con la utilización de técnicas como la encuesta para comprobar la hipótesis.

### **2.2.4 Modalidad de la investigación**

#### **A. Investigación no experimental transversal**

**Risco (2020)**, menciona que, las variables se miden una sola vez y con la información obtenida se realiza el análisis, se miden las características de uno o más grupos de unidades en un momento específico.

Se utilizará este tipo de investigación ya que va a describir las variables en un momento y tiempo definido.

#### **B. Investigación de campo**

**Arias (2020)**, define que, la investigación de campo se enfoca en la recopilación de datos directamente de la realidad por lo que permite obtener información directa en relación con un problema, este tipo de investigación se utilizará al momento de aplicar las encuestas In Situ.

#### **C. Investigación documental**

Para **Arias (2020)** la investigación documental es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc, sirvió para plantear la fundamentación teórica- científica de la investigación.



### 2.2.5 Técnicas e instrumentos

Para la presente investigación se utilizará como técnica la encuesta que según Malagon (2018) es el conjunto de preguntas diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de la población, el mismo que permitirá recolectar datos para conocer el nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de las aguas termales, por lo que es importante el uso de un cuestionario como instrumento que permitirá medir las variables.

La validación cualitativa de la encuesta se realizó con profesionales expertos en el área hotelera y en el área de administración de empresas turísticas quienes sustentan el tema de la investigación en el área turística, el Mg. Diego Melo Fiallos docente investigador de la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Ambato y el Mgs. Cristhian Percy Varela Alarcón director de turismo del GAD del cantón de Baños de Agua Santa. Los documentos de validación se adjuntan en el Anexo 4 y el Anexo 5.

### 2.2.6 Hipótesis

**Hipótesis alternativa:** El termalismo influye directamente en la experiencia turística de las personas que visitan el cantón Baños de Agua Santa.

**Hipótesis nula:** El termalismo no influye directamente en la experiencia turística de las personas que visitan el cantón Baños de Agua Santa.

### 2.2.7 Población o Muestra

#### **Población**

De acuerdo con **López y Fachelli (2015)** la población de una investigación puede ser finita o infinita; es finita toda población formada por menos de 100.000 individuos, e infinita aquella que está conformada por 100.000 unidades o más. Para identificar la población del estudio de investigación se basó en el número de turistas que visitan las aguas termales El Salado del Cantón Baños de Agua Santa, teniendo como referencia el ingreso de 8739 turistas durante el mes de octubre del 2021 (**Baños, 2021**).

#### **Muestra**

La muestra es un subconjunto de la población o universo, la cual para ser seleccionada debe reflejar las características de la población en su totalidad. Para

obtener la cantidad de los componentes de la muestra se utilizan procedimientos como fórmulas, lógicas y otros (López, 2004).

En vista de que la población que hace uso de las aguas termales “El Salado” es muy grande se procede a calcular las muestras aleatorias cuando se conoce el tamaño de la población, en base a la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Datos para la aplicación de la fórmula:

*Tabla 3. Cálculo de muestra*

	DETALLE	VALOR
<b>n</b>	Tamaño de muestra buscado	X
<b>N</b>	Tamaño de la población	8.739
<b>Z</b>	Valor de la distribución normal correspondiente a un nivel de confianza	1,65
<b>p</b>	Probabilidad de éxito del evento estudiado	0,5
<b>q</b>	Probabilidad de fracaso del evento estudiado	0,5
<b>e</b>	Grado de error de significancia	0,05%

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{(1,65)^2 * (8739) * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * 8739 + ((1,65)^2 * (0,5) * (0,5))}$$

$$n = 262$$

El instrumento para la encuesta fue elaborado en base a la escala de Likert en cinco puntos (totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo, totalmente en

desacuerdo), donde la mayor aceptación es 5 y la menor es 1, como se visualiza en la siguiente tabla:

*Tabla 4. Tabla de valores*

<b>Opciones de respuesta</b>	<b>Valor</b>
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Indeciso	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

### **2.2.8 Recolección de información**

Para la recolección de la información se realizó el trabajo de campo, mismo que, consistió en la aplicación de las encuestas de forma personalizada a los turistas que visitaron las aguas termales El Salado del 1 al 15 de diciembre de 2021, posteriormente se realizó un trabajo de escritorio que consistió en la tabulación de las respuestas en una matriz en formato Excel, la misma herramienta informática se utilizó para la elaboración de gráficos estadísticos de los resultados en barras

## CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

Los resultados del cuestionario con 15 interrogantes planteadas en la encuesta dirigida a los turistas que visitan las aguas termales “El Salado” del Cantón de Baños de Agua Santa se detallan a continuación:

#### 3.1.1 Estado de conservación de las termas El Salado del cantón Baños de Agua Santa.

En base a los resultados de la encuesta, para determinar el estado de conservación de las termas se consideran las siguientes interrogantes:

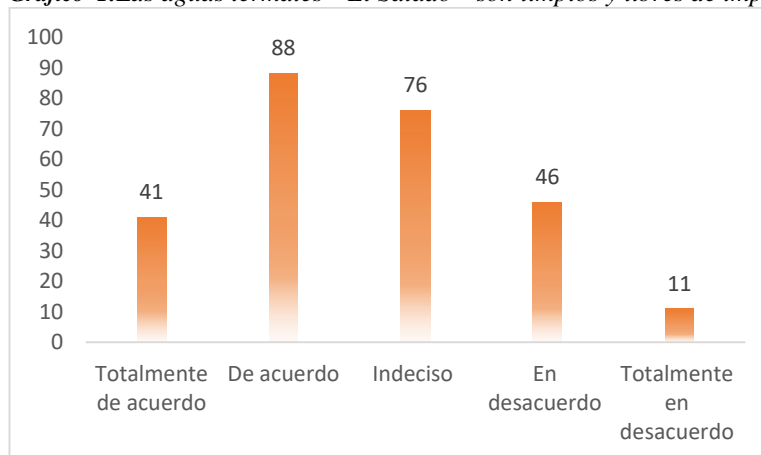
*Tabla 5. Las aguas termales “El Salado” son limpios y libres de impurezas*

<b>Pregunta 3</b>	<b>N.º de turistas</b>	<b>Porcentajes</b>
Totalmente de acuerdo	41	15.6%
De acuerdo	88	33.6%
Indeciso	76	29%
En desacuerdo	46	17.6%
Totalmente en desacuerdo	11	4.2%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

*Gráfico 1. Las aguas termales “El Salado” son limpios y libres de impurezas*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados, el 33.6% que corresponde a 88 respuestas mencionan estar de acuerdo en que las aguas termales “El Salado” son limpias y libres de impurezas, el 29% que representa a 76 encuestados desconocen del estado de las aguas termales, así mismo el 17.6% que corresponde a 46 encuestados mencionan que las aguas termales no son muy limpias y si contienen impurezas, así mismo el 15.6% que representan a 41 encuestados mencionan que las aguas termales son totalmente limpias y libres de impurezas, además el 4.2% que representa a 11 encuestados manifiestan que están totalmente en desacuerdo que las aguas termales son limpias libres de impurezas.

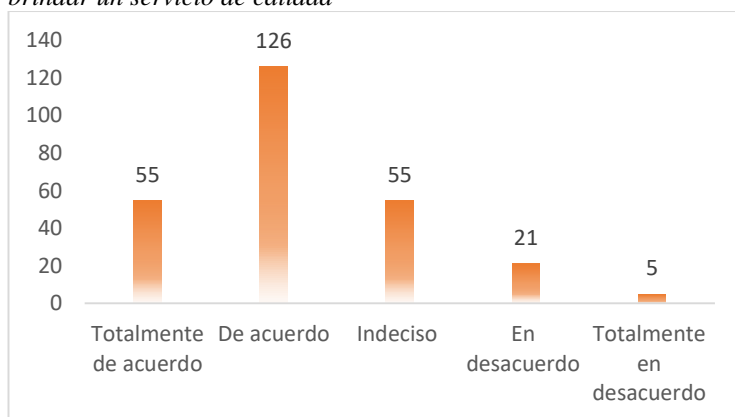
**Interpretación:** Los resultados obtenidos muestran que la población encuestada (88 respuestas) consideran que la calidad del agua de las termas “El Salado” son limpias y libres de impurezas durante las horas de la mañana y gracias al mantenimiento y proceso de limpieza ejecutado por los prestadores de este servicio, al mismo tiempo, un porcentaje significativo desconoce del tema abordado en la encuesta. Sumados los porcentajes (17.6% y 4.2%) constituyen un dato preocupante ya que esta población considera que las aguas termales no son completamente limpias y se pueden encontrar residuos sólidos (impurezas de la piel), problemática evidenciada en horas de la tarde durante todos los días que se presta el servicio y a la aglomeración de turistas.

*Tabla 6. Las aguas termales ‘El Salado’ cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad*

<b>Pregunta 4</b>	<b>N.º de turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	55	21%
De acuerdo	126	48.1%
Indeciso	55	21%
En desacuerdo	21	8%
Totalmente en desacuerdo	5	1.9%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa  
**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 2.** Las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del total de encuestados, el 48.1% que corresponde a 126 respuestas mencionan estar de acuerdo y el 21% que corresponde a 55 encuestados mencionan que están totalmente de acuerdo en que las aguas termales “El Salado” cuenta con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad, mientras que, el 21% que representa a 55 encuestados desconocen del tema, así mismo, el 8% que representa a 21 encuestados mencionan que están en desacuerdo, además el 1.9% que representa a 5 encuestados manifiestan que las aguas termales “El Salado” no cuentan con las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos muestran que la población encuestada (181 respuestas) consideran que las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad, esto gracias a la colaboración del personal quien trabaja en el mantenimiento de las instalaciones en buenas condiciones para su uso.

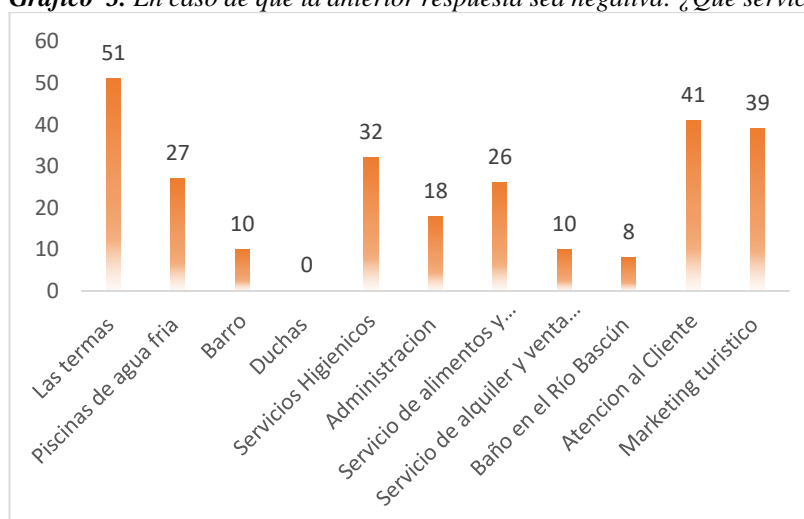
**Tabla 7.** En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore?

<b>Pregunta 13</b>	<b>N.º de turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Las termas	51	19.5%
Piscinas de agua fría	27	10.3%
Barro	10	3.8%
Duchas	0	0%
Servicios Higiénicos	32	12.2%
Administración	18	6.9%
Servicio de alimentos y bebidas	26	9.9%
Servicio de alquiler y venta de vestimenta	10	3.8%
Baño en el Río Bascún	8	3.1%
Atención al Cliente	41	15.6%
Marketing turístico	39	14.9%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 3.** En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados el 19.5% que corresponde a 51 respuestas mencionan que se debe mejorar las termas, el 15.6% que representa a 41 encuestados manifiestan que se debe dar una mejor atención al cliente, el 14.9% que corresponde a 39 encuestados mencionan que se debe trabajar en el marketing turístico, el 12.2% que representa a 32 respuestas consideran que se debe mejorar los servicios higiénicos, así mismo el 10.3% que corresponde a 27 encuestados recomiendan mejorar las piscinas de agua fría, el 9.9% que representa a 26 encuestados manifiestan que se debe mejorar el servicio de alimentos y bebidas, el 6.9% que corresponde a 18 respuestas recomiendan mejorar la administración, el 3.8% que corresponde a 10 encuestados

manifiestan que se debe mejorar el servicio del barro, el 3.8% que representa a 10 respuestas recomiendan se mejore el servicio de alquiler y venta de vestimenta, mientras que el 3.1% que corresponde a 8 respuestas manifiestan se debe mejorar el servicio de baño en el Río Bascún.

**Interpretación:** Según los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas se evidencia que los servicios que se debe mejorar son: las termas, la atención al cliente, el marketing turístico, los servicios higiénicos, la piscina de agua fría, el servicio de alimentos y bebidas y la administración que son los servicios con mayor demanda por los turistas que hacen uso de las aguas termales “El Salado”, además, se debe considerar que las termas deberían ser de más profundidad porque muchos turistas buscan nadar sumergiéndose esto debido que actualmente las termas no son tan profundas al igual que las piscinas de agua fría, por otra parte el servicio de atención al cliente debe ser eficiente ya que el personal debe ser cordial con los turistas, también se debe considerar que la promoción turística es limitada ya que no se hace uso de las redes sociales y solo se conoce el atractivo por comentarios de familiares o conocidos, la limpieza de los servicios higiénicos sin duda alguna son la carta de presentación de cualquier atractivo turístico y la misma estancias de los turistas en las termas demanda el consumo de alimentos y bebidas , en el establecimiento únicamente se oferta dulces, snacks, más no una carta en la que se ofrezca desayunos, almuerzos y meriendas tomando en cuenta que la atención de las termas es desde la madrugada hasta horas de la noche, mientras que otro porcentaje de turistas recomiendan se mejore la administración es decir dar más seguridad a sus pertenencias ya que este es el lugar donde el turista deja todos sus objetos de valor y vestimenta.



### 3.1.2 Nivel de satisfacción del turista que hace uso las termas El Salado.

Para determinar el nivel de satisfacción de los turistas que visitan las termas “El Salado” se consideró las siguientes interrogantes:

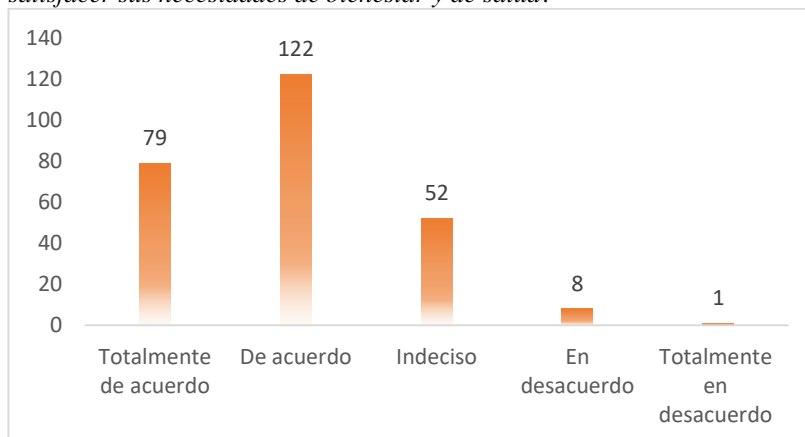
**Tabla 8.** ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales “El Salado” contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud?

Pregunta 12	N.º de turistas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	79	30.2%
De acuerdo	122	46.6%
Indeciso	52	19.8%
En desacuerdo	8	3.1%
Totalmente en desacuerdo	1	0.4%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 4.** ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales “El Salado” contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados el 46.6% que corresponde a 122 respuestas y el 30.2% que representa a 79 respuestas mencionan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en que los servicios ofertados contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y salud en las aguas termales “El Salado”, así mismo el 19.8% que corresponde a 52 encuestados mencionan desconocer si los servicios ofertados han ayudado o no a satisfacer sus necesidades de bienestar y salud, el 3.1% que representa a 8 respuestas mencionan que los servicios de las aguas termales no les ha ayudado a mejorar su bienestar y salud, además el 0.4% que representa a 1 encuestado manifiesta que están totalmente en desacuerdo con la interrogante propuesta.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos mediante encuestas se conoce que un alto porcentaje de turistas se encuentran satisfechos con todos los servicios ofertados ya que, los mismo han ayudado a satisfacer sus necesidades de bienestar y salud teniendo en cuenta que los servicios que se prestan son los adecuados para su uso, mientras que un número minoritario de personas encuestadas no tienen conocimiento sobre la interrogante propuesta tomando en cuenta que varias de ellas son personas que visitan el lugar por primera vez, así mismo un bajo porcentaje no se ha sentido a gusto con los servicios ofertados.

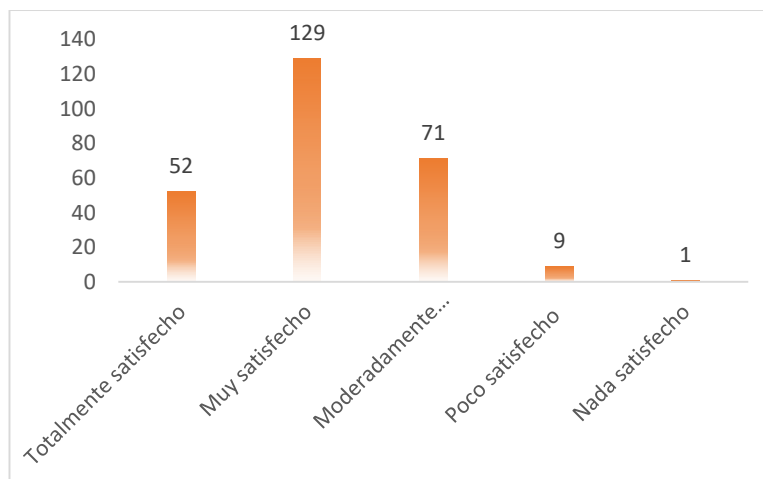
**Tabla 9.** ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘El Salado’ del cantón Baños de Agua Santa?

Pregunta 14	N.º de turistas	Porcentajes
Totalmente satisfecho	52	19.8%
Muy satisfecho	129	49.2%
Moderadamente satisfecho	71	27.1%
Poco satisfecho	9	3.4%
Nada satisfecho	1	0.4%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 5.** ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘El Salado’ del cantón Baños de Agua Santa?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** El 69% de encuestados manifiesta que se encuentra totalmente y muy satisfecho después de hacer uso de los servicios ofertados en las aguas termales “El

Salado”, así mismo el 27.1% que corresponde a 71 encuestados mencionan estar moderadamente satisfechos, el 3.4% que representa a 9 respuestas mencionan que se sienten poco satisfechos, además el 0.4% que representa a 1 encuestado manifiesta que no se siente satisfecho de hacer uso de las aguas termales.

**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos muestran que la población encuestada (181 respuestas) manifiestan que se sienten satisfechos después de hacer uso de las termas teniendo en cuenta que estas termas han sido de gran ayuda para aliviar algunos de sus dolores y enfermedades mientras que el otro porcentaje mencionan que están medianamente satisfechos quizá porque aún no han notado los efectos curativos que estas termas, tienen cabe recalcar que un porcentaje mínimo menciona que se siente insatisfecho después de haber hecho uso de estas termas.

### **3.2 Verificación de la hipótesis**

En la investigación se plantearon dos hipótesis, la hipótesis alternativa que afirma que el termalismo influye directamente en la experiencia turística de las personas que visitan el cantón Baños de Agua Santa y la hipótesis nula que menciona que el termalismo no influye directamente en la experiencia turística de las personas que visitan el cantón Baños de Agua Santa.

#### **Cálculos estadísticos:**

Para la verificación de la hipótesis se ha hecho uso de los resultados de dos interrogantes planteadas en la encuesta (¿Las aguas termales “El Salado” son saludables? y ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales “El Salado” del cantón Baños de Agua Santa?), dirigida a los turistas que hacen uso de las termas “El Salado” de Baños de Agua Santa, obteniendo resultados en base a los siguientes cálculos:

**Tabla 10. Cálculos estadísticos**

<b>FRECUENCIA DEL VALOR OBSERVADO (f<sub>0</sub>)</b>				<b>FRECUENCIA DEL VALOR ESPERADO (f<sub>e</sub>)</b> f <sub>e</sub> = total columna x total de fila / suma total	
Las aguas termales “El Salado” son saludables	Experiencia turística (Nivel de satisfacción)		TOTAL	228,5	33,5
	SI	NO			
	SI	252	10	262	
	NO	205	57	262	
	TOTAL	457	67	524	
<b>CÁLCULO DEL CHI CUADRADO</b>				<b>CÁLCULO DE CHI CRITICO</b>	
$\chi^2_{calc} = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$				x = 0,01 n = (2-1) (2-1) = 1	
<b>x<sup>2</sup> = 37,78</b>				<b>x<sup>2</sup> critico 0,01 = 6,635</b>	

**Elaborado por:** Toalombo E, (2021)

Entonces se deduce que, para 1 grado de libertad con un margen de error de 0,01 la hipótesis es alternativa ya que el chi cuadrado calculado tiene un valor de 37.78 siendo > que el chi critico que tiene un valor de 6.635, es decir, las dimensiones analizadas con respecto al termalismo y al nivel de satisfacción planteados no son independientes puesto que, según los datos obtenidos la experiencia turística y las termas van de la mano ya que están ampliamente relacionados.

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 Conclusiones**

Para la investigación se consideró como referencia el ingreso de 8739 turistas durante el mes de octubre del 2021 según la dirección de turismo del gobierno autónomo descentralizado del cantón Baños de Agua Santa y se extrajo una muestra de 262 personas para la aplicación de la encuesta estructurada en base a la escala de Likert y validada cualitativamente por profesionales expertos en el área hotelera y en el área de administración de empresas turísticas.

Los resultados obtenidos con respecto al estado de conservación de las termas de “El Salado” de Baños de Agua Santa, el 49,2% mencionan que sus aguas son limpias y libres de impurezas, además el 78,2% confirma que las termas son saludables; mientras que, el 69,1% dice que el destino turístico cuenta con la infraestructura de orden municipal necesaria para brindar un servicio de calidad por ser una de las ofertas turísticas pioneras del cantón. Así también, esta actividad es una fuente económica principal de la municipalidad de Baños, ingresos que permiten generar obras para la ciudad.

Con respecto al nivel de satisfacción, el 76,8% considera que las aguas termales contribuyen en la satisfacción de bienestar y de salud de los turistas y el 69% de la población encuestada menciona que el nivel de satisfacción es altamente significativo después de hacer uso de los servicios e instalaciones ofertadas (piscina de agua termal, piscinas de agua fría, barro, duchas, administración, servicio de alimentos y bebidas, vestidores, servicios higiénicos, baño en el río Bascún y servicio de alquiler y venta de vestimenta) en las termas “El Salado”.

Con respecto a la promoción turística de las termas “El Salado” de Baños de Agua Santa, esta es escasa, para elevar la demanda de los servicios y productos ofertados se diseñó un video promocional como medio de información y comunicación. El mismo que está disponible en la página oficial del gobierno autónomo descentralizado del cantón, en el siguiente enlace: <https://fb.watch/auOEdvqyJK/>

#### **4.2 Recomendaciones**

Al no encontrar un registro en que se identifique el número de turistas nacionales y extranjeros que hacen uso de las termas “El Salado”, se recomienda implementar herramientas digitales en el sistema administrativo para guardar la información que debe estar a disposición del público en general con fines educativos, sociales, culturales e investigativos.

Es necesario recalcar que las instalaciones con la que cuenta este atractivo no se encuentran en las mejores condiciones, se han deteriorado con el uso y el transcurso de los años, por lo que es necesario implementar estrategias para su mantenimiento y restauración y de esta manera elevar el nivel de calidad de los servicios ofertados en el destino turístico de salud y bienestar.

Así mismo, es necesario capacitar al talento humano en temas como atención al cliente y marketing turístico, ya que, en la actualidad niños, jóvenes, adultos en si la sociedad entera está haciendo uso de las tecnologías la misma que ha permitido el intercambio de información y comunicación que es más fácil sin importar la distancia ni lugar de residencia.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 Título**

Video promocional como estrategia de difusión basado en la experiencia turística de las personas que visitan las termas “El Salado” del cantón Baños de Agua Santa.

#### **5.2 Justificación**

La presente propuesta tiene como finalidad dar a conocer a la sociedad las diferentes experiencias de los turistas que han hecho uso de las aguas termales “El Salado” ya que este atractivo turístico es el más conocido por sus beneficios para la salud, tomando en cuenta que las termas se encuentran estrechamente ligados con el turismo de salud y bienestar. Muchos turistas han notado que su salud ha mejorado notablemente ya sea de diferentes lesiones u otras dolencias, por lo que mediante un video en el que se encuentra plasmado la experiencia del turista también se hace un reconocimiento de todos los servicios y productos que se ofrece en el destino turístico, el mismo que se realizó para motivar al turista a que haga uso de las aguas termales no solo por diversión u ocio sino también como un ente principal para llevar una vida de calidad. Una vez ejecutada la propuesta se dinamizará mediante estrategias publicitarias que permitan transmitir la información que se detalla dentro del audiovisual, para de esta manera llegar a más turistas ya sean nacionales o extranjeros, el mismo que permitirá generar mayor demanda turística lo que será de gran ayuda para la municipalidad de Baños de Agua Santa ya que con la dinamización económica se podrá seguir mejorando las instalaciones de los diferentes atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad.

### 5.3 Objetivos

- Dar a conocer cuál ha sido la experiencia de los turistas que han hecho uso de las aguas termales “El Salado”.
- Incentivar al turista para que visite las termas “El Salado” con sentido de salud y bienestar.

### 5.4 Metodología

Mediante el trabajo de campo In Situ, se levantó información básica para la elaboración del guion del video promocional, mismo que se describe a continuación:

#### 5.4.1 Guion del video

**Primera parte:** En Baños de Agua Santa a 2 kilómetros del centro de la ciudad se encuentra las termas “El Salado” ubicado en el barrio que lleva el mismo nombre, se puede trasladar mediante transporte público con el costo de 30ctvs, o en taxi que su tarifa es la mínima de \$1.50

**Segunda parte:** Su atención es de lunes a domingo desde 5h00 hasta las 20h00, el valor de ingreso es de 4 dólares los adultos y 2 dólares los niños y personas de la tercera edad.

**Tercera parte:** Si olvidaste tu traje de baño no te preocupes ya que aquí puedes encontrar el perfecto para ti, de igual manera puedes degustar de dulces, entre otros alimentos que están a tu disposición.

**Cuarta parte:** Además, cuenta con servicio de vestidores, administración donde puede dejar sus pertenencias, duchas de aguas termales. En el mismo lugar puedes encontrar la mascarilla de barro volcánico que es extraída de la fuente de las aguas termales, esta va acompañada de miel de abeja para fijar de mejor manera la mascarilla, es recomendable dejar reposar durante 10 minutos para que se absorban las grasas e impurezas del rostro finalmente su piel quedara limpia y humectada.

**Quinta parte:** Las piscinas de este lugar están sulfatadas ya que el agua sale directamente del volcán Tungurahua, las mismas que están divididas tanto para adultos como para niños, además cuenta con piscinas de agua tibia, piscinas de agua fría la misma que es captada directamente desde el Río Bascún. Las piscinas de aguas termales en horas de la madrugada se encuentran en 43 grados centígrados con el transcurrir del día baja hasta los 40 grados centígrados.



**Sexta parte:** Como un servicio complementario encontramos masajes para relajar tu cuerpo y para que te liberes del estrés, el mismo que tiene un costo extra.

**Séptima parte:** Para finalizar con este lugar 100% natural puede disfrutar de un baño en el río Bascún, mientras admiras la belleza del paisaje que rodea a este atractivo.

Baños un pedacito de cielo.

#### **5.4.2 Filmación del video**

La filmación de video se realizó el 19 de diciembre del presente año en la que se hizo tomas de cada uno de los servicios ofertados dentro de las termas y de su atractivo paisajístico que es el río Bascún, después se entrevistó a diferentes turistas para conocer cuál ha sido su experiencia al hacer uso de las termas, además se grabó al personal que se encontraba dentro de las instalaciones para que el mismo realice una invitación para los turistas.

#### **5.4.2 Edición del video**

Para la edición del video fue fundamental tener al personal adecuado para que realice el respectivo trabajo en el que se da una lógica adecuada con las tomas obtenidas anteriormente en la que además se ha colocado el nombre y cargo de las personas que intervinieron dentro del audiovisual.

#### **5.4.3 Entrega del producto (Video)**

Por medio de un DVD se hace la entrega del producto final al departamento de turismo del Cantón de Baños de Agua Santa.

#### **5.4.4 Recursos y Materiales**

*Tabla 11. Recursos y Materiales*

<b>Materiales</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>Institucionales</b>	GAD Baños de Agua Santa Dirección de turismo	N/A
<b>Tecnológicos</b>	Cámara fotográfica Computador Micrófonos (recursos del personal contratado)	N/A N/A N/A
<b>Edición</b>	Personal encargado de realizar la grabación y edición	\$200.00
<b>Económico</b>	Transporte Alimentación	\$50.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$250</b>

**Elaborado por:** Toalombo E, (2021)

### **5.5 Administración**

El gobierno autónomo descentralizado, asignará la competencia a la dirección de turismo quien será la autoridad que estará a cargo y será responsable de la gestión, manejo y difusión de la información dispuesta en el video promocional de las aguas termales “El Salado” del cantón Baños de Agua Santa.

### **5.6 Disponibilidad**

El video promocional como estrategia de difusión basado en la experiencia turística de las personas que visitan las termas “El Salado”, estará disponible en la WEB en la página oficial del GAD de Baños de Agua Santa, en el siguiente enlace:

<https://fb.watch/auOEdvqyJK/>

## C. MATERIALES DE REFERENCIA

### Referencias Bibliográficas

- Acaro, D. Y. (2019). *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de FACULTAD DE INGENIERÍA EN GEOLOGÍA, MINAS, PETRÓLEOS Y AMBIENTAL: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18144/1/T-UCE-0012-FIG-090.pdf>
- Aefas. (23 de julio de 2018). *Termalismo Social*. Obtenido de Termalismo Social: <https://www.aefas.org/5-razones-para-disfrutar-del-termalismo-social/>
- Agila, K. E. (Agosto de 2017). Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17123/1/69692\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17123/1/69692_1.pdf)
- Aguilar, M. Y. (junio de 2016). *Universidad Zaragoza*. Obtenido de Análisis Descriptivo del Turismo de Salud: Visión Global del Termalismo en Aragón: <https://zaguan.unizar.es/record/57440/files/TAZ-TFG-2016-648.pdf?version=1>
- Arcos, F. J. (2015). *Turismo de salud: Termalismo y balnearios*. Obtenido de Turismo de salud: Termalismo y balnearios : [https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/122090/DDAFP\\_MelgosaArcos\\_Turismodesaludtermalismobalnearios.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/122090/DDAFP_MelgosaArcos_Turismodesaludtermalismobalnearios.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, E. R. (9 de diciembre de 2020). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-documental/>
- Arias, E. R. (10 de diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Arteaga, M. C. (agosto de 2015). Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16345/1/65011\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16345/1/65011_1.pdf)
- Baños, G. (2021). *Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal*. Obtenido de Canton de Baños de Agua Santa : [www.municipiobanos.gob](http://www.municipiobanos.gob)
- Bergara, D. S. (2016). *Tendencias, perfiles y motivaciones*. Obtenido de turismo de salud y de bienestar: [http://www.aept.org/archivos/documentos/informe\\_turismo\\_de\\_salud\\_y\\_bienestar\\_ostelea.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_de_salud_y_bienestar_ostelea.pdf)

- Bravo, R. J. (2017). Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13399/1/T-ESPE-057353.pdf>
- Caldaria. (7 de noviembre de 2018). *Caldaria Hoteles y Balnearios en Galicia*. Obtenido de Caldaria Hoteles y Balnearios en Galicia: <https://www.caldaria.es/beneficios-aguas-termales/>
- Caldaria. (6 de marzo de 2019). Obtenido de banerios y hoteles: <https://www.caldaria.es/tipos-de-aguas/#:~:text=Aguas%20fr%C3%ADas%20con%20temperaturas%20inferiores%20a%2020%C2%BAC.&text=Aguas%20hipertermales%20cuya%20temperatura%20supera,alcanzar%20incluso%20los%20150%C2%BAC.>
- Caldaria. (6 de marzo de 2019). *Hoteles y balnearios* . Obtenido de hoteles y balnearios : <https://www.caldaria.es/tipos-de-aguas/#:~:text=Aguas%20fr%C3%ADas%20con%20temperaturas%20inferiores%20a%2020%C2%BAC.&text=Aguas%20hipertermales%20cuya%20temperatura%20supera,alcanzar%20incluso%20los%20150%C2%BAC.>
- Carballo, R. (2014). *Universidad de las Palmas de Gran Canaria*. Obtenido de Experiencia Turística, Imagen, seguridad y centros culturales: [https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/13007/4/0707857\\_00000\\_0000.pdf](https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/13007/4/0707857_00000_0000.pdf)
- Cisneros, M. G. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la antropología del turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales . *Revista de turismo y patrimonio cultural* , 1-15. Obtenido de [http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118\\_13.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_13.pdf)
- Díaz, M. (6 de junio de 2019). *Marketing y turismo digital* . Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/#:~:text=Para%20Witt%20y%20Mouthino%20se,internacional%20con%20el%20objetivo%20de>

- Díaz, V. (2016). *UTMACH*. Obtenido de UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8982/1/ECUACE-2016-CA-CD00148.pdf>
- Francesch, A. (2014). Concepts of tourism: a review and an answer. *Gazeta de Antropologia* , 5.
- Fuentes, R. C. (julio de 2014). *Universidad de las Palmas de Gran Canaria* . Obtenido de Experiencia turística, imagen, seguridad y centros culturales : [https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/13007/4/0707857\\_00000\\_0000.pdf](https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/13007/4/0707857_00000_0000.pdf)
- Galarza, M. d. (marzo de 2016). *UNIVERSIDAD DE CUENCA* . Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24813/1/Tesis.pdf>
- Gorski, A. (20 de febrero de 2017). *Tipos de aguas minerales* . Obtenido de Ised.es: <https://www.ised.es/articulo/salud-ybienestar/tipos-de-aguas-mineromedicinales/>
- López, P. L. (2004). Población, Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, 09(08). Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Malagon, I. B. (jueves de mayo de 2018). *tecnica encuesta* . Obtenido de tecnica encuesta : <http://tecnicacuencast1.blogspot.com/2018/05/definicion-de-encuesta-se-denomina.html>
- Mouthino, W. y. (6 de junio de 2019). *marketing y turismo digital* . Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/>
- Naranjo, M. F. (2015). *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO*. Obtenido de ESTUDIO MICROBIOLÓGICO DE LAS AGUAS TERMALES: [http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4508/1/56T00572%20UDC TFC.pdf](http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4508/1/56T00572%20UDC%20TFC.pdf)
- Nueva, J. F. (Diciembre de 2020). *Universidad Católica de Pereira*. Obtenido de Uso de E-marketing en los prestadores del servicio de termalismo en el Municipio de: <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/7181/1/DDMPME46.pdf>

- OMT. (18 de marzo de 2021). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organization, W. T. (2019). *UNWTO*. Obtenido de tourism definitions : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Patricio, G. Y. (2019). “*TURISMO DE TERMALISMO Y BIENESTAR COMO MOTIVACIÓN*”. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/Guanoluisa%20Yano%20Diego%20Patricio%200503708422%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Guanoluisa%20Yano%20Diego%20Patricio%200503708422%20(2).pdf)
- Piel, O. (15 de enero de 2020). *Otra Piel* . Obtenido de Otra Piel : <https://www.otrapieldesign.com/post/experiencias-turisticas>
- Risco, A. A. (2020). *Universidad de Lima* . Obtenido de Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas: <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%20c3%a9mica%202020%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%20c3%b3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- School, T. M. (30 de octubre de 2020). *Marketing Turístico*. Obtenido de Marketing Turístico: <https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/marketing-turistico-posibilidades-para-las-empresas>
- Teixeira, R. (18 de febrero de 2015). *Mundo empresarial* . Obtenido de El termalismo: un poco de historia: <https://www.monempresarial.com/2015/02/18/el-termalismo-un-poco-de-historia/>
- Westreicher, G. (19 de mayo de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

**Anexo 1:** Oficio dirigido al alcalde de Baños de Agua Santa

Ambato, 22 de octubre de 2021

**Dr.**  
**Luis Eduardo Silva Luna**  
**ALCALDE DEL CANTÓN DE BAÑOS DE AGUA SANTA**  
**Presente:**

De mi consideración:

Yo, Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda, con cédula de identidad N° 1804847430 en calidad de estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Humanas y la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me permito dirigirme a usted de la manera más comedida para solicitar que se me autorice la ejecución del proyecto de investigación dentro del proceso de titulación, bajo el tema: **"LA EXPERIENCIA TURISTICA Y EL TERMALISMO EN BAÑOS DE AGUA SANTA"** y la facilidad para acceder a la información administrativa y de manejo de las aguas termales "El Salado", además me permito anexar el documento de la carta de compromiso para la respectiva validación (firma) por su autoridad .

Por la atención favorable que dé a la presente, anticipo mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente



.....  
**Toalombo Mazabanda Evelin Alexandra**  
**Estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de**  
**Ambato**  
**1804847430**

5914-E

MUNICIPAL BAÑOS DE AGUA SANTA  
UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN Y ARCHIVO  
RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS  
octa 22-10-2021 Hora 16:43  
UNIVERSITARIO David A. Solórzano  
Trámite

## Anexo 2: Carta de compromiso



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal  
Cantón Baños de Agua Santa

Oficio Nro. GADBAS-A-2021-0848-O

Baños de Agua Santa, 29 de octubre de 2021

**Asunto:** CARTA DE COMPROMISO

Doctor  
Marcelo Nuñez  
Presidente de la Unidad de Titulación Carrera de Turismo y Hotelería  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION-UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE AMBATO  
En su Despacho

De mi consideración:

A nombre de quienes hacemos el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baños de agua Santa, me es grato llegar con un cordial y atento saludo.

En mi calidad de Alcalde del Cantón Baños de Agua Santa, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el tema: "LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y EL TERMALISMO EN BAÑOS DE AGUA SANTA", propuesto por la estudiante Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda, portadora de la cédula de ciudadanía No. 1804847430, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Particular que pongo en conocimiento para los fines consiguientes.

Atentamente,

*Documento firmado electrónicamente*

Dr. Luis Eduardo Silva Luna  
**ALCALDE**

Copia:  
Señor Magister  
Ales Agustín Hernández Villacrés  
Director Administrativo

ng



LUIS  
EDUARDO

**Dirección**

Thomas Huillanca y Rocafuerte, Baños - Ecuador

\*Documento firmado electrónicamente por GADBA

**Teléfonos**

(593) 3 2741 321 / 2740 421

**Email**

gabtas@baños.gob.ec

**Web**

www.municipiobaños.gob.ec



### Anexo 3: Memorando para entrega de información



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal  
Cantón Baños de Agua Santa

Memorando Nro. GADBAS-A-2021-2592-M

Baños de Agua Santa, 29 de octubre de 2021

**PARA:** Sr. Mgs. Alex Agustín Hernández Villacrés  
Director Administrativo

Sr. Wilner Fabricio Zavala Mender  
Inspector de Servicios Municipal

Sr. Ing. Franklin Oswaldo Soria Villena  
Inspector de Servicios Municipales

Sr. Mgs. Crishtian Percy Varela Alarcon  
Director de Turismo

**ASUNTO:** ENTREGA DE INFORMACION PARA TRABAJO DE TITULACION

De mi consideración:

Es grato llegar con un cordial saludo.

Adjunto al presente remito a ustedes el oficio s/n, signado por la unidad de archivo como GADBAS-UDAG-2021-5914-E, de fecha 26 de octubre del presente año, enviado por la señorita Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato, quien solicita autorización para desarrollar el proyecto de investigación dentro del proceso de titulación sobre "La Experiencia Turística y el Termalismo en Baños de Agua Santa"; al respecto comunico a ustedes que se autoriza el pedido, disponiendo procedan a la entrega de la información pertinente a la prenombrada estudiante.

Por la gentil atención les agradezco.

Atentamente,

*Documento firmado electrónicamente*

Dr. Luis Eduardo Silva Luna  
ALCALDE

Referencia:  
- GADBAS-UDAG-2021-5914-E

Anexo:  
- udag-2021-5914-e.pdf

Copia:  
Sra. Evelin Alexandra Toalombo Mazabanda



Ricardo  
Llanos  
29-10-2021

0983202628  
direccionturismobanios@gmail.com

**Anexo 4:** Instrumento 1 para validación de la encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



**INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE LA ENCUESTA**

**TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACION: "LA EXPERIENCIA  
TURÍSTICA Y EL TERMALISMO EN BAÑOS DE AGUA SANTA"**

CRITERIOS	APRECIACION			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los ítems	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

**Apreciación:**

El documento es aplicable.

**Observaciones:**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable (  )      Aplicable después de corregir (  )      No aplicable (  )

**Validado por:** Mgs. Cristhian Varela    **Especialidad del evaluador:** Ing.  
Administración de Empresas Turísticas

**Cargo que desempeña:** Director de Turismo

**Fecha:** 24 de noviembre 2021



CRISTHIAN FRANCIS  
VARELA ALARCON

**Firma:**

Anexo 5: Instrumento 2 para validación de la encuesta.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



**INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE LA ENCUESTA**

**TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACION: "LA EXPERIENCIA  
TURÍSTICA Y EL TERMALISMO EN BAÑOS DE AGUA SANTA"**

CRITERIOS	APRECIACION			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	x			
Calidad de redacción de los ítems	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de aplicación	x			

**Apreciación: Análisis técnico**

**Observaciones: Que sea sometido a Alfa de Cronbach**

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable ( x )      Aplicable después de corregir ( )      No aplicable ( )

**Validado por:**

**Diego Fernando Melo F.**

**Especialidad del evaluador:**

**Hotelería**

**Cargo que desempeña: Docente Investigador**

**Fecha: 24/11/2021**



Escanea el código QR para:  
DIEGO  
FERNANDO MELO  
FIALLOS

**Firma:**

**Anexo 6:** Cuestionario dirigido a los turistas de Baños de Agua Santa y resultados



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**



**Tema de investigación:** “La experiencia turística y el termalismo en Baños de Agua Santa”

**Objetivo de la encuesta:** Determinar el nivel de satisfacción de los turistas que hacen uso de las termas “El Salado” del Cantón Baños de Agua Santa.

**Instrucciones:**

1. Este cuestionario está dirigido a los turistas que visitan las aguas termales “El Salado” del Cantón Baños de Agua Santa.
2. Las respuestas son para fines académicos por lo que se solicita absoluta sinceridad en sus respuestas.

**CUESTIONARIO**

**Datos demográficos:**

Género:            Masculino             Femenino   
 Rango de edad: 12 a 20             21 a 59             60 en adelante   
 Turista:            Nacional             Extranjero   
 Lugar de procedencia: .....

**Termalismo**

Preguntas	Indicadores de evaluación				
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. Las aguas termales “El Salado” son el principal atractivo turístico del Cantón Baños de Agua Santa					
2. Las aguas termales “El Salado” son saludables.					
3. Las aguas termales “El Salado” son limpios y libres de impurezas.					
4. Las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad.					

5. Las aguas termales ‘El Salado’ cuentan con todas las instalaciones para brindar un servicio de bienestar tomando en cuenta que su complemento son las piscinas de agua fría					
6. El barro proveniente de la mezcla de los minerales existentes en la tierra y utilizada como mascarilla y crema natural para el cuerpo siendo una alternativa mineromedicinal, es un motivo para acudir a las aguas termales ‘El Salado’					

### Experiencia turística

7. ¿A través de que medio publicitario se enteró sobre las aguas termales ‘El Salado’?

Prensa	
Familiares, conocidos	
Redes sociales	
Vallas publicitarias	
Volantes	

8. ¿Con qué frecuencia hace uso de las aguas termales ‘El Salado’ del Cantón de Baños de Agua Santa?

Primera vez	Una vez al mes	Dos veces al año	Cuatro veces al año	Seis veces al año

9. ¿Cuál es el motivo principal por el que usted hace uso de las aguas termales ‘El Salado’ del Cantón Baños de Agua Santa?

Por bienestar	Por salud	Por ocio	Por distracción	Por conocer

10. Según el motivo de uso de las aguas termales: ¿Considera usted que después de hacer uso de las aguas termales influyo positivamente en su bienestar y/o su salud?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

11. De los siguientes servicios que oferta las aguas termales "El Salado": ¿Cuáles ha utilizado con más frecuencia?

Las termas	
Piscinas de agua fría	
Barro	
Duchas	
Servicios higiénicos	
Administración	
Servicio de alimentos y bebidas	
Servicio de alquiler y venta de vestimenta para el ingreso a las termas	
Baño en el Río Bascún	

12. ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales "El Salado" contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

13. En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore?

Las termas	
Piscinas de agua fría	
Barro	
Duchas	
Servicios higiénicos	
Administración	
Servicio de alimentos y bebidas	

Servicio de alquiler y venta de vestimenta para el ingreso a las termas	
Baño en el Río Bascún	
Atención al cliente	
Marketing turístico	

14. ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del cantón Baños de Agua Santa?

Totalmente satisfecho	Muy satisfecho	Moderadamente satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho

15. ¿Recomendaría visitar las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón de Baños de Agua Santa con fines de salud y bienestar?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

¡Gracias por su colaboración!

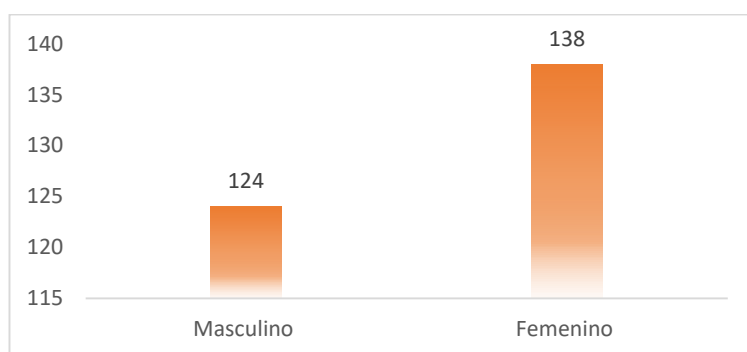
**Tabla 12.** Género de las personas encuestadas

Género	N.º de turistas	Porcentaje
Masculino	124	47.3%
Femenino	138	52.7%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 6.** Género de las personas encuestadas



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados que representa a las 262 respuestas el 52.7% que corresponde a 138 respuestas corresponden al número de visitas de género femenino, mientras que el 47.3% que corresponde a 124 encuestados son visitantes de género masculino.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas indican que el mayor número de visitantes son de género femenino tomando en cuenta que son ellas quienes visitan el lugar por hacer uso de la mascarilla de barro, mientras que el otro porcentaje es de género masculino quienes por motivos de trabajo u otras circunstancias no hacen uso de las termas de manera frecuente.



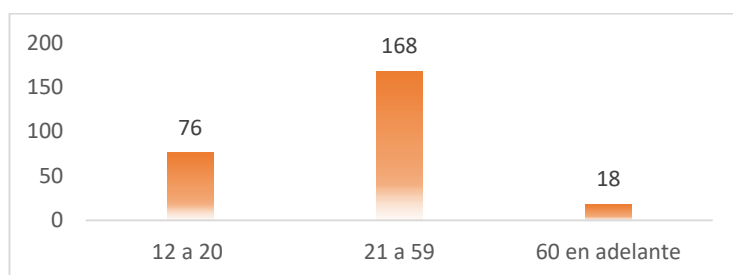
**Tabla 13. Rango de edad**

Rango de edad	N.º de turistas	Porcentaje
12 a 20	76	29%
21 a 59	168	64.1 %
60 en adelante	18	6.9%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 7. Rango de edad**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados que representa a las 262 respuestas el 64.1% que corresponde a 168 respuestas corresponden al número de visitantes en el rango de edad de 21 a 59, mientras que el 29% que corresponde a 76 encuestados son visitantes de 12 a 20 años, así mismo el 6.9% que representa a 18 encuestados corresponde a personas de 60 años en adelante.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas indican que el mayor número de personas que hacen uso de las aguas termales son personas que se encuentran dentro del rango de adultez quienes cuentan con trabajo y por ende tienen recursos económicos para solventar sus gastos y además son quienes sufren de alguna molestia o malestar en su cuerpo, mientras que el otro porcentaje corresponde a turistas jóvenes quienes visitan el lugar en compañía de sus padres quienes aún no pueden solventar sus gastos y por ende su afluencia es mínima, recalando que los mismos hacen visita de estas termas por diversión más no por bienestar, así mismo un porcentaje mínimo corresponde a personas de la tercera edad quienes sufren de alguna enfermedad y necesitan de una compañía con la que no siempre cuentan para hacer uso de las termas.

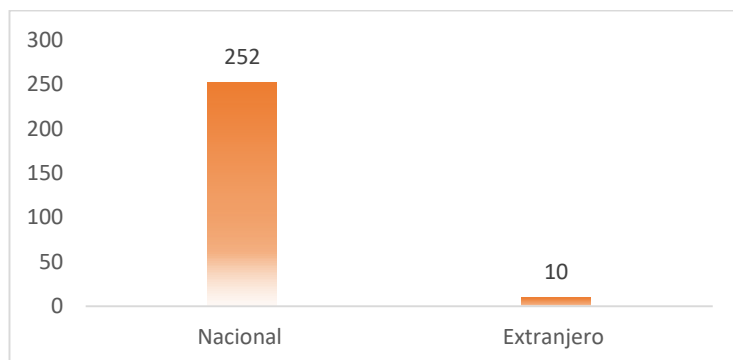
**Tabla 14.** Tipo de turista

Turista	N.º de turistas	Porcentaje
Nacional	252	96.2%
Extranjero	10	3.8%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 8.** Tipo de turista



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados que representa a las 262 respuestas el 96.2% que corresponde a 252 respuestas corresponden al número de visitantes nacionales, mientras que el 3.8% que corresponde a 10 encuestados son visitantes extranjeros.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas indican que el mayor número de personas que hacen uso de las aguas termales son turistas nacionales quienes conocen de las termas por opiniones de familiares o conocidos mientras que un dato mínimo son visitantes extranjeros, dato que es preocupante porque se evidencia la falta de promoción a nivel internacional.

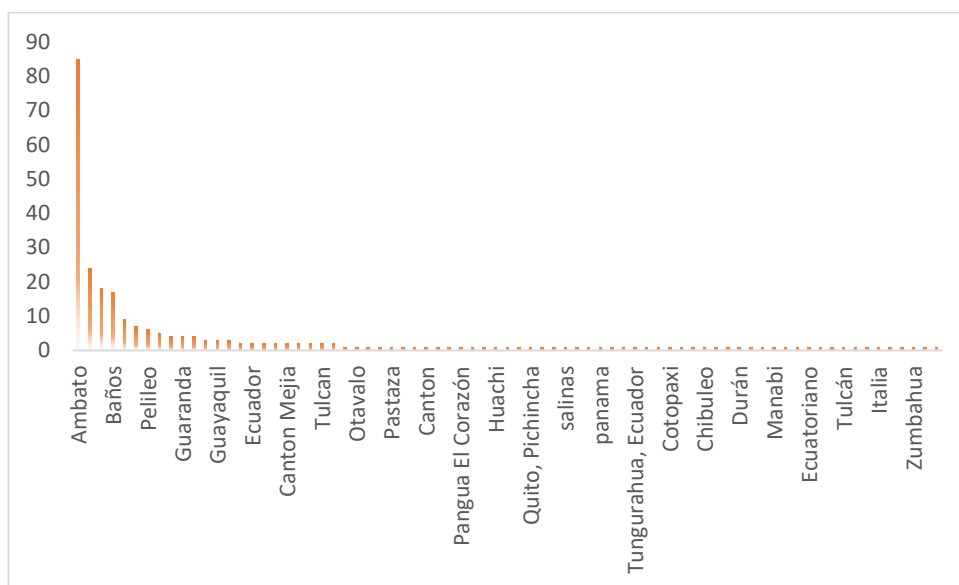
**Tabla 15.** Lugar de procedencia del turista

Lugar de residencia					
Ambato	99	Cantón Mejía	2	Colombia	1
Quito	27	Patate	2	Valencia	1
Latacunga	18	Tulcán	2	Cotopaxi	1
Baños	17	Santo Domingo de los Tsáchilas	2	Aguarico	1
Riobamba	9	Otavalo	1	Loreto	1
Tungurahua	7	España	1	Durán	2
Pelileo	6	Pastaza	1	Machala	1
Salcedo	5	Galápagos	1	Alobamba	1
Cevallos	4	Quero	1	Manabí	1
Guaranda	4	Cantón	1	Riobamba	1
Cayambe	4	Nashville USA	1	México	1
Cuenca	3	Alemania	1	Tulcán	1
Guayaquil	4	Pangua El Corazón	1	Inglaterra	1
Mocha	3	Colta	1	Italia	1
Pillaro	2	Argentina	1	Ulba	1
Ecuador	5	Salinas	1	Zumbahua	1
Puyo	2	Orellana	1	La Maná	1
Rio verde	2	Panamá	1	Lago Agrio	1

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 9.** Lugar de procedencia del turista



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

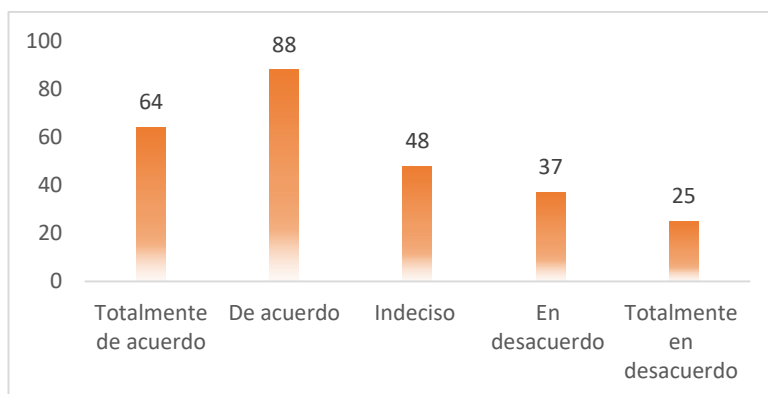
**Tabla 16.** Las aguas termales "El Salado" son el principal atractivo turístico del Cantón Baños de Agua Santa

Pregunta 1	N.º de turistas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	64	24.4%
De acuerdo	88	33.6%
Indeciso	48	18.3%
En desacuerdo	37	14.1%
Totalmente en desacuerdo	25	9.5%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 10.** Las aguas termales "El Salado" son el principal atractivo turístico del Cantón Baños de Agua Santa



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados que representa a las 262 respuestas el 33.6% que corresponde a 88 mencionan que las termas ‘‘El Salado’’ son el principal atractivo de la ciudad, mientras que el 24.4% que representa a 64 encuestados mencionan estar totalmente de acuerdo con la interrogativa propuesta, así mismo el 18.3% que corresponde a 48 personas desconocen de cuáles son los principales atractivos de la ciudad, el 14.1% que representa a 37 encuestados mencionan que están en desacuerdo puesto que no es el principal atractivo, finalmente el 9.5% que corresponde a 25 encuestados mencionan estar totalmente en desacuerdo con el ítem planteado.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos según las encuestas realizadas indican que la mayoría de la población está de acuerdo que las aguas termales ‘‘El Salado’’ son el principal atractivo turístico de la ciudad esto debido a que la mayoría de los encuestados hacen uso únicamente de las aguas termales más no visitan otros atractivos turísticos esto por motivo de bienestar y salud, un bajo porcentaje no conoce sobre el ítem planteado debido a que es su primera vez visitando la ciudad y no conocen de más atractivos turísticos, así mismo es importante recalcar que una población está en desacuerdo ya que en Baños de Agua Santa existen diferente oferta turística por lo que las aguas termales no son consideradas como el principal atractivo turístico de la ciudad.

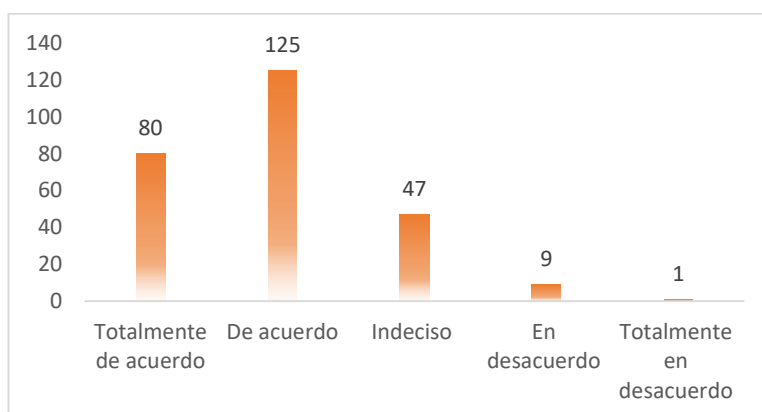
*Tabla 17. Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son saludables.*

Pregunta 2	N.º de turistas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	80	30.5%
De acuerdo	125	47.7%
Indeciso	47	17.9%
En desacuerdo	9	3.4%
Totalmente en desacuerdo	1	0.4%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 11.** Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son saludables



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados que corresponde a 262 respuestas se conoce que el 47.7% que corresponde a 125 encuestados mencionan estar de acuerdo con el ítem planteado debido a que consideran que las aguas termales son saludables, mientras que el 30.5% que representa a 80 respuestas están totalmente de acuerdo ya que el hacer uso de las aguas termales ha mejorado notablemente con su salud, el 17.9% que representa a 47 respuestas no tiene conocimiento sobre el ítem planteado, así mismo el 3.4% que corresponde a 9 respuestas se encuentran en desacuerdo, finalmente el 0.4% que representa a 1 respuesta se encuentra en total desacuerdo con el interrogante planteado.

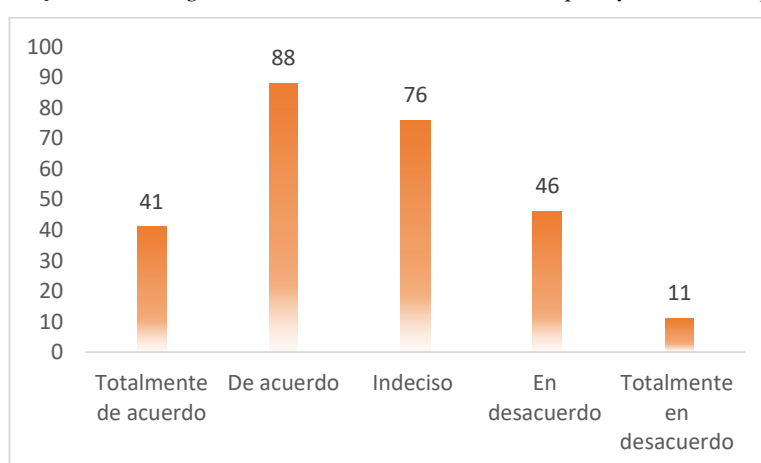
**Interpretación:** Los resultados obtenidos indican que las aguas termales son saludables para un alto porcentaje de turistas debido a que las mismas han ayudado a disminuir diferentes dolencias o malestares ya que las aguas termales contienen diferentes minerales que ayuda a restablecer el cuerpo de la persona quien hace uso de ella, un bajo porcentaje está en desacuerdo con el ítem planteado puesto que probablemente son personas que están visitando el lugar por primera vez y aún no pueden notar los beneficios tanto de salud como de bienestar que este atractivo turístico les ofrece.

**Tabla 18.** Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son limpias y libres de impurezas

<b>Pregunta 3</b>	<b>N.º de turistas</b>	<b>Porcentajes</b>
Totalmente de acuerdo	41	15.6%
De acuerdo	88	33.6%
Indeciso	76	29%
En desacuerdo	46	17.6%
Totalmente en desacuerdo	11	4.2%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa  
**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 12.** Las aguas termales ‘‘El Salado’’ son limpias y libres de impurezas



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa  
**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados el 33.6% que corresponde a 88 respuestas mencionan estar de acuerdo en que las aguas termales ‘‘El Salado’’ son limpias y libres de impurezas, el 29% que representa a 76 encuestados desconocen del estado de las aguas termales, así mismo el 17.6% que corresponde a 46 encuestados mencionan que las aguas termales no son muy limpias y si contienen impurezas, así mismo el 15.6% que representan a 41 encuestados mencionan que las aguas termales son totalmente limpias y libres de impurezas, además el 4.2% que representa a 11 encuestados manifiestan que están totalmente en desacuerdo que las aguas termales son limpias libres de impurezas.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos muestran que la población encuestada (88 respuestas) consideran que la calidad del agua de las termas ‘‘El Salado’’ son limpias y libres de impurezas durante las horas de la mañana y gracias al mantenimiento y proceso de limpieza ejecutado por los prestadores de este servicio, al mismo tiempo,

un porcentaje significativo desconoce del tema abordado en la encuesta. Sumados los porcentajes (17.6% y 4.2%) constituyen un dato preocupante ya que esta población considera que las aguas termales no son completamente limpias y se pueden encontrar residuos sólidos (impurezas de la piel), problemática evidenciada en horas de la tarde durante todos los días que se presta el servicio y a la aglomeración de turistas.

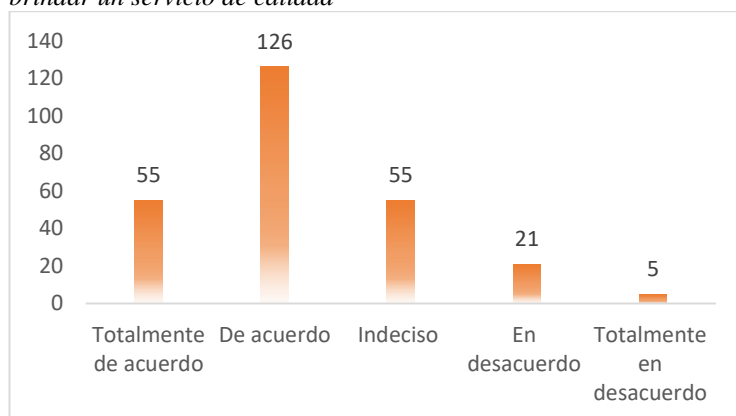
**Tabla 19.** Las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad

Pregunta 4	N.º de turistas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	55	21%
De acuerdo	126	48.1%
Indeciso	55	21%
En desacuerdo	21	8%
Totalmente en desacuerdo	5	1.9%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 13.** Las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados el 48.1% que corresponde a 126 respuestas mencionan estar de acuerdo en que las aguas termales “El Salado” cuenta con todas las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad, el 21% que representa a 55 encuestados desconocen de las instalaciones del mismo, así mismo el 21% que corresponde a 55 encuestados mencionan que están totalmente de acuerdo que las termas tienen las instalaciones necesarias, el 8% que representa a 21 encuestados mencionan que están en desacuerdo, además el 1.9% que representa a 5 encuestados



manifiestan que las aguas termales “El Salado” no cuentan con las instalaciones necesarias para brindar un servicio de calidad.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos muestran que la población encuestada (181 respuestas) consideran que las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones necesarias las mismas que han ayudado a brindar un servicio de calidad, esto gracias a la colaboración del personal quien trabaja en el mantenimiento del lugar teniendo instalaciones en perfectas condiciones para su uso, así mismo un porcentaje constituye un dato preocupante debido a que los encuestados consideran que las termas no tienen las instalaciones adecuadas para el uso de los turistas debido a que esta falencia no ayuda a brindar un servicio de excelencia.

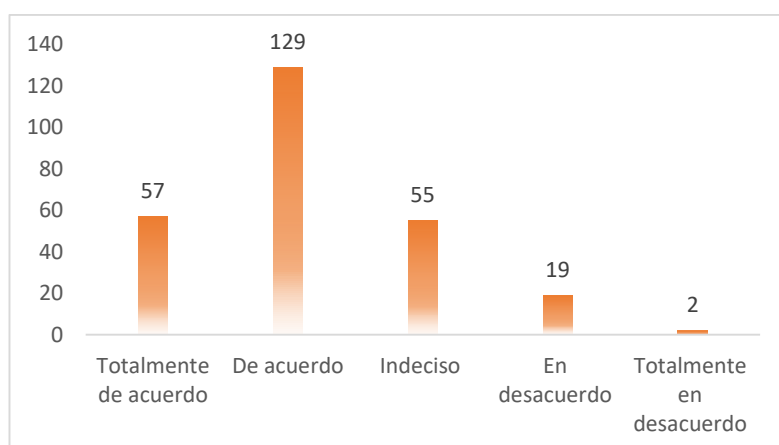
**Tabla 20.** Las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones para brindar un servicio de bienestar tomando en cuenta que su complemento son las piscinas de agua fría

Pregunta 5	N.º de turistas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	57	21.8%
De acuerdo	129	49.2%
Indeciso	55	21%
En desacuerdo	19	7.3%
Totalmente en desacuerdo	2	0.8%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 14.** Las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones para brindar un servicio de bienestar tomando en cuenta que su complemento son las piscinas de agua fría



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados que corresponde a 262 respuestas indica que el 49.2% que representa a 129 respuestas mencionan estar de acuerdo, el 21.8% que corresponde a 57 encuestados mencionan estar totalmente de acuerdo con la interrogante propuesta, así mismo el 21% que corresponde a 55 respuestas desconoce del tema, el 7.3% que representa a 19 encuestados se encuentran en desacuerdo, finalmente el 0.8% que representa a 2 respuestas están totalmente en desacuerdo con la interrogante propuesta.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos muestran que las aguas termales “El Salado” cuentan con todas las instalaciones para brindar un servicio de bienestar siendo un servicio complementario las piscinas de agua fría, esto debido a que al hacer uso de la piscina de agua termal seguidamente de la piscina de agua fría ha sido una terapia que ha ayudado mucho al turista a aliviar diferentes dolencias y malestares, de la misma manera otra población encuestada menciona que desconoce de la interrogante propuesta, cabe recalcar que un porcentaje mínimo no se encuentra de acuerdo puesto que muchas de las veces los turistas únicamente hacen uso de las piscinas de agua termal más no de las piscinas de agua fría es por eso que no han notado reacciones positivas en su cuerpo.

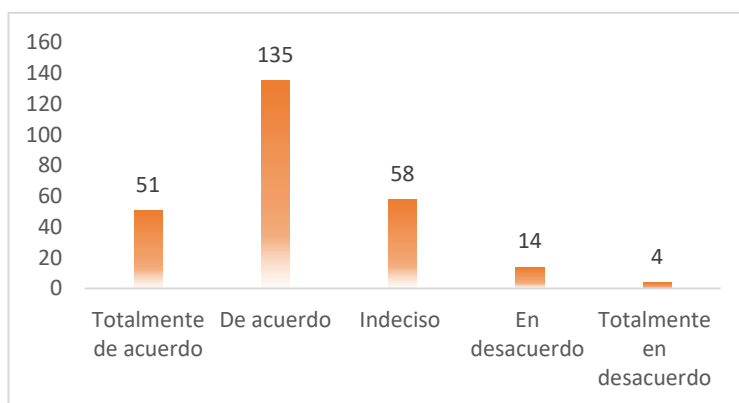
*Tabla 21. El barro proveniente de la mezcla de los minerales existentes en la tierra y utilizada como mascarilla y crema natural para el cuerpo siendo una alternativa mineromedicinal, es un motivo para acudir a las aguas termales “El Salado”*

Pregunta 6	N.º de turistas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	51	19.5%
De acuerdo	135	51.5%
Indeciso	58	22.1%
En desacuerdo	14	5.3%
Totalmente en desacuerdo	4	1.5%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 15.** El barro proveniente de la mezcla de los minerales existentes en la tierra y utilizada como mascarilla y crema natural para el cuerpo siendo una alternativa mineromedicinal, es un motivo para acudir a las aguas termales ‘‘El Salado’’



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados que corresponde a 262 respuestas indica que el 51.5% que representa a 135 respuestas mencionan estar de acuerdo debido a que este servicio de barro es el motivo principal para visitar este atractivo, el 19.5% que corresponde a 51 encuestados mencionan estar totalmente de acuerdo con la interrogante propuesta, así mismo el 22.1% que corresponde a 58 respuestas desconoce del tema, el 5.3% que representa a 14 encuestados se encuentran en desacuerdo, finalmente el 1.5% que representa a 4 respuestas están totalmente ya que el barro no es principal motivo de visita.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas indican que un alto porcentaje visita este atractivo turístico por motiva de hacer uso del barro y disfrutar de sus beneficios siendo en mayor rango el género femenino a quien le gusta mayormente realizarse diferentes tipos de mascarilla con el objetivo de cuidar su piel, el otro porcentaje indica se encuentra indeciso al momento de emitir su criterio debido a que no conocen que se oferta este servicio, entre la población que se encuentra en desacuerdo y totalmente en desacuerdo suman 6.8% misma valoración que indica que el barro que contiene propiedades minero medicinales no es el principal motivo para visitar las termas ‘‘El Salado’’

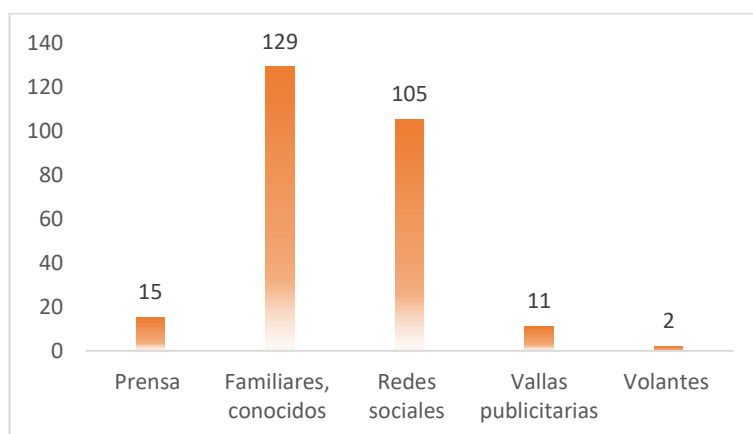
**Tabla 22.** ¿A través de que medio se enteró sobre las aguas termales “El Salado”?

Pregunta 7	N.º de turistas	Porcentaje
Prensa	15	5.7%
Familiares, conocidos	129	49.2%
Redes sociales	105	40.1%
Vallas publicitarias	11	4.2%
Volantes	2	0.8%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 16.** ¿A través de que medio se enteró sobre las aguas termales “El Salado”?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Con los datos recolectados se obtiene que del 100% el 49.2% que corresponde a 129 respuestas han conocido de las termas por medio de familiares y conocidos, el 40.1% que corresponde a 105 respuestas mencionan que se enteraron por medio de redes sociales, el 5.7% que representa a 15 encuestados conocen de las termas por medio de la prensa, mientras que el 4.2% que representa a 11 respuestas indican que conoce de las termas por vallas publicitarias, finalmente el 0.8% que corresponde a 2 respuestas conocen de las termas gracias a volantes.

**Interpretación:** La información recolectada frente a la interrogante propuesta indica que una mayor población conoce de las termas por recomendaciones, criterios personales de sus familiares y conocidos quienes han visitado el lugar con anterioridad y han sentido efectos positivos, mientras que otra parte mencionan que conocen del

atractivo por medio de las redes sociales debido a que en la actualidad muchos estamos inmersos dentro de las nuevas tecnologías las misma que ha permitido el intercambio de información, así mismo un bajo porcentaje conoce del lugar por medio de prensa, vallas publicitarias y volantes lo que indica que es necesario trabajar más en la promoción del atractivo turístico.

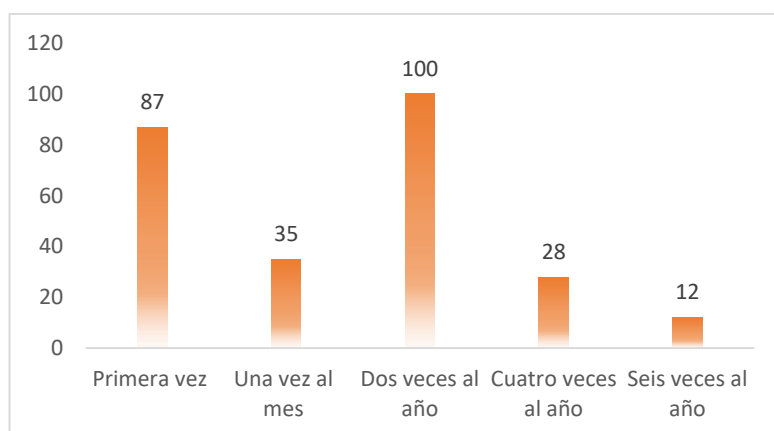
**Tabla 23.** ¿Con qué frecuencia hace uso de las aguas termales “El Salado” del Cantón de Baños de Agua Santa?

Pregunta 8	N.º de turistas	Porcentajes
Primera vez	87	33.2%
Una vez al mes	35	13.4%
Dos veces al año	100	38.2%
Cuatro veces al año	28	10.7%
Seis veces al año	12	4.6%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 17.** ¿Con qué frecuencia hace uso de las aguas termales “El Salado” del Cantón de Baños de Agua Santa?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Con los datos recolectados se obtiene que del 100%, el 38.2% que corresponde a 100 respuestas frecuentan las termas dos veces al año, el 33.2% que corresponde a 87 respuestas mencionan que es su primera vez en el atractivo, el 13.4% que representa a 35 encuestados manifiestan que visitan las termas una vez al mes mientras que el 10.7% que representa a 28 respuestas indican que visitan el atractivo

cuatro veces al año, finalmente el 4.6% que corresponde a 12 respuestas mencionan que visitan el lugar seis veces al año.

**Interpretación:** Con la información obtenida se puede conocer que la afluencia de turistas no es grande puesto que las personas encuestadas en su mayoría solo visitan el lugar dos veces al año una de las causas podría ser la falta de promoción por consiguiente no conocen de los beneficios que este atractivo turístico ofrece.

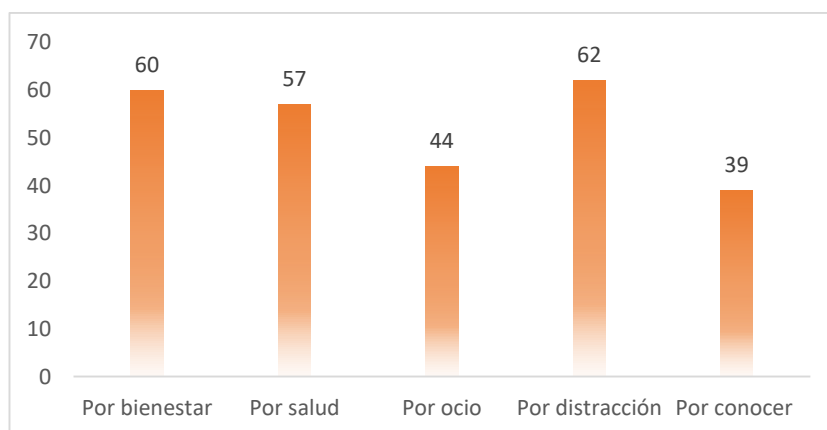
**Tabla 24.** ¿Cuál es el motivo principal por el que usted hace uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón Baños de Agua Santa?

Pregunta 9	N.º de turistas	Porcentaje
Por bienestar	60	22.9%
Por salud	57	21.8%
Por ocio	44	16.8%
Por distracción	62	23.7%
Por conocer	39	14.9%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 18.** ¿Cuál es el motivo principal por el que usted hace uso de las aguas termales ‘‘El Salado’’ del Cantón Baños de Agua Santa?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados el 23.7% que corresponde a 62 respuestas mencionan que el motivo principal por el cual visitan las termas es por distracción, el 22.9% que representa a 60 respuestas mencionan que visitan el lugar por bienestar, así mismo el 21.8% que corresponde a 57 encuestados mencionan que el motivo principal

para visitar las aguas termales es por mejorar su salud, el 16.8% que representa a 44 respuestas mencionan que frecuentan el lugar por ocio, además el 14.9% que representa a 39 encuestados manifiestan que frecuentan el atractivo por conocer más de las aguas termales.

**Interpretación:** De acuerdo con los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas se conoce que un alto porcentaje de turistas hacen uso de las aguas termales por diferentes motivos puesto que son los turistas que no tienen claro todos los beneficios que tiene las termas ‘El Salado’, mientras que otro porcentaje si hace uso de las aguas termales por motivo de salud y bienestar puesto que son turistas que conocen de sus beneficios y por ende han sentido mejora en su salud.

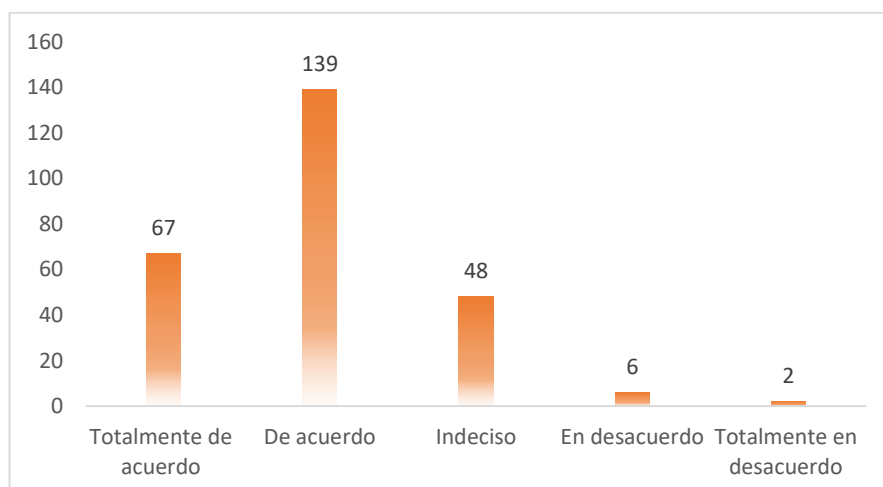
**Tabla 25.** Según el motivo de uso de las aguas termales: ¿Considera usted que después de hacer uso de las aguas termales influyo positivamente en su bienestar y/o su salud?

Pregunta 10	N.º de turistas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	67	25.6%
De acuerdo	139	53.1%
Indeciso	48	18.3%
En desacuerdo	6	2.3%
Totalmente en desacuerdo	2	0.8%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 19.** Según el motivo de uso de las aguas termales: ¿Considera usted que después de hacer uso de las aguas termales influyo positivamente en su bienestar y/o su salud?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** La información recolecta frente a la siguiente interrogante indica que del 100% de encuestados el 53.1% que corresponde a 139 respuestas mencionan estar de acuerdo ya que si ha influido en su salud de manera positiva, el 25.6% que corresponde a 67 respuestas mencionan estar totalmente de acuerdo con la interrogante propuesta, mientras que el 18.3% que corresponde a 48 respuestas mencionan desconocer del tema, el 2.3% que corresponde a 6 respuestas mencionan estar en desacuerdo, así mismo el 0.8% que corresponde a 2 encuestados mencionan estar en total desacuerdo.

**Interpretación:** Según los datos obtenidos el 78.7% menciona que uno de los principales motivos para realizar la visita a las termas es su salud y bienestar ya que han sentido una mejora positiva y han mejorado su calidad de vida puesto que al hacer uso de las termas les ha ayudado a calmar diferentes dolencias y enfermedades, mientras que otro porcentaje mínimo no tiene conocimiento sobre la interrogante propuesta, un bajo porcentaje se encuentra en desacuerdo con la interrogante ya que quizá son turistas que han realizado su visita por una sola vez.

*Tabla 26. De los siguientes servicios que oferta las aguas termales ‘‘El Salado’’: ¿Cuáles ha utilizado con más frecuencia?*

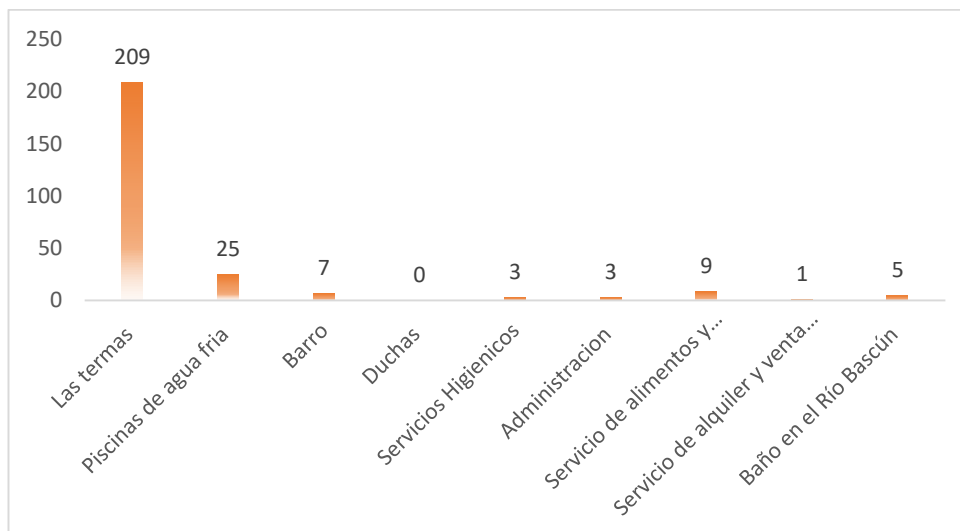
<b>Pregunta 11</b>	<b>N.º de turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Las termas	209	79.8%
Piscinas de agua fría	25	9.5%
Barro	7	2.7%
Duchas	0	0%
Servicios higiénicos	3	1.1%
Administración	3	1.1%
Servicio de alimentos y bebidas	9	3.4%
Servicio de alquiler y venta de vestimenta	1	0.4%
Baño en el Río Bascún	5	1.9%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)



**Gráfico 20.** De los siguientes servicios que oferta las aguas termales ‘‘El Salado’’: ¿Cuáles ha utilizado con más frecuencia?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Según los datos obtenidos del 100% de encuestados, el 79.8% que representa a 209 respuestas mencionan que las termas son el principal servicio que se usa, el 9.5% que corresponde a 25 respuestas usan con más frecuencia las piscinas de agua fría, 3.4% que corresponde a 9 encuestados hacen uso del servicio de alimentos y bebidas, el 2.7% que representa a 7 respuestas mencionan que visitan el lugar por hacer uso del barro, mientras que el 1.9% que representa a 5 respuestas mencionan se toman un baño en el río Bascún, finalmente el 1.1% mencionan que hacen uso de los servicios higiénicos y de la administración.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos se indica que el mayor porcentaje de turistas que visitan el atractivo uno de sus principales servicios que más utilizan con frecuencia son las piscinas de agua termal, mientras que, otro porcentaje mencionan que hacen uso de las piscinas de agua fría tomando en cuenta que muchas de las terapias que aquí se realizan consta de estar dentro de las termas seguidamente de las termas y viceversa, otro servicios utilizado con más frecuencia es hacer uso del barro ya que al contener diferentes minerales es una excelente mascarilla facial, mientras que los demás servicios no son utilizados con gran frecuencia.

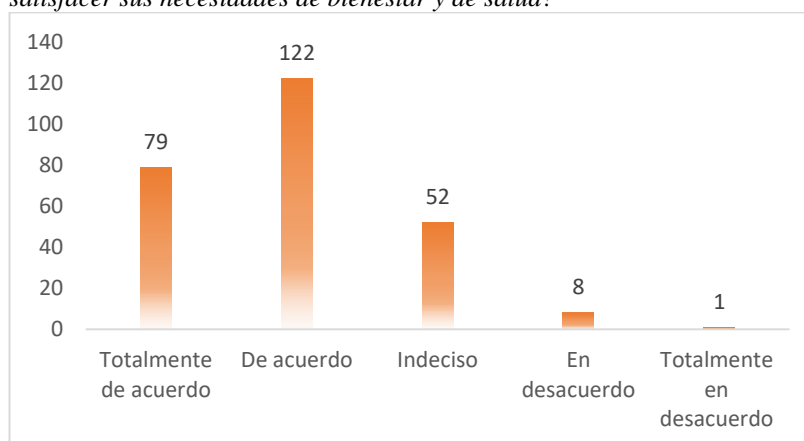
**Tabla 27.** ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales ‘‘El Salado’’ contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud?

<b>Pregunta 12</b>	<b>N.º de turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	79	30.2%
De acuerdo	122	46.6%
Indeciso	52	19.8%
En desacuerdo	8	3.1%
Totalmente en desacuerdo	1	0.4%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 21.** ¿Cree usted que los servicios ofertados en las aguas termales ‘‘El Salado’’ contribuyen a satisfacer sus necesidades de bienestar y de salud?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados el 46.6% que corresponde a 122 respuestas mencionan estar de acuerdo en que los servicios ofertados ya que han ayudado a satisfacer sus necesidades de bienestar y salud en las aguas termales ‘‘El Salado’’, el 30.2% que representa a 79 respuestas mencionan estar totalmente de acuerdo con todos los servicios ofertados, así mismo el 19.8% que corresponde a 52 encuestados mencionan desconocer sobre si los servicios ofertados han ayudado a satisfacer sus necesidades de bienestar y salud, el 3.1% que representa a 8 respuestas mencionan que los servicios de las aguas termales no les ha ayudado a mejorar su bienestar y salud, además el 0.4% que representa a 1 encuestado manifiesta que están totalmente en desacuerdo con la interrogante propuesta.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos mediante encuestas se conoce que un alto porcentaje de turistas se encuentran satisfechos con todos los servicios ofertados ya que los mismo han ayudado a satisfacer sus necesidades de bienestar y

salud teniendo en cuenta que los servicios que se prestan son los adecuados para su uso, mientras que 52 personas encuestadas no tienen conocimiento sobre la interrogante propuesta tomando en cuenta que varias de ellas son personas que visitan el lugar por primera vez, así mismo un bajo porcentaje no se ha sentido a gusto con los servicios ofertados.

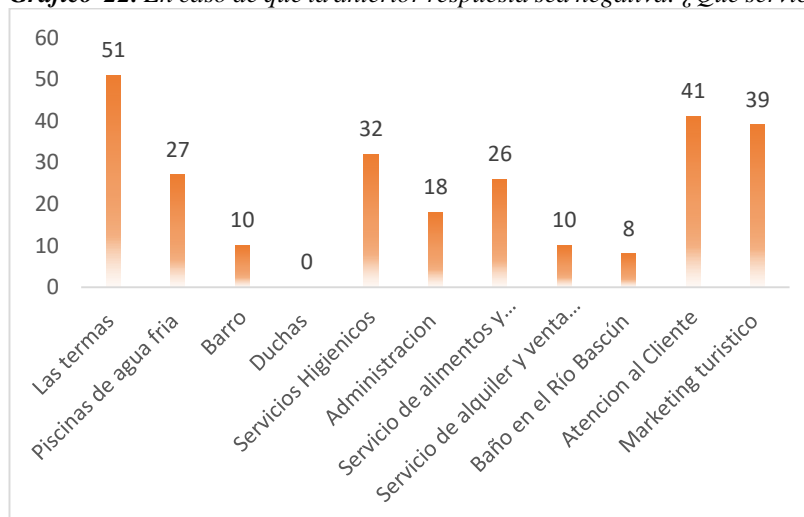
**Tabla 28.** En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore?

<b>Pregunta 13</b>	<b>N.º de turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Las termas	51	19.5%
Piscinas de agua fría	27	10.3%
Barro	10	3.8%
Duchas	0	0%
Servicios Higiénicos	32	12.2%
Administración	18	6.9%
Servicio de alimentos y bebidas	26	9.9%
Servicio de alquiler y venta de vestimenta	10	3.8%
Baño en el Río Bascún	8	3.1%
Atención al Cliente	41	15.6%
Marketing turístico	39	14.9%
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 22.** En caso de que la anterior respuesta sea negativa: ¿Qué servicio recomendaría se mejore?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados el 19.5% que corresponde a 51 respuestas mencionan que se debe mejorar las termas, el 15.6% que representa a 41 encuestados manifiestan que se debe dar una mejor atención al cliente, el 14.9% que corresponde

a 39 encuestados mencionan que se debe trabajar en el marketing turístico, el 12.2% que representa a 32 respuestas consideran que se debe mejorar los servicios higiénicos, así mismo el 10.3% que corresponde a 27 encuestados recomiendan mejorar las piscinas de agua fría, el 9.9% que representa a 26 encuestados manifiestan que se debe mejorar el servicio de alimentos y bebidas, el 6.9% que corresponde a 18 respuestas recomiendan mejorar la administración, el 3.8% que corresponde a 10 encuestados manifiestan que se debe mejorar el servicio del bar, el 3.8% que representa a 10 respuestas recomiendan se mejore el servicio de alquiler y venta de vestimenta, mientras que el 3.1% que corresponde a 8 respuestas manifiestan se debe mejorar el servicio de baño en el Río Bascún.

**Interpretación:** Según los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas se evidencia que se debe mejorar todos los servicios con los que cuenta las aguas termales “El Salado” uno de los servicios que más demanda tiene son las termas las mismas que consideran deberían ser de más profundidad porque muchos turistas buscan nadar sumergiéndose esto debido que actualmente las termas no son tan profundas al igual que las piscinas de agua fría, algo muy preocupante es que el turista manifiesta que se debe mejorar la atención al cliente puesto que el personal debe ser más cordial con las personas que hacen uso de las mismas, además es muy importante recalcar que la promoción o el marketing turístico no es el adecuado puesto que la mayor cantidad de turistas conoce las termas por comentarios de familiares o conocidos entonces es necesario realizar promoción a través de redes sociales, prensa entre otros medios que faciliten al turista la llegada a dicho atractivo, así mismo un gran porcentaje menciona que se debe mantener más limpieza dentro de los servicios higiénicos, al su vez también es necesario incluir menús que los turistas se puedan servir ya que en el bar únicamente se puede encontrar dulces, snacks, mas no una carta en la que se ofrezca desayunos, almuerzos y meriendas tomando en cuenta que la atención de las termas es desde la madrugada hasta horas de la noche, mientras que otro porcentaje de turistas recomiendan se mejore la administración es decir dar más seguridad a sus pertenencias ya que este es el lugar donde el turista deja todos sus objetos y vestimenta, así mismo se recomienda que el bar que se obtiene de las tuberías sean de uso gratuito del turista ya que el mismo se vende, es importante también adecuar un sitio seguro para que el turista pueda bañarse en el río Bascún.

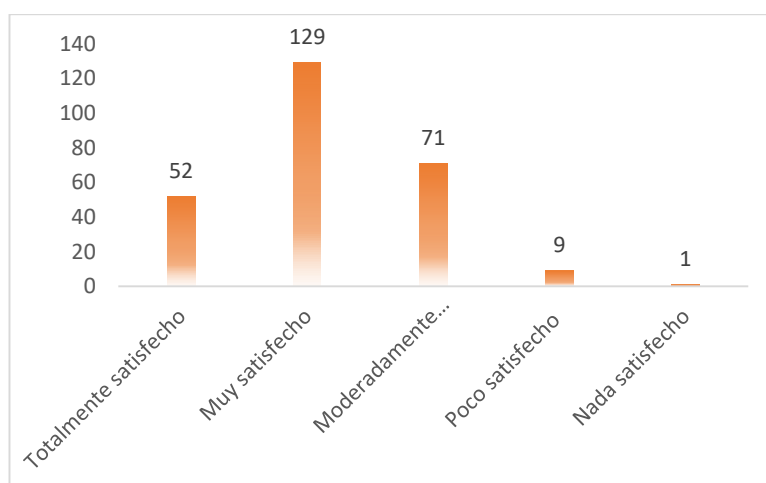
**Tabla 29.** ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘El Salado’ del cantón Baños de Agua Santa?

Pregunta 14	N.º de turistas	Porcentajes
Totalmente satisfecho	52	19.8%
Muy satisfecho	129	49.2%
Moderadamente satisfecho	71	27.1%
Poco satisfecho	9	3.4%
Nada satisfecho	1	0.4%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 23.** ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción después de hacer uso de las aguas termales ‘El Salado’ del cantón Baños de Agua Santa?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados el 49.2% que corresponde a 129 respuestas mencionan que están muy satisfechos después de hacer uso de las aguas termales ‘El Salado’, el 19.8% que representa a 52 respuestas mencionan estar totalmente satisfechos, así mismo el 27.1% que corresponde a 71 encuestados mencionan estar moderadamente satisfechos, el 3.4% que representa a 9 respuestas mencionan que se sienten poco satisfechos, además el 0.4% que representa a 1 encuestado manifiesta que no se siente satisfecho de hacer uso de las aguas termales.

**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos muestran que la población encuestada (181 respuestas) manifiestan que se sienten satisfechos después de hacer uso de las termas teniendo en cuenta que estas termas han sido de gran ayuda para aliviar algunos de sus dolores y enfermedades mientras que el otro porcentaje

mencionan que están medianamente satisfechos quizá porque aún no han notado los efectos curativos que estas termas tienen cabe recalcar que un porcentaje mínimo menciona que se siente insatisfecho después de haber hecho uso de estas termas.

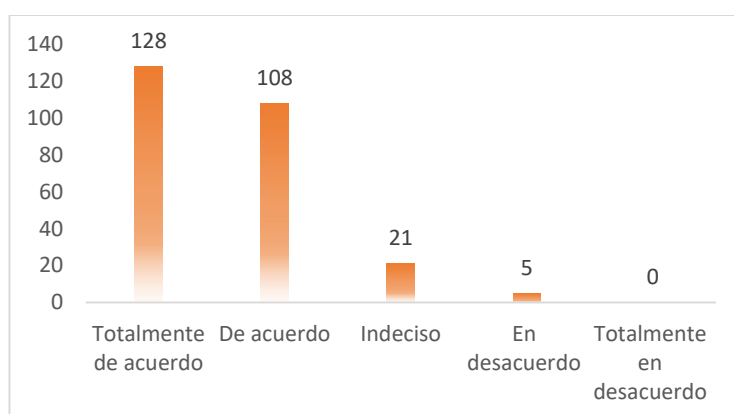
**Tabla 30.** ¿Recomendaría visitar las aguas termales “El Salado” del Cantón de Baños de Agua Santa con fines de salud y bienestar?

Pregunta 15	N.º de turistas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	128	48.9%
De acuerdo	108	41.2%
Indeciso	21	8%
En desacuerdo	5	1.9%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	262	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Gráfico 24.** ¿Recomendaría visitar las aguas termales “El Salado” del Cantón de Baños de Agua Santa con fines de salud y bienestar?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los turistas de la ciudad de Baños de Agua Santa

**Elaborado por:** Toalombo Evelin (2021)

**Análisis:** Del 100% de encuestados que corresponde a 262 respuestas, el 48.9% que corresponde a 128 respuestas menciona que está totalmente de acuerdo en dar su recomendación para que otras personas visiten las termas con fines de salud y bienestar, el 41.2% que representa 108 respuestas indican estar de acuerdo con la interrogante propuesta, así mismo el 8% que representa a 21 encuestados mencionan estar indecisos, mientras que el 1.9% que representa a 5 respuestas indican estar en desacuerdo con el ítem propuesto.

**Interpretación:** del total de población encuestada, se puede apreciar que la mayoría de personas se encuentran en total acuerdo con realizar recomendación para que demás personas visité este centro turístico con la finalidad de mejorar su bienestar y salud puesto que las personas que han visitado este atractivo han sentido la mejora en su cuerpo y son quienes manifiestan su satisfacción con otras personas, mientras que existen turistas que desconocen de los beneficios de las aguas termales por lo que no se encuentran dispuestos a hacer dicha recomendación, de la misma manera una pequeña población indica estar totalmente en desacuerdo, los motivos pueden ser desconocimiento del tema o porque no visitan las termas de manera frecuente.

