



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista

Tema:

“Caracterización de la oferta de los atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa Ecuador”

Autor: Hidalgo Guamán, Byron Sebastián

Tutor: Econ. Martínez Mesías, Juan Pablo

Ambato – Ecuador

2024

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Econ. Juan Pablo Martínez Mesías con cédula de ciudadanía No. 180327655-7, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA ECUADOR”**, desarrollado por Byron Sebastián Hidalgo Guamán, de la Carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Febrero 2024.

TUTOR



Econ. Juan Pablo Martínez Mesías

C.C. 180327655-7

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Byron Sebastián Hidalgo Guamán con cédula de ciudadanía No. 1805489448, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA ECUADOR”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Febrero 2024

AUTOR

.....


Byron Sebastián Hidalgo Guamán

C.C. 180548948

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Febrero 2024

AUTOR




Byron Sebastián Hidalgo Guamán

C.C. 1805489448

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

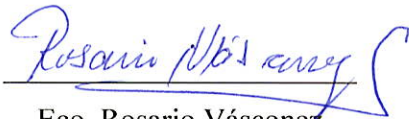
El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: **“CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA ECUADOR”**, elaborado por Byron Sebastián Hidalgo Guamán, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Febrero 2024



Dra. Tatiana Valle Ph. D.

PRESIDENTE



Eco. Rosario Vásconez

MIEMBRO CALIFICADOR



Ing. Oscar López

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fortaleza y sabiduría necesaria para llegar a esta inolvidable instancia de mi vida.

A mis queridos padres Martha y Rafael quienes fueron mi mayor fortaleza y motivación para cumplir con este objetivo soñado y de gran importancia para mí, simplemente gracias por brindarme la oportunidad de superarme.

A mis hermanos por su apoyo incondicional, que fue muy importante durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento, gracias.

Byron Sebastián Hidalgo Guamán

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy especial a la prestigiosa “Universidad Técnica de Ambato”, por brindarme la oportunidad de haberme formado una educación de excelencia.

A mis amigos que me han apoyado en los momentos que requerí de su apoyo, les agradezco por haberme dado una mano amiga y sincera cuando fue necesario.

Finalmente, a mis compañeros con los que compartí desde el primer día de clases, con los que pasé momentos memorables, infinito agradecimiento a todos.

Byron Sebastián Hidalgo Guamán

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
A. PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
B. CONTENIDO	1
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Justificación.....	4
1.2.1 Justificación teórica, metodológica (viabilidad) y práctica.....	4
1.2.2. Formulación del problema de investigación.....	6
1.3 Objetivos	6
1.3.1 Objetivo general	6
1.3.2 Objetivos específicos.....	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7

2.1 Revisión de literatura.....	4
2.1.1 Antecedentes investigativos	7
2.1.2 Fundamentos teóricos.....	12
2.1.2.1 Importancia de las estrategias de desarrollo sostenible en los destinos turísticos	12
2.1.2.2 Análisis de los beneficios en la promoción de atractivos turísticos.....	13
2.1.2.3 Atractivos naturales.....	14
2.1.2.4 Atractivos culturales.....	15
2.1.2.5 Atractivos recreativos.....	16
2.1.2.6. Atractivos de aventura y ecoturismo	17
2.1.2.7 Atractivos de sol y playa	18
2.1.2.8 Desarrollo sostenible en la oferta turística	19
2.1.2.9 Evolución en la oferta turística.....	20
2.1.2.10 Higiene y seguridad en el turismo	21
2.1.2.11 Riesgos y amenazas del turismo.....	22
2.1.2.12 Planificación y gestión de la seguridad	23
2.1.2.13 Formación y capacitación en seguridad turística.....	24
2.1.2.14 Satisfacción de turista.....	25
2.1.2.15 Casos de estudio y buenas practicas.....	26
CAPÍTULO III.....	27
METODOLOGÍA	27
3.1 Recolección de la información	27
3.1.1 Población	27
3.1.2 Muestra.....	28
3.1.3 Fuentes primarias.....	28
3.1.4 Fuentes secundarias	28
3.1.5 Técnicas.....	29
3.1.6 Instrumentos	29
3.2 Tratamiento de la información	29
3.2.1 Estudio descriptivo	30
3.2.2 Estudio correlacional.....	31
3.3 Operacionalización de las variables.....	32
CAPÍTULO IV	36

RESULTADOS	36
4.1 Resultados y discusión	36
4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de investigación	63
CAPÍTULO V	65
CONCLUSIONES	65
5.1 Conclusiones	65
5.2 Limitaciones del estudio.....	67
5.3 Futuras Líneas de investigación	67
C. MATERIAL DE REFERENCIA	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1 Operacionalización de la variable dependiente: Oferta de los atractivos turísticos .	33
Tabla 2 Operacionalización de la variable independiente: Higiene y seguridad turística	34
Tabla 3 Análisis factorial de los componentes de los atractivos turísticos.....	57
Tabla 4 Componentes del grupo 1 de las actividades turísticas	59
Tabla 5 Componentes del grupo 2 de las actividades turísticas	60
Tabla 6 Componentes del grupo 3 de las actividades turísticas	60
Tabla 7 Componentes del grupo 4 de las actividades turísticas	61
Tabla 8 Componentes del grupo 5 de las actividades turísticas	61
Tabla 9 Índices de proporcionalidad	62

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	PÁGINA
Figura 1 Edad.....	37
Figura 2 Género	38
Figura 3 Estado Civil	39
Figura 4 Creación del atractivo.....	40
Figura 5 Tipo de empresa.....	41
Figura 6 Análisis temporal de las preferencias turísticas: frecuencia de visitas a los atractivos	42
Figura 7 Modalidades de transporte turístico: un análisis de frecuencia en la llegada a atractivos	43
Figura 8 Turismo : wifi, accesibilidad, información innovación	44
Figura 9 Creador del atractivo	45
Figura 10 Emprendimiento: laboral, naturaleza, propiedad y demanda	46
Figura 11 Sostenibilidad en atractivos turísticos: causas ambientales, reforestación, reciclaje y eficiencia energética.....	47
Figura 12 Bioseguridad, permisos, promoción	48
Figura 13 Gestión atractiva: capacitación, actividades, reconocimientos, normas	49
Figura 14 Marketing e iluminación en atractivos	50
Figura 15 Seguridad y mantenimiento en atractivos turísticos	51
Figura 16 Gestión empresarial en atractivos turísticos: importancia de la cláusula de confidencialidad, patentes y marcas.....	52
Figura 17 Análisis estacional de turismo	53
Figura 18 Criterios de contratación: importancia de títulos, nivel de educación, personalidad, especialización y versatilidad.....	54
Figura 19 Años de experiencia	55

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA: “CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA ECUADOR”

AUTOR: Byron Sebastián Hidalgo Guamán

TUTOR: Econ. Juan Pablo Martínez Mesías

FECHA: Febrero, 2024

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se centró en la gestión eficiente de los recursos turísticos para mejorar la oferta y fomentar el desarrollo económico en Baños de Agua Santa, Ecuador. Con la necesidad de ampliar las oportunidades turísticas. A pesar de la evolución positiva en destinos turísticos, la falta de información detallada sobre la oferta de Baños motivó a realizar esta investigación. El objetivo principal de este estudio buscó caracterizar la oferta turística, describir la gestión de recursos y determinar el perfil de los atractivos turísticos. Dentro de la justificación se destaca la importancia teórica y metodológica de una gestión adecuada y la escasez de datos específicos sobre la oferta local. La muestra consistió en 53 atractivos seleccionados de una población mayor, excluyendo microempresas que no cumplieron con las características necesarias. Se recolectó datos a través del trabajo de campo, entrevistando a representantes y administradores de atractivos turísticos en Baños de Agua Santa. Los resultados fueron analizados con SPSS, generando tablas de frecuencia y números índices, análisis factorial para comparar variables en función de su importancia relativa. Los resultados evidencian la importancia de la innovación, el uso de las redes sociales, marketing, además de tener la experiencia necesaria para brindar un servicio de calidad e impulsar la competitividad y sostenibilidad del sector.

PALABRAS DESCRIPTORAS: OFERTA, SEGURIDAD TURÍSTICA, EMPRENDIMIENTO, RECURSOS, DESARROLLO ECONÓMICO.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
ECONOMICS CAREER

TOPIC: “CHARACTERIZATION OF THE OFFER OF TOURIST ATTRACTIONS OF THE CANTON BAÑOS DE AGUA SANTA ECUADOR”

AUTHOR: Byron Sebastián Hidalgo Guamán

TUTOR: Econ. Juan Pablo Martínez Mesías

DATE: February 2024

ABSTRACT

The research focused on the efficient management of tourism resources to improve the offer and promote economic development in Baños de Agua Santa, Ecuador. With the need to expand tourism opportunities. Despite the positive evolution in tourist destinations, the lack of detailed information about the offer in Baños motivated this research to be carried out. The main objective of this study sought to characterize the tourist offer, describe the management of resources and determine the profile of tourist attractions. Within the justification, the theoretical and methodological importance of adequate management and the scarcity of specific data on local supply are highlighted. The sample consisted of 53 attractions selected from a larger population, excluding microenterprises that did not meet the necessary characteristics. Data was collected through field work, interviewing representatives and administrators of tourist attractions in Baños de Agua Santa. The results were analyzed with SPSS, generating frequency tables and index numbers, factor analysis to compare variables based on their relative importance. The results show the importance of innovation, the use of social networks, marketing, in addition to having the necessary experience to provide a quality service and promote the competitiveness and sustainability of the sector.

KEYWORDS: OFFER, TOURISM SECURITY, ENTREPRENEURSHIP, RESOURCES, ECONOMIC DEVELOPMENT.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción del problema

En Sudamérica, es crucial expandir las oportunidades turísticas y respaldar esta causa de manera efectiva. Esto se logra a través de evaluaciones y el frecuente uso de muestras dirigidas a los propietarios de empresas, con el objetivo de obtener información detallada que demuestre que los beneficios económicos no solo impulsan el crecimiento de los servicios turísticos, sino que también promueven su sostenibilidad a largo plazo. (Niebles et al., 2020). Es importante mencionar que, a pesar de las limitaciones, se puede evidenciar un potencial turístico que puede ser aprovechado con el fin de impulsar el crecimiento de los sectores que ofrecen el servicio, para conseguirlo es fundamental incorporar una planificación integral, lo cual permitiría tener un desarrollo más sólido y sostenible (Cruz et al., 2023). Los destinos turísticos en estos últimos años han buscado ampliar atractivos, con el fin de mantener el interés de sus visitantes, además de identificar sus fortalezas y nuevas oportunidades y de esa manera presentar nuevas propuestas, para que puedan ser ofertadas a los consumidores (Gambarota, 2023).

Se revisó información relevante, en base a los diferentes lugares que tienen gran afluencia turística en Sudamérica, es por ello por lo que se entiende que este continente tiene una base económica sustentable de estas actividades, que están relacionadas con los atractivos turísticos (Barrientos & Sandoval, 2019). Si bien es cierto que en los últimos años es notoria la evolución, además de la búsqueda de implementar nuevos lugares, para ofertar el servicio, de esta manera se pueda impulsar la gestión eficiente y sostenible en este ámbito, el cual parte como un motor económico relevante en la región sudamericana (Rodrigo, 2020). Por tal motivo se entiende el impacto que debe

obtener esta investigación sobre “la caracterización de la oferta de los atractivos turísticos del Cantón Baños de Agua Santa en Ecuador”.

El turismo a nivel nacional aparte de aportar beneficios económicos también aporta beneficios sociales, que inciden en la calidad de vida, además en la disposición de tiempo de los ofertantes de las actividades. Porque al hablar de turismo se fomenta un cambio en los supuestos básicos. De tal manera se promueve el respeto y tolerancia hacia la diversificación cultural, en colaboración a la cohesión social y la experiencia de vida (Santamaría & López, 2019). Cada provincia vinculada a la oferta de servicios turísticos, tiene como objetivo; llegar a todos los posibles interesados en consumir el servicio, es por aquello que en varios lugares se realizó un estudio, mismo que determina la existencia de recursos naturales que son un factor determinante, de tal manera que en el momento de crear alguna atracción, vaya a tener el impacto deseado en los visitantes (López et al., 2019). Uno de los aspectos que más se toman en cuenta al momento de crear algún nuevo proyecto, es analizar el estado del arte, en lo que concierne a la gestión de turismo, su evolución, origen, enfoques actuales y dimensiones, de tal manera que otorgue una base sólida en la formulación de indicadores aplicables dentro de la gestión de turismo (Tite et al., 2021).

Para tener un mayor éxito en los emprendimientos, es esencial identificar cada una de las fortalezas del sector, esto servirá como iniciativa para posicionar con mayor acogida la oferta turística en los mercados nacionales en primera instancia, y luego darse a conocer a nivel internacional (López et al., 2020). En Tungurahua es un desafío inmenso mejorar su oferta turística para conseguir accesibilidad e inclusión, en los visitantes que poseen alguna discapacidad, de manera que se puedan implementar una variedad de métodos estadísticos y empíricos, con la finalidad de mejorar el bienestar de las personas con discapacidad (Ochoa et al., 2019). En la actualidad es más fácil poder saber los gustos y preferencias de los turistas, en especial el lugar de preferencia, el próximo punto de referencia a visitar, la cantidad estimada de visitantes que llegaran al lugar, de esa manera los ofertantes de turismo pueden tomar precauciones y sobre

todo brindar un servicio, que proporcione la seguridad necesaria para todas las personas, tanto como locales y extranjeras (Terroso et al., 2023).

La oferta turística en Baños de agua santa representa una combinación de servicios diseñados con el fin, de satisfacer las necesidades y gustos de los viajeros, con una visión más allá del aspecto económico, se busca otorgar una experiencia única durante su visita (Naranjo & Martínez, 2022). En los últimos años con ayuda de la tecnología, en especial con las redes sociales, se ha podido trascender a todos los rincones del mundo, con la belleza natural del cantón. Es evidente el interés en los futuros visitantes, quienes son los que poseen los recursos y sobre todo la curiosidad de visitar la ciudad, misma que se encuentra repleta de atractivos turísticos novedosos (Muñoz et al., 2023). Para otorgar un mejor servicio al público, las atracciones turísticas en primera instancia deben saber los gustos y disgustos, y así tomar medidas de forma continua, de tal manera que se optimice el servicio. Sin embargo, los dueños de los atractivos tienen como objetivo innovar y para poder saber si se obtiene resultados positivos, se aplica una encuesta, la misma que detalla información de relevancia, que ayudará a plantear si las decisiones tomadas en base al servicio fueron las correctas (Zhonglin et al., 2023).

La actividad económica vinculada al turismo se ha enfrentado a un crecimiento continuo en la última década, el cual desempeña un papel primordial en la calidad de vida en el cantón Baños, si bien es cierto que un porcentaje elevado de la población está vinculada al turismo, de forma directa o indirecta, es decir que a la mayoría de los habitantes tienen un gran beneficio tener un sinnúmero de visitantes cada semana (Mendes et al., 2022). Una de las fortalezas más importantes que tiene la ciudad es sus recursos naturales, que son una belleza a la vista de los turistas, quienes se maravillan con los paisajes, y de esa manera facilite que la infraestructura turística obtenga la relevancia necesaria, para que sea catalogado como un destino para visitar (Naramski et al., 2022). También es importante mencionar que la acogida de turismo es muy elevada, una muestra de aquello se evidencia los fines de semana, por el tráfico que se ocasiona, lo que conlleva a un análisis, para la búsqueda de soluciones, y así evitar estos inconvenientes y el turista se sienta a gusto (Pantano et al., 2017).

2.1 Revisión de literatura

1.2 Justificación

1.2.1 Justificación teórica, metodológica (viabilidad) y práctica

La gestión eficiente de los recursos turísticos desempeña un papel fundamental en el mejoramiento, desarrollo y prosperidad del sector turístico, en diversas economías. Estos recursos, son los pilares fundamentales sobre los cuales se construye la oferta turística de una economía (Ministerio de Turismo, 2023). Una gestión adecuada de estos recursos permite maximizar su valor económico, minimizar los impactos negativos de las crisis y garantizar la sostenibilidad de este sector a largo plazo (Martínez & Pelegrín, 2021). En primer lugar, la gestión de los recursos turísticos implica una asignación eficiente de los mismos (Silva Luna, 2023).

Por otro lado, la gestión de los recursos turísticos también implica la diversificación de la oferta, en vista que las economías dependientes del turismo buscan desarrollar una variedad de recursos turísticos, para atraer a diferentes segmentos de mercado y minimizar los riesgos asociados a la dependencia de un solo recurso. Esto implica identificar y desarrollar nuevos productos turísticos, como rutas turísticas temáticas, actividades de aventura o eventos culturales, que complementen la oferta existente y generen nuevas fuentes de ingresos, por ejemplo, en economías rurales (Arias et al., 2023). Con esto se puede promover el turismo y atraer visitantes interesados en experiencias auténticas y en tener contacto con las zonas (Naranjo, 2022).

En la actualidad los turistas buscan nuevas experiencias, lugares innovadores, además llevarse recuerdos de las ciudades que visitan, por tal motivo los ofertantes de turismo deben tener siempre una idea nueva, que permita diferenciarse de los demás, el trato al turista, y sobre todo un aspecto que es muy importante a nivel nacional, que es brindar seguridad al momento de su llegada a la ciudad, de tal manera que el turista se sienta como en casa (Tarlow & Korstanje, 2016). La importancia que tiene la creatividad en cada uno de los destinos turísticos habla bien de sus propietarios, quienes con emprendimiento y un esfuerzo necesario, pudieron crear un lugar que

tenga acogida por parte de los visitantes, mientras más turismo, mayor es el beneficio para la localidad (Zepeda et al., 2023). Por otro lado, los ofertantes de turismo, deberían analizar que los costos de los servicios deben ser justos, porque, con esa estrategia, se tiene mayor acogida, además que la competencia en la localidad les obliga siempre a implementar algo nuevo, porque es evidente en la localidad, que cada año tenemos nuevos atractivos turísticos, que surgen de la observación e ideas del emprendedor.

Es por esto por lo que se explica la importancia del tema de investigación, el cual busca caracterizar la oferta de los atractivos turísticos y la gestión de los recursos en el cantón, en vista que la gestión eficiente de los bienes turísticos es esencial, para mejorar la oferta turística y fomentar el desarrollo económico en diversas economías. Para esto la gestión de los recursos turísticos requiere de una planificación estratégica e investigaciones, para promover la participación de los diferentes actores y autoridades turísticas (Cayotopa, 2018).

La escases de información necesaria para el estudio de este tema, que se centra en los atractivos turísticos antiguos y nuevos, en busca de ser más competitivos en su oferta del servicio, y así poder llegar a un análisis detallado y preciso, para obtener un conocimiento más amplio con esta investigación (Caluña & Vega, 2022). Mediante una encuesta aplicada a los representantes de cada sector turístico de la ciudad, se busca actualizar la información, además de adjuntar datos que aún no existen en una base de datos de la localidad, es preciso resaltar que la importancia de la investigación se enfoca en ayudar a mejorar aspectos en los servicios turísticos.

El desarrollo de esta investigación traerá beneficios tanto a los propietarios de los destinos turísticos, como también al Municipio del cantón de Baños de Agua Santa. Los resultados obtenidos permitirán mejorar la gestión y promoción de los lugares, turísticos, lo que podría generar un incremento en la afluencia de visitantes y un impulso a la economía local. Además, el Municipio podrá utilizar la información recopilada para tomar decisiones informadas respecto a políticas y programas relacionados con el turismo.

1.2.2. Formulación del problema de investigación

¿Cuál es la gestión de los recursos de la oferta de los atractivos turísticos alternativos del cantón Baños de Agua Santa?

¿Cuál es el perfil de la oferta de los atractivos turísticos alternativos en función de la gestión de los recursos?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Establecer la caracterización de la oferta de los atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa Ecuador.

1.3.2 Objetivos específicos

Describir la gestión de los recursos de la oferta de los atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa.

Determinar el perfil de los atractivos turísticos en función de la gestión de los recursos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes investigativos

En la provincia de Tungurahua, perteneciente a Ecuador encontramos la ciudad de Baños de Agua Santa, su vía de acceso queda en el trayecto de la cuenca amazónica. Esta ciudad es conocida por tener accesos directos al volcán activo Tungurahua y por sus aguas medicinales, por su cantidad de minerales y propiedades que son beneficiosas para la salud. Su elevación es de 1820 metros sobre el nivel del mar, con una población de 14,653 habitantes, es decir el segundo lugar más poblado de la provincia. Los escenarios naturales que ofrece el lugar son los adecuados para realizar la práctica de diferentes actividades de aventura, entre ellos; jumping, puénting, canopy, escalada, recorrido en bicicleta, acceso a las montañas, entre otras.

Al ser un centro turístico de relevancia en Ecuador, como se lo denomina: "El Pedacito de Cielo", por tal motivo es fundamental mencionar que en la localidad es netamente turística, es decir que la mayoría de las personas tienen sus ingresos económicos de fuentes relacionadas con el turismo. Al ser una ciudad que tiene una cantidad sorprendente de recursos naturales a pesar de ser un sector pequeño en comparación a otras ciudades. Es fácil encontrar una actividad que al turista le sea llamativa, porque, si no son amantes de los deportes extremos, pueden optar por visitar parques temáticos, senderos, entre otros.

El Ecuador es conocido por ser una potencia turística, por su cantidad de recursos naturales y se lo cataloga como una alternativa de desarrollo viable y sostenible. En el contenido reconoce las dificultades existentes en su implementación y resalta la importancia de sumar otras actividades económicas para maximizar el sustento de las comunidades. Se detalla un caso en Manabí como un ejemplo a seguir de ecoturismo. Se obtuvo un análisis de como conllevar liderazgo local y como prestar las condiciones adecuadas para la oferta y el servicio, a pesar de las limitaciones en algunos recursos, de tal manera que se obtenga un beneficio más amplio entre los emprendedores

(Aparicio et al., 2021). El turismo en Chile ha experimentado un aumento significativo en la última década, transformándose en una fuente de trabajo y ha generado un porcentaje del 7% al empleo a nivel nacional y así despierta el interés del público, por la cantidad de opciones para poder comprender y generar una fuente de trabajo confiable (Chanquey et al., 2021). Para el éxito de los sectores turísticos es el buen trato al cliente, promover el respeto y fomentar la convivencia sana entre ofertantes y las personas que visitan los centros turísticos, además de fomentar la integración social (Catalano, 2021).

El desarrollo de la región en los últimos años ha sido evidente, al ser notorio el compromiso de los ofertantes de turismo en brindar un servicio que al turista lo haga querer volver a visitar, además que mejoraría la calidad de vida de los lugareños, por medio de los ingresos (Linares & Morales, 2014). Los esfuerzos y estudios realizados en la isla de Rapa Nui debido a que cada año tienen más visitantes, por ese motivo se realiza una inversión adecuada, misma que permita poder tener mayor acogida por parte de los visitantes y los locales puedan tener un sustento económico (Rojas & Gundermann, 2020). Se deben crear nuevos espacios para la creación de diferentes atractivos, además de una inversión eficiente (Pontes et al., 2020). Es importante contar con acciones y estrategias que habiliten a obtener el objetivo deseado y permitan tener éxito en el emprendimiento (Merinero & Fernández, 2009).

En el gobierno ecuatoriano existe un enfoque con el turismo al ser un sector estratégico y clave para el desarrollo económico de la nación, en vista que aporta significativamente a generar sustento económico, reduce el déficit fiscal y contribuye a generar empleo. Misma razón por la cual se ha visto importante tomar la iniciativa e impartir educación en base a temas que puedan ayudar a capacitar a los profesionales sobre el tema (Mendoza, 2018). Se ha evidenciado al turismo como pilar central en las políticas estatales donde la comunicación y difusión de las políticas son de carácter fundamental (Calderón et al., 2022). Con los estudios previos sobre las políticas en turismo se contribuye a la formación de políticas integrales y el apoyo entre distintas instancias estatales, organizaciones de la sociedad civil y empresas privadas (De la Maza & Tapia, 2021). En el Ecuador, el consejo nacional de mujeres y CEPAL trabajan

con el fin de obtener estrategias para conseguir equidad de género, de tal manera que puedan encontrar la misma cantidad de oportunidades que aporten a tener una visión más amplia al momento de ofrecer un servicio turístico, con el fin de aportar y sumar aspectos positivos en la oferta turística.

El impacto del COVID-19 en la industria turística a nivel mundial fue abismal, donde se destaca el turismo de Latinoamérica y el Caribe, que tuvieron unos años terribles en sus ingresos en estos servicios (Vega et al., 2021). Por otro lado, también afectó al transporte aéreo al no poder realizar las actividades de vuelo, ya que estas aeronaves transportan a millones de turistas al año (Carrera et al., 2022). Se destaca que esta crisis es única y que cambiará tanto a nivel individual como colectivo. La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera que el turismo es el sector más afectado por esta crisis, lo que ha llevado a que las estimaciones y previsiones anteriores queden obsoletas. Se subraya la interconexión del turismo con los eventos internacionales y su importancia en la economía global. La crisis actual plantea la necesidad de repensar la forma en que se hace turismo en el futuro.

De acuerdo con la CEPAL, se ha implementado un conjunto de principios, conocidos como decálogos, con el objetivo de enmarcar una visión y planes de recuperación para el sector turístico tras la crisis del COVID-19. Este decálogo visiona los desafíos persistentes del sector y tiene como objetivo fomentar la competitividad, además la sostenibilidad del turismo, en la subregión SICA. Se enfoca en la participación de las comunidades locales, y así dar adaptabilidad a diversos tipos de turismo (Cepal, 2022).

En los últimos años a pesar del impacto que dejó el COVID-19 en el turismo a nivel mundial y afecta de manera agresiva la fuente de ingresos en este sector, cabe recalcar que Baños al ser una ciudad turística tuvo consecuencias, entre ellas el cierre total de su principal fuente de ingreso. En Ecuador fue evidente que los lugares vinculados al turismo tuvieron que cerrar sus puertas al turista, por aquella razón la economía se desestabilizó y tuvieron que tomar medidas para contrarrestar esta situación (Padilla et al., 2021). Al restringir la movilidad de las personas, ocasionó que ya no se pueda ofrecer ese tipo de servicios (Garabiza & Franco, 2022). Después de la pandemia se

implementaron nuevos atractivos turísticos que son novedosos, además que se fomentó los antiguos puntos turísticos, quienes cambiaron su infraestructura, para poder ofrecer seguridad e higiene a los visitantes (Castello, 2020). Después de la pandemia, se emprendieron esfuerzos para revitalizar la industria turística de manera confiable. Se emplearon diversas técnicas y métodos específicos del sector turístico para obtener la respuesta deseada tanto de los profesionales de la industria como de los visitantes. (Rodríguez & Martínez, 2022).

El ecoturismo se centra en la visita a lugares naturales, donde se busca reducir el impacto ambiental y aumentar los beneficios económicos y sociales para las habitantes locales. Este modo de turismo mantiene como objetivo principal la preservación de los ecosistemas y la biodiversidad, al mismo tiempo que otorga experiencias únicas en el entorno natural (Huamanchumo et al., 2020). El turismo es una fuente económica que ha sumado notoriedad y se encuentra en constante crecimiento en el mundo y genera desarrollo (Reinoso, 2016). El turismo da un mayor bienestar y genera un entorno agradable a distintas regiones y países del mundo (Ginés De Rus, 1997). Cada punto turístico tiene que resaltar con su estilo y tener la mejor presentación posible al momento de ofrecer el servicio, porque cada emprendimiento al momento de empezar corre riesgos, mismos que son necesarios para formar las bases de un negocio (Benavides, 2019).

La ruralidad se centra en transformar la estrategia productiva rural con el fin de tener un mayor bienestar social. En lo que respecta a la incorporación de actividades que no son agrícolas, con ayuda de un plan de gestión territorial sostenible (Ortiz & Solís, 2021). Por este motivo el turismo de aventura es considerado como una fuente de empleo, ingresos y contribuye a diversificar el marco productivo de las áreas rurales (Quiñónez et al., 2019). En la provincia de Loja el turismo de aventura, son actividades en el aire libre con carácter recreativo, entre ellos; senderismo, cicloturismo, parapente, mismas actividades que impulsan al desarrollo y reactivación en la economía de las ciudades pertenecientes a la provincia (Delgado & Muñoz, 2021). Es primordial destacar la importancia de adaptarse a las condiciones que brinda la naturaleza, para poder realizar las actividades, porque el índice de accidentes en

Ecuador ha generado preocupación, por tal motivo que se debería contar con mayor seguridad y brindar una capacitación previa a los visitantes (Castro & Calle, 2023).

La construcción sociocultural de servicios turísticos en lugares regionales, por ejemplo; los ejidos del Nevado de Toluca, se necesita de una estrategia que contribuya al desarrollo regional, mediante la adaptación a las dinámicas socioeconómicas del sector. Es importante destacar la ayuda del gobierno, instituciones y comunidades aledañas, quienes son fundamentales para promover productividad e innovación (Osorio & Domínguez, 2019). En los archipiélagos de Macaronésica en cambio existen amenazas de origen natural, esto se debe a las condiciones climáticas y actividad volcánica. Se analiza los fenómenos geológicos, meteorológicos y geomorfológicos y la vulnerabilidad que ocasionan.

Como objetivo principal es encontrar soluciones y brindar más información y otorgar capacitaciones que son fundamentales (Antequera et al., 2020). Es importante en un sector estratégico de turismo el apoyo entre todos, para tener resultados más favorables, porque cada aporte es primordial y el beneficio es en conjunto (Mullo et al., 2019).

La práctica de turismo en salud ha existido desde tiempos remotos, en las últimas décadas se ha evidenciado un crecimiento relevante. Este sector genera gran cantidad de empleos, además de ser una importante fuente de ingresos en el mundo. Entre los países más sobresalientes en este servicio es España, por su posición geográfica y sus recursos (Braçe et al., 2023). En Colombia se ofrece un servicio novedoso de cirugía estética, con el fin de atraer turistas, por medio de esta iniciativa se trae personas que llegan a ese país y contribuyen a un bien común entre los ofertantes de los demás servicios turísticos, que tienen como aspecto positivo la calidad y el precio accesible (Giraldo, 2019). Para ofrecer estos servicios se debe identificar las necesidades principales y fundamentos condicionantes de la oferta y de la demanda (Hersch, 2021). El éxito en el turismo de salud a nivel mundial es que en estas actividades cada vez se fomentan con innovación, además de tener competitividad empresarial en los centros especializados en el tema (Martínez & Padilla, 2020).

2.1.2 Fundamentos teóricos

2.1.2.1 Importancia de las estrategias de desarrollo sostenible en los destinos turísticos

En la oferta de atractivos turísticos que ofrece México, se ha introducido al turismo internacional, de inicio con una oferta del atractivo del espacio litoral para satisfacer la demanda de sol y playa. A medida que la demanda cambia, México se ha adaptado a la oferta cultural, además de diversificar su producto turístico (Moreno, 2021). Mientras en la región de Porto Seguro, Brasil, se busca fomentar un turismo sustentable y consciente, con el propósito de conservar los recursos naturales y culturales ante los impactos del cambio climático y el crecimiento turístico. Esto involucra la colaboración entre entidades públicas y privadas, la planificación adecuada de la infraestructura turística, la supervisión de los recursos, la sensibilización de los turistas y la implementación de prácticas respetuosas con el medio ambiente por parte de las empresas (Coppieters et al., 2020). También se resalta la importancia económica del turismo, especialmente en países que se encuentran en vías de desarrollo como Ecuador, y tiene como protagonismo la necesidad de repensar la actividad turística, para lograr un equilibrio entre el desarrollo económico (Llugsha, 2021).

En Argentina, mediante un estudio se llegó a deducir que existe la necesidad de adaptar y diversificar la oferta de atractivos turísticos, especialmente en ciudades costeras que tradicionalmente se han centrado en el turismo de sol y playa. Es crucial impulsar la creación de nuevos productos turísticos que se ajusten con las cambiantes demandas de los viajeros y que a la vez contribuyan al desarrollo sostenible local. Se enfatiza la importancia de preservar el patrimonio cultural y natural de la región, e involucra activamente a la comunidad local en el proceso de desarrollo turístico (Gambarota, 2023).

Según un estudio previo realizado en Cajamarca, Colombia, se destaca la importancia de fomentar la planificación y el ordenamiento territorial, así como la innovación de los atractivos turísticos con la participación de la comunidad local. Además, se enfatiza

en la conservación de la naturaleza y la formalización de los operadores turísticos. Se propone el diseño de indicadores ambientales, sociales y económicos para demostrar la factibilidad de estas opciones. También se recomienda realizar un análisis completo de los atractivos naturales en la zona rural de Cajamarca, para desarrollar planes de manejo ambiental enfocados en su preservación (Peña Forero, 2020).

2.1.2.2 Análisis de los beneficios en la promoción de atractivos turísticos

En el marco de la caracterización de la oferta de los atractivos turísticos, se busca investigar y promover de manera exitosa los destinos turísticos, además de analizar la gestión adecuada de los recursos turísticos, esto implica la conservación y protección de estos y se busca impulsar su competitividad y resultados innovadores que respondan a los retos de los territorios. Para esto la cooperación entre los distintos actores involucrados con este sector se plantea como motor de cambio para lograr la mejora de oferta turística y cohesión social y territorial de esos destinos. El objetivo principal de explorar y comprender cómo se identifican, clasifican y valoran los diferentes atractivos turísticos, así como los factores que influyen en su gestión, conservación y potencial para atraer visitantes, a los diferentes atractivos turísticos.

La gestión de los recursos turísticos implica identificar y desarrollar aquellos recursos que poseen una ventaja comparativa frente a la oferta turística de otras regiones para así atraer turistas y generar ingresos (Rivera et al., 2020). Dentro de la gestión de los recursos turísticos y mediante el análisis de costos y beneficios, las autoridades turísticas pueden determinar qué recursos son los más rentables y cómo deben ser desarrollados y promovidos. Por ejemplo, en economías puede priorizar la promoción de estos sitios emblemáticos para que atraigan a turistas interesados en los mismos (Ordóñez, 2001).

Mediante el análisis de la relación entre la oferta y los recursos turísticos, también es importante tener en cuenta la planta turística y los servicios, que son los que mantienen una estrecha y esencial relación, para asegurar el éxito de cualquier destino turístico. La planta turística, conformada por diversas instalaciones y equipamientos, constituye el marco físico que posibilita la prestación de los servicios a los turistas. Estas

instalaciones abarcan una amplia gama de opciones, desde alojamiento y alimentación hasta transporte, recreación y servicios de apoyo (Ortiz & Vega, 2020). Por otro lado, los servicios, ofrecidos por empresas y establecimientos, complementan la oferta turística y brindan atención personalizada a los visitantes. La calidad y diversidad de la planta turística inciden directamente en la capacidad de las empresas para proporcionar servicios satisfactorios, a su vez, los servicios enriquecen la experiencia turística en el destino; en resumen, esta relación simbiótica resulta crucial para el desarrollo y la competitividad del sector turístico (Mero, 2015).

La higiene y seguridad turística están estrechamente relacionadas con la oferta y los recursos juegan un papel fundamental con la seguridad turística, esto se debe a que es un factor crítico en el turismo y ha sido ampliamente estudiada por expertos y destaca la importancia de comprender las raíces etimológicas del viaje para una mejor comprensión del turismo (Tarlow & Korstanje, 2016). Aunque el concepto de turismo como viaje de placer es aceptado, definir lo que significa "placer" y "turístico" puede ser desafiante. Sin embargo, la tecnología ha contribuido a hacer del turismo un espacio más seguro y habitable. El turismo se basa en la confianza y la experiencia individual, además de la interacción entre actores. El libro aborda la creencia de que destinos percibidos como inseguros enfrentan un declive.

Los turistas evitan lugares peligrosos. Por lo tanto, el turismo busca equilibrar lo nuevo y la seguridad del viajero. La protección y seguridad son cruciales para la recuperación de destinos turísticos después de eventos como actos de terrorismo o desastres naturales. La cooperación entre los sectores público y privado es esencial para mejorar la seguridad turística, y la planificación y estrategia de protección son fundamentales para asignar roles y responsabilidades en la protección de destinos turísticos. Además, la limpieza y la higiene en la hotelería son aspectos valorados por los turistas como dimensiones importantes de calidad. La limpieza implica la eliminación de materiales y agentes biológicos superficiales para garantizar la seguridad en áreas clave del hotel (Escobar, 2010).

2.1.2.3 Atractivos naturales

El turismo en la actualidad es una importante fuente de ingresos, por tal motivo se ha implementado la creación de proyectos y leyes, con el fin de preservar el patrimonio cultural y natural. En Ecuador debido a su localización geográfica privilegiada y su inmensa biodiversidad, ha resaltado como un punto turístico con gran popularidad a nivel mundial (Pibaque et al., 2022).

Los atractivos naturales necesitan tener una estrategia como lo es la innovación social, con el fin de fortalecer el turismo, a través de un enfoque cualitativo, el cual debe ser planteado mediante trabajo de campo y así implementar estrategias concretas, para seguir en la búsqueda de resultados positivos que evidencian al turismo natural, como una alternativa de gran importancia al momento de elegir un destino, mismo que permite cumplir con las necesidades y gustos de una sociedad exigente (Jaramillo et al., 2020).

2.1.2.4 Atractivos culturales

Los atractivos culturales son los lugares, donde se viven experiencias de gran interés para los visitantes, esto se debe a su relevancia histórica y cultural. Pueden ser diferentes lugares, como: Museos, festivales, gastronomía, danza, música, entre otros. Es decir, todo lugar que otorga a los turistas apreciar un lugar y tradiciones, además de llevarse una experiencia única.

Un estudio enfocado en los eventos en las actividades turísticas de grandes ciudades como São Paulo, enfocándose en el teatro LGBT. Mediante una metodología cualitativa y exploratoria que se aplicó a 9 obras de teatro en el año 2017 y en el 2018 alrededor de 22, con la misma temática. Los resultados obtenidos indican que los eventos están repletos del género masculino y deja atrás a los demás géneros, se menciona que los espectáculos están abiertos para todo tipo de turistas, con el fin de tener enriquecimiento en el ámbito turístico cultural (Grillo & Lanzarini, 2019).

En la actualidad es evidente que cada vez más la cultura es más abierta y la mayoría de personas conocen una variedad de actividades que antes no se conocían, ahora con ayuda de la tecnología y los medios informativos, todos tienen acceso a información relevante, misma que permite adecuar a las personas según sus gustos y necesidades, por lo cual la oferta de atractivos turísticos de todos los tipos de gustos y lugares, son cada vez más accesibles, por ejemplo los festivales de diversas temáticas, además de discotecas y lugares de diversión nocturna que son muy llamativos en estos tiempos, cabe resaltar que todo esto es permitido y contribuye a la existencia, creación de nuevos lugares por la cantidad de demanda de los mismos. Lo importante es que ayuda a la sostenibilidad de los lugares de entretenimiento.

2.1.2.5 Atractivos recreativos

Los atractivos turísticos recreativos son los lugares de diversión que brindan entretenimiento, en un lugar y momento, donde que el individuo puede hacer algún tipo de actividad que le parece interesante, de tal manera que logran pasar un momento agradable en su tiempo libre, visitar parques, centros de entretenimiento, playas y de esta manera que puedan mejorar su calidad de vida.

En la actualidad los atractivos más frecuentados, son aquellos que brindan una actividad que tenga algún tipo de entretenimiento, porque no todo se trata de tener un panorama agradable a la vista, sino poder realizar cosas diferentes, con el fin de salir de la vida cotidiana. Por tal motivo es que el país ofrece en varias ciudades la oportunidad de conocer y realizar actividades con fines recreativos, la cuestión está en el turista a ver cuál de todas las opciones le parece más atractiva, donde se juegan otros factores, como el tiempo de viaje, lugar y costes de poder ir a visitar este tipo de lugares, pero por seguro alguna vez el turista querrá darse una vuelta por ahí, todo depende de la promoción de este tipo de lugares.

Una investigación enfocada al desarrollo sostenible del turismo recreativo en el Valle "Río Canimar," perteneciente a la provincia de Matanzas, Cuba. Se resalta un interés que tiene gran acogida en este tipo de actividades en la naturaleza, para los que prefieren tener recreación física en los ambientes naturales. Un estudio realizado en el

este lugar turístico para mejorar el servicio a los visitantes que buscan aventura, donde se aplicó una investigación mantuvo métodos empíricos y científicos para crear actividades extremas con el fin de mejorar el turismo en esta área (Rodríguez et al., 2023).

2.1.2.6. Atractivos de aventura y ecoturismo

Se entiende por ecoturismo a la manera de aprovechar los recursos naturales de manera turística, de manera que también se ayude a preservar el medio ambiente. Lo cual conlleva a visitar diferentes áreas de vegetación y apreciar la belleza natural, además de la biodiversidad que ofrece el lugar. Las actividades que se presenta en estos tipos de lugares están estrechamente relacionadas con el turismo. Los consumidores se relacionan de manera directa con el paisaje y lo que provee el lugar, entre las actividades pueden ser, rafting, senderismo, entre otros (Bulla, 2009).

Una investigación en un ejemplo de atractivos en una zona de aventura y ecoturismo situado en el cantón Chaco, que mantuvo un auge que ha ido en un ritmo desacelerado desde el 2006, ocasionado que el turismo ya no vaya en crecimiento y se desconecte del desarrollo de la localidad. Lo cual conlleva a un estudio más profundo de la raíz de los problemas, en el cual se evidencia que se necesita mayor organización, los impactos ambientales y el costo elevado del equipamiento, por lo cual se mira al ecoturismo como una salida viable a incentivar el desarrollo local (Polanco, 2017). Dada su importancia crucial en el turismo, se busca evaluar el impacto significativo del ecoturismo en las comunidades locales. Para obtener información relevante, se utiliza un cuestionario en forma de encuesta para comprender el impacto específico en la oferta turística. Posteriormente, se busca mejorar el servicio mediante la corrección de posibles falencias y el perfeccionamiento de aspectos esenciales (Salazar, 2023).

La naturaleza es atractiva para la mayoría de las personas que buscan un lugar tranquilo donde puedan descansar y distraerse, además que es evidente que en este tiempo es un lugar más acogedor y seguro, por lo cual muchos visitantes pensarán bien su destino antes de viajar, por el cual, los nuevos emprendedores toman una idea que parte de aprovechar los recursos que brinda la naturaleza y usarlos a su favor. También es

evidente que visitar la naturaleza ayuda a una conexión más clara con las ideas, además de brindar oxígeno puro, alejado de las grandes ciudades, por otro lado la salud física es impresionante, al salir por actividades recreativas ayuda a tener una mejor salud y además tener un mejor estado de ánimo, porque en la actualidad la contaminación y la rutina diaria son impedimentos claros que nos permiten estar en lugares más tranquilos, razón por la cual la naturaleza brinda salud y paz mental.

2.1.2.7 Atractivos de sol y playa

Los atractivos de sol y playa se tratan de los lugares turísticos que están situados en la playa y se ofrecen a los visitantes. Estos lugares están ubicados en las regiones costeras, es muy común que sean lugares populares por su clima cálido y sus hermosos paisajes, además de ser lugares con un majestuoso sol y clima tropical. Por lo general estos lugares tienen como carta de presentación diferentes actividades que a los visitantes les prevé muy atractivos como buceo, natación, deportes acuáticos, entre otros. Por lo general son los destinos más visitados en los feriados.

Un estudio enfocado en la necesidad de innovar los destinos de sol, playa y arena, lo que ha conllevado a crear políticas por parte del gobierno. El estudio se enfoca en analizar las diferentes políticas del turismo en Necochea, Buenos Aires, Argentina, con el objetivo de implementar la innovación en estos puntos turísticos. Por lo cual se implementó variables descriptivas y generales para evaluar el impacto de las variables dentro del territorio. Los resultados obtenidos destacan la existencia de orientaciones dentro de las políticas de turismo, además de la implementación de nuevas estrategias y desafíos por parte de los locales (Testa, 2016).

Una investigación realizada para la creación de una estrategia de comercialización para las diferentes organizaciones hoteleras que ofrecen el servicio en los destinos de sol y arena, pertenecientes a la playa de Crucita en Ecuador. El estudio está centrado en la implementación de estrategias y actividades comerciales, además de un análisis y evaluación de las actividades que son claves para el servicio, que incluyen las ventas directas al cliente, uso de diferentes tipos de comunicaciones, audiovisuales, todo con el propósito de lograr comodidad a los visitantes, de tal manera que el desarrollo

turístico sea evidente al momento de la promoción de este sector, porque mientras mayor calidad tenga el servicio y tenga la responsabilidad necesaria y ofrezca la seguridad necesaria, será muy confiable y muy llamativo para los que necesiten este tipo de servicio (Ruiz et al., 2023).

2.1.2.8 Desarrollo sostenible en la oferta turística

El turismo al ser una actividad de entretenimiento y recreación, la cual a nivel nacional es evidente que contribuye a aumentar el PIB, por aquello es un tema de gran importancia sobre la sociedad, por que abarca aspectos de gran importancia, desde el aspecto social y cultural, hay áreas claves, mismas que son importantes, como el impacto económico, este conlleva ayudar a las personas locales a tener empleo, donde que se generan muchos trabajos en los diversos atractivos que se ofrezcan al turista. Con esto es evidente que al aumentar los ingresos de los beneficiados mejora la calidad de vida de estos.

El desarrollo sostenible en la oferta turística se trata de adoptar prácticas que permitan que dentro de la industria de turismo siga en aumento de manera significativa, sin olvidar que se deber considerar los factores ambientales, económicos y culturales. El objetivo es equilibrar y aprovechar los recursos naturales que son turísticos, por medio de la preservación de los ecosistemas y la preservación de patrimonio cultural. En el tema ambiental, se busca la gestión adecuada de los recursos, reducir la contaminación y el aprendizaje de nuevas estrategias para limpiar el lugar turístico, así como fomentar a la educación para reducir la contaminación. Por otro lado, en el aspecto cultural es importante la promoción cultural, además de tener ideas claras, para hacer una correcta toma de decisiones, con el fin de incentivar a la promoción y desarrollo del turismo local, motivo por el cual nace la necesidad de aprender y estudiar más, para con ello encontrar mayores oportunidades por medio del aprovechamiento de los recursos (Ashley et al., 2006).

Todos los lugares estratégicos de turismo pueden implementar nuevas cosas, esto depende de la capacidad de tener una mentalidad innovadora y tener la capacidad para poder hacer una inversión mayor, con el fin de obtener mayores beneficios, en el

trascuro de los años ha sido más evidente en la cultura, el tener un fin de semana fuera de casa, lo cual conlleva a los visitantes a investigar y planear un lugar para pasar unos días, los destinos turísticos son infinitos, pero todo depende de la solvencia económica, la distancia y el tipo de actividad que se ofrezca en los puntos turísticos, es motivo que también los deportes extremos a nivel nacional tomaron mayor énfasis, al ser actividades que no se hacen en cualquier lugar, además que para ello se necesita un lugar que tenga los recursos naturales que le dan un plus al lugar y permite que llene de curiosidad a los visitantes, el cual mínimo una vez en su vida desearían visitar el lugar por otro lado también depende del nivel de satisfacción que tenía el turista, para que vuelva a pensar a volver algún día.

En la investigación se hace referencia a la reserva de la biosfera, con un enfoque importante por el motivo de hacer conciencia y poder hacer algo, para promover el cuidado y protección de las áreas naturales que se encuentran en su fauna natural y mantiene un desarrollo sustentable. En las décadas de los años 80 y 90, es evidente que los eventos realizados influyeron en la planificación medio ambiente a nivel mundial, por lo cual ocasiono que se identificaran numerosas áreas protegidas, por ejemplo, España, con el fin de incrementar un desarrollo sostenible, además implementar políticas de conservación del medio ambiente. Estos lugares protegidos se les otorgo nuevas funciones como, el uso recreativo, la educación ambiental y lograr fomentar el desarrollo económico. En España se tomó como objetivo dentro de las áreas rurales desfavorecidas y las zonas de montaña, la dinamización económica, de tal manera que se tome muy en serio el preservar las áreas protegidas y así promover un fortalecimiento y cuidado de los espacios naturales (Salmoral & Mendigorri, 2022).

2.1.2.9 Evolución en la oferta turística

Se entiende por evolución en la oferta turística a las modificaciones y cambios que han pasado a lo largo de los años dentro de la industria turística. Dentro de los cambios está la introducción y diversificación de las nuevos destinos y actividades turísticas, con apoyo de la tecnología es más fácilmente poder acceder a información de relevancia para poder llegar a los lugares, además que es eficiente para la promoción

de estos. Entre uno de los ejemplos de la evolución es la creación de cosas vacacionales, apartamentos turísticos y así se logró obtener enfoques más personalizados para lograr obtener mayor satisfacción en los turistas, porque el éxito depende a la capacidad de los ofertantes turísticos en adaptarse a las necesidades y mantener la mejor calidad posible (Schulte, 2003).

Una investigación reciente se centra en la innovación y crecimiento de las casas de alquiler en Castilla-La Mancha, con el fin de dar un análisis exhaustivo de su impacto geográfico, social y temporal. El objetivo primordial es formular un estudio en base a como se ha evolucionado y generado las nuevas maneras de alojamiento de los turistas, como vivienda, apartamentos de turismo, dentro de la región en los 25 años pasados. Dentro del estudio también se evidencia el enfoque de examinar las relaciones positivas entre los recursos culturales y naturales, además de la presencia de infraestructura de las casas de alquiler en los diferentes lugares vacacionales de la región, en que se involucra las áreas rurales y urbanas, donde se evidencia un aumento significativo en la contratación de este tipo de servicios. Las nuevas maneras de alojamiento son bien recibidas por los turistas y esto conlleva a que se tenga una mayor innovación y con ello mayor desarrollo en los sectores que ofrecen este servicio (Prieto, 2011).

2.1.2.10 Higiene y seguridad en el turismo

La higiene y seguridad en el turismo es el conjunto de medidas y normativas que son objeto de práctica, con el fin de otorgar seguridad y bienestar en los visitantes, es importante mencionar que la presencia de los trabajadores y las instalaciones es su primera impresión para determinar la confiabilidad y calidad del lugar. Por ejemplo, en los alojamientos se debe tener una limpieza correcta, para que se pueda prevenir enfermedades que puedan ser transmitidas al turista, por otro lado, también brindar seguridad, como tener el equipamiento necesario en caso de sismo o incendio. Los alimentos que se vayan al servir al huésped deben estar en perfectas condiciones, además de prestar una correcta preparación en su lugar adecuado y con las medidas necesarias. Por otro lado, también al hablar de seguridad se menciona que, al momento

de realizar alguna actividad extrema, se debe tener las medidas de seguridad necesarias, además de contar los equipamientos y una preparación previa. También para que el viaje sea el deseado para el turista en su transporte debe tener el aseo correspondiente, para que no tenga un desagradable viaje. En otros aspectos, él turista siempre debe tener en cuenta al momento de viajar y realizar estas actividades, porque para el turista vuelva, debe tener y contar con todas las medidas y necesidades que lo hagan sentir cómodo.

Mediante un estudio objetivo se establece la relación existente entre la capacitación de higiene y seguridad, además de la fuente de inversión en el trabajo, con la promoción y oferta de los atractivos turísticos, con el fin de cumplir lo que dicen las políticas y regulaciones del turismo. Estos detalles contribuyen a promover las ideas de invertir y mejorar la imagen, de tal manera que ayude y contribuya a la confianza de los visitantes, porque todo esto ayuda a tener las mejores condiciones laborales, con ello se fortalece la inversión realizada en cada uno de los puntos turísticos. La metodología usada en los establecimientos de turismo se incluye la observación, además de plantear una encuesta los que consumen estos servicios, como principales beneficiados de estos, por otra parte, los ofertantes que deben adaptarse a las necesidades de sus visitantes. Se parte con un objetivo claro que es evidenciar cuales son los riesgos más comunes que traen consecuencias y afectan a la inversión, por este motivo los propietarios deben trabajar con estrategias y buscar el apoyo de todos, para de manera conjunta lograr un servicio con mayor eficiencia y calidad (Hernández et al., 2022).

2.1.2.11 Riesgos y amenazas del turismo

Dentro de los riesgos y amenazas del turismo, se encuentran diversas situaciones, mismas que pueden ser de procedencia negativa para la industria turística, porque, si bien es cierto el turista al momento de salir de su casa, tiende a enfrentarse a diversas situaciones en su camino.

Motivo por el cual una investigación que se relacionó estrechamente con los temas de ciberseguridad y turismo aparentemente no tienen que ver entre sí, pero en la actualidad son de carácter de importancia, por su función en la época actual. La

sociedad al seguir de manera conjunta con la tecnología se ha encontrado la necesidad de buscar estrategias y fomentar la seguridad. De tal manera que se pueda preservar la fuente económica proveniente de los lugares turísticos, por aquello se implementa que cada uno de los puntos frecuentados cuenten con la tecnología necesaria, además de contar con seguridad y la higiene sea la adecuada, para evitar cualquier inconveniente con los consumidores. Es importante mantener la mejor presentación del lugar, porque vivimos en una sociedad donde la tecnología actual cada vez es más avanzada, por tal motivo se debe utilizar esa herramienta para ser más eficientes, no solo dejar que las cosas negativas sean las que más sean evidentes (Ávila, 2022).

2.1.2.12 Planificación y gestión de la seguridad

La planificación y gestión de la seguridad son unos procesos que son desarrollos con el fin de crear estrategias, para lo cual es necesario implementar medidas que garanticen la seguridad del sector, en lo cual es importante identificar posibles amenazas, evaluar y con ello prevenir accidentes. En lo que podría aplicarse planes de seguridad, aumentar medidas de control, para poder brindar un entorno seguro y confiable, también dentro de este ámbito entra el sistema de seguridad al momento de que el turista viaje a su destino, que los transportes cuenten con la comodidad y seguridad que cumpla con las necesidades de los turistas.

Un estudio realizado a una entidad pública perteneciente a Breña, se buscó encontrar información relevante que permita encontrar brechas en la infraestructura en los servicios y la relación que existe con la administración. Para diagnosticar el problema se aplicó mediante un documento emitido al municipio del lugar, donde se destacó la necesidad y obligación que tenía en cambiar e innovar, para tener un mejor servicio. La investigación mantuvo como enfoque principal analizar la relación entre la administración del municipio, entre los puntos más importantes la organización, control, dirección y capacidad de respuesta. Donde se aplicó un enfoque cuantitativo correlacional y se adjuntaron datos que se impartieron a 60 usuarios, con un total de 24 preguntas, donde en los datos obtenidos, se resalta que la relación es muy estrecha

entre la calidad de los servicios públicos y los factores de la zona de desarrollo humano (Torres, 2022).

El crecimiento acelerado en las industrias de da por la necesidad de tener y establecer un sistema en la salud y seguridad del trabajo de manera adecuada, esto es realizado con el fin de tener estrategias que permitan un desarrollo eficiente y buscar promover y mejorar el servicio, en base a tener mayor competitividad, para poder realizar la investigación se analizaron bases de datos recopiladas en los años 2016 y 2022, donde se revisaron diferentes estrategias, diseños, con el fin de obtener una gestión adecuada en el entorno del servicio. Los resultados obtenidos resaltan que se mantiene una visión clara al momento de ofrecer calidad y eficiencia, además de la búsqueda de estrategias y posibles alternativas, donde se destaca la importancia que las empresas tengan las medidas necesarias para poder tener un plan que ayude a tener una mejor presentación del atractivo turístico (Rincón et al., 2022).

2.1.2.13 Formación y capacitación en seguridad turística

La Formación y capacitación en seguridad turística se trata del proceso por el cual se deben preparar los trabajadores que sean profesionales y no profesionales, porque están aplicadas en un servicio en conjunto, con el fin de poder tener un ambiente más seguro para las personas que pertenecen al sector, además de los que lo visitan. Porque es importante mencionar que la seguridad el personal, para evitar que existan inconvenientes, como los de tener situaciones de emergencia, secuestros, entre otros. También es importante mencionar que se debe respetar a todo tipo de personas que lleguen a visitar el lugar, porque todos cuentan con los mismos derechos que los demás, para que así todos puedan convivir de manera pacífica y ni se ocasionen inconvenientes y todo este acorde a las necesidades que requiera el cliente.

En el estudio se resalta la importancia de la educación académica y la capacidad de dirigir y aprender a conllevar de manera correcta un atractivo turístico, además se debe centrar en los profesionales que llevan consigo la responsabilidad en el mercado laboral, por el motivo que se utiliza una metodología mixta, en ella se cuenta con grupos focales, encuestas y entrevistas de manera profunda. Donde se quiere encontrar

los problemas que tienen los docentes en las áreas que son estrechamente relacionadas al turismo, por lo cual es evidente que se necesita mayor conocimiento y estudio por parte de los servidores turísticos, con lo cual se pueda evidenciar un cambio significativo con la necesidad de contar con profesionales en el tema y así conseguir mayor eficiencia (Fernández, 2022).

Mediante una investigación que fue enfatizada en analizar la relación entre la seguridad y la calidad que existen en los servicios turísticos, esto se realizó en el distrito de Ayacucho, Perú, durante el periodo del 2022. Para conseguir los datos se realizó un como instrumento una encuesta que se aplicó a 384 individuos que fueron escogidos, con el motivo de que van a elegir la manera cualitativa, mismo que tendrá mayor precisión en vista de los datos obtenidos se evidencio que no hay calidad en los servicios turísticos, además no existe la seguridad que solicita el turista, por lo cual la mayoría de los encuestados no arrojaron respuestas positivas (Marchan et al., 2023).

En un establecimiento turístico es importante que sus empleados tengan la amabilidad y educación necesaria, se debe entender también que muchos de los visitantes no son tan empáticos, pero con mayor razón un servidor turístico debe mostrar respeto y aprender que no hay que ocasionar más caos, sino intentar buscar una solución, además de mostrar que el sector en que se encuentra son profesionales y capaces de resolver cualquier tipo de inconveniente, por otro lado también se debe ser eficiente, todos los aspectos que se puedan mejorar, hay que realizarlos, porque no hay mejor lugar, que donde el clientes se sienta cómodo y se le brinde la mejor experiencia, nunca esta demás un saludo cordial y la amabilidad que todos necesitan.

2.1.2.14 Satisfacción de turista

La satisfacción del turista se trata del grado de satisfacción del turista tiene el momento de un lugar turístico, es un indicador que es muy relevante para poder analizar si el servicio tiene la acogida necesaria, en vista que de ahí puede partir una nueva estrategia, también nuevas ideas que permitan aumentar de manera positiva el estado anímico del visitante. Para detallar la satisfacción, misma que esta influenciada de los factores, como la seguridad, higiene, cultural, entre otras actividades. Un aspecto que

resulta novedoso es que, por medio de la satisfacción del cliente, nacen las buenas referencias, además que los mismos turistas pueden regresar, porque donde hay confianza y respeto, lo más probable es que el cliente volverá.

La investigación realizada está basada en tener información relevante del nivel de agrado del turista, con lo que se relaciona en la incorporación de la tecnología de las comunicaciones y la información, es decir la difusión de los procesos en el área turística, por lo cual se detalla que dentro del turismo debe existir un aumento notorio, porque la inversión es la adecuada, para conseguir un aumento significativo de turistas. Esto conlleva a que también exista crecimiento de empleo, porque todo depende de la acogida del punto turístico, por aquella razón la satisfacción es un punto importante, por lo cual se debe mostrar una gran capacidad de entendimiento al turista, ofrecer las comodidades necesarias, generar confiabilidad, también es importante mencionar que se debe tener una gran presentación en las redes sociales, para que puedan acceder a información que ayude al caso y se obtenga más afluencia turística (Vélez et al., 2020).

2.1.2.15 Casos de estudio y buenas prácticas

Los casos de estudio y nuevas prácticas son las maneras de usar los diferentes campos, además de las situaciones, por las cuales se debe aprender a tener mejores experiencias y aplicar las lecciones de vida, para aprender y ser mejores en el presente y futuro.

En el asunto de estudio se puede detallar la situación según la actividad, por otro lado, se debe tomar cuenta que se debe mantener un propósito, con el fin de obtener resultados más eficientes, donde lo más recomendado para cualquier actividad que implique una investigación más adecuada es aplicar una metodología, de tal manera que se obtenga datos de relevancia y puedan ser manejados en las situaciones pertinentes.

Para mantener buenas prácticas se deben aplicar enfoques y técnicas, mismas que permitan mantener una eficiencia más adecuada y así tener una meta que establezca los objetivos y recomendaciones del caso que ayude a mejorar y obtener mejores resultados. Para tener buenas prácticas, es recomendable tener experiencia y también

se podría guiarse en un estudio previo de situaciones de otras personas, para poder aplicar.

Al referirse a los destinos turísticos se debe tener en cuenta que es una responsabilidad compartida entre los promotores de los destinos turísticos, por que dependen de todos y cada uno de ellos, para poder incentivar a cumplir y hacer que los destinos turísticos sean un lugar con una acogida con mayor magnitud, además que cuenten con un estudio debido que permita tener todos los beneficios y describir todas las actividades, para poder obtener un análisis detallado, porque de ahí depende tener una mayor acogida, además de tener mayores ingresos y así las sostenibilidad económica (Aguirre & Mestanza, 2022).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la información

En el desarrollo del estudio se aplicó un enfoque cuantitativo, esto debido a que en el proceso de investigación se mantuvo resultados cuantitativos. Lo cual permite tener un análisis más detallado de la información recopilada de la encuesta.

3.1.1 Población

En esta investigación, es crucial realizar actividades de recolección de datos en campo con el fin de alcanzar los objetivos establecidos. La población objeto de este estudio abarca a las pequeñas empresas que se dedican a actividades vinculadas al ámbito turístico en el cantón Baños de Agua Santa. Esto incluye tantos lugares naturales, culturales, recreativas, etc. Todas estas actividades son objeto de demanda por parte de los turistas que buscan experiencias únicas y que se encuentran fuera de los recorridos

turísticos convencionales. Según el registro del Municipio de Baños, se identifican un total de 117 atractivos en el cantón (Silva, 2023)

3.1.2 Muestra

Para determinar la muestra en esta investigación, en la fase inicial se procedió a filtrar la base de datos original, que constaba de 117 microempresas. Sin embargo, debido a las condiciones particulares del estudio y a los requisitos mínimos establecidos para la inclusión, centrados en actividades relacionadas con deportes extremos, rafting, puéting, exposición de animales, visitas a las cascadas, entre otros. Se estableció un conjunto final de 53 microempresas turísticas, con el fin de obtener información actualizada y precisa del cantón Baños de Agua Santa, teniendo como dato relevante que se excluyeron 64 microempresas que no contaban con las características mencionadas. Este proceso de muestreo fue no probabilístico y basado en criterios, siendo la decisión del investigador determinante, al analizar todas y cada uno de estos establecimientos turísticos y llegar a una conclusión determinante para el éxito de la investigación (León, 2017).

3.1.3 Fuentes primarias

Se realizó una exhaustiva encuesta a los representantes de los atractivos turísticos de Baños de Agua Santa, la entrevista tuvo una duración de dos semanas, teniendo como objetivo recopilar datos actualizados. La encuesta, aborda aspectos cruciales de la industria turística de la localidad, desde el nivel de afluencia hasta la eficacia de los planes y estrategias de promoción. La elección del periodo en que se realizó la entrevista permitió analizar posibles variaciones estacionales, debido a que aborda temas sobre la afluencia en cada mes del año por parte de los turistas y así otorga solidez y confiabilidad en los resultados.

3.1.4 Fuentes secundarias

En esta investigación enfocada a los atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa, se recurrió a fuentes secundarias, con el fin de respaldar y tener un sustento con el nivel requerido para esta investigación, para lo cual se buscó información en papers, libros. En lo cual se encontraron una base teórica sólida, además de tener fuentes relevantes de historia y la economía del turismo, por otro lado, los papers se encontró información más precisa de tendencias, nivel de afluencia, estrategias, calidad del servicio, entre otros temas que se abordan a nivel mundial. Con toda la información recolectada se puede tener una perspectiva más grande, además de un nivel de confianza con mayor garantía, para el éxito de la investigación.

3.1.5 Técnicas

La técnica utilizada para la investigación fue la encuesta, que se llevó a cabo cara a cara con los responsables de cada uno de los 53 establecimientos turísticos del cantón Baños de Agua Santa. De esta manera, se logró una participación de los encuestados y se aclararon posibles dudas o confusiones sobre las preguntas directamente. La supervisión directa del proceso de recolección de datos permitió obtener información relevante para el desarrollo del trabajo.

3.1.6 Instrumentos

Se elaboró un cuestionario dirigido a los representantes de los atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa. Este instrumento de recopilación de datos se enfocó en abordar aspectos cruciales relacionados con la gestión, promoción, calidad de servicio, y otros temas relevantes. El objetivo era obtener una comprensión detallada del nivel de afluencia turística en este sector y cómo contribuyen a la innovación y la búsqueda de estrategias para mejorar la calidad del servicio. Se hizo hincapié en la necesidad de mantener la competitividad a nivel mundial en el área turística, dada la riqueza de la ciudad en recursos naturales. Este enfoque permitió recopilar la información necesaria para el estudio.

3.2 Tratamiento de la información

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, esto debido a que los métodos se basan en ese tipo de datos, donde se mantuvo un nivel descriptivo correlacional. Este abordaje se concretó mediante la aplicación de tablas de frecuencia, números índices, análisis factorial e índices de proporcionalidad. Los resultados derivados de la encuesta se sometieron a un detallado proceso de tratamiento y análisis, enfocándose en depurar las fuentes primarias y secundarias. Se trabajó con datos cuantitativos, producto de la aplicación de la encuesta a los representantes de los establecimientos turísticos, con el propósito de alcanzar y presentar los objetivos establecidos en esta investigación. Este enfoque mantuvo como prioridad asegurar la fiabilidad, solidez y relevancia necesaria en los resultados recopilados en el estudio de los atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa.

3.2.1 Estudio descriptivo

Para cumplir con el objetivo específico uno, se emplearon tablas de frecuencia y números índices. Estas herramientas facilitaron la definición del comportamiento y la estructura de las empresas en el sector, considerando la fecha de creación, los ingresos totales, los costos totales, los gastos totales y las utilidades de estas empresas. A través de estas metodologías, se logró realizar un primer acercamiento al sector, permitiendo entender cuáles eran las empresas más antiguas, aquellas que generaban mayor utilidad, las que tenían mayores costos. Este enfoque nos acercó a comprender la oferta turística proporcionada por el cantón y, de manera simultánea, la gestión de sus recursos.

El estudio descriptivo que se realizó proporciona una perspectiva integral en base a la dinámica turística en el cantón, tomando en cuenta aspectos claves a través de análisis concretos. Donde para realizar las tablas de frecuencia se realizó el cálculo mediante los resultados obtenidos de la encuesta, representado los datos mediante porcentajes. De ahí se analizó las preferencias temporales de los visitantes, se resaltó la importancia de entender cuándo prefieren visitar los atractivos, información crucial para la gestión de horarios y promociones específicas en las temporadas que son propicias. Se detalla también la preferencia de los medios de transporte, permite tener una visión esencial para adaptar la infraestructura y mejorar la accesibilidad.

Mediante el cálculo de los números índices, que se referenciaron mediante los porcentajes obtenidos de las tablas de frecuencia, se pudo representar figuras de barra, para facilitar la comprensión de los resultados obtenidos. Este proceso otorgó un estudio más detallado sobre la importancia de la promoción y la innovación en los establecimientos turísticos enfatizó la necesidad de adaptarse a los gustos y preferencias del mercado turístico. El análisis dentro de los emprendimientos muestra la causa y motivación que existe detrás de la creación de establecimientos turísticos, proporcionando una comprensión más clara de las respuestas a oportunidades y nuevos desafíos dentro del sector. Por otra parte, se destacó la relevancia de una gestión atractiva, basándose en el cumplimiento de normas y el reconocimiento a los servidores turísticos que son eficientes respecto a la calidad de servicio, ofreciendo información crucial sobre los estándares de eficiencia, calidad y seguridad y la notoria competitividad en el mercado turístico nacional. El enfoque descriptivo permitió analizar los resultados más allá de los datos numéricos, se exploró aspectos importantes que explican cómo se debe brindar un servicio con eficiencia, a través del análisis de los gustos y preferencias del turista.

3.2.2 Estudio correlacional

Se aplicó un análisis factorial, además se formuló de índices de proporcionalidad. Estas herramientas estadísticas resultaron óptimas para definir cuáles eran las variables más importantes dentro de la información recolectada. En consecuencia, se utilizó este análisis para identificar las actividades más relevantes de estas empresas y obtener información actualizada que ayudó en la toma de decisiones y generó ideas innovadoras entre los propietarios de los establecimientos turísticos.

En el análisis factorial de los componentes de los atractivos turísticos, se identificaron cinco grupos relevantes. Donde se resalta; el horario preferido de visitas, cumplimiento de normas y la identificación de meses de mayor afluencia, la importancia de actividades nocturnas y prácticas ambientales, la relevancia de la innovación, el apoyo a causas naturales, entre otras. Estos hallazgos permitieron obtener una comprensión

integral de los factores claves que influyen en la gestión de los recursos turísticos de la ciudad de Baños de Agua Santa. De esa manera se pudo relacionar estos grupos según su nivel de importancia y como mejora la calidad del servicio, en base a las demandas turísticas.

Los índices de proporcionalidad revelaron las relaciones en función a las actividades turísticas en los establecimientos del sector. Tomando en cuenta los 5 grupos relevantes, según su nivel de importancia, en función a las actividades que se realizan. Donde se tomó como referencia a la experiencia turística integral, al mostrar una relación significativa con la preferencia por hábitos y frecuencia turística, así como con la innovación, actividades y difusión turística. Estos índices proporcionan una visión más comprensible de cómo estos aspectos se entrelazan, marcando la necesidad de abordarlos de manera integral para mantener la calidad y eficiencia en los servicios turísticos del cantón.

3.3 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable dependiente: Oferta de los atractivos turísticos

Conceptualización	Categorías/ Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medida	Técnica/ Instrumento
El turismo, como sector de la economía nacional, está estrechamente vinculado con la economía en general. funciona como un mercado de servicios turísticos en el que la oferta y la demanda son elementos determinantes (Blanco López et al., 2015).	Atractivos turísticos	Planta turística / servicios	¿Con qué frecuencia usted informa sobre el producto turístico del atractivo al turista?	Nominal	Encuesta/ Cuestionario
			¿Con qué frecuencia usted implementa innovaciones en sus atractivos?	Nominal	
		Actividades que se practican en el atractivo	¿Quién desarrolló el atractivo?	Nominal	
			¿Con qué frecuencia usted implementa una actividad adicional al atractivo?	Nominal	
		Políticas y regulaciones	¿El establecimiento cuenta con el permiso de funcionamiento?	Nominal	
			Indique qué tan importante son los métodos formales de propiedad que utilizan el atractivo	Nominal	
		¿Los turistas cumplen con las políticas y normas del atractivo al momento de realizar las actividades?	Nominal		

		En cuanto al turismo nacional y cantonal, ¿con qué frecuencia su atractivo tiene algún reconocimiento?	Nominal
Difusión atractivo	del	¿Cree usted que promocionar por medios de redes sociales ha obtenido más demanda?	Nominal
		¿Qué tan importante cree usted que es necesario contratar un equipo de marketing para sus redes sociales?	Nominal
		¿En qué mes del año frecuentan más turistas?	Nominal
		¿Qué tan importante son los siguientes aspectos al momento de contratación del personal?	Nominal
		¿Con que frecuencia usted capacita a sus empleados?	Nominal
		¿Cuántos años de experiencia tiene el propietario en ofrecer servicios turísticos?	Nominal

Nota: Operacionalización de la oferta de los atractivos turísticos; Fuente: elaboración propia.

Tabla 2

Operacionalización de la variable independiente: Higiene y seguridad turística

Conceptualización	Categorías/ Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medida	Técnica/ Instrumento
La gestión del turismo es una estratégica que involucra la organización, dirección y planificación, de actividades que se relacionan con la industria del turismo (Vanegas et al., 2017).	Higiene y seguridad turística	Accesibilidad y conectividad	¿Cuál es el horario en que el que el turista más frecuenta?	Escala Nominal	Encuesta
			¿En relación con distancia/tiempo ¿Qué tiempo le toma al turista llegar al atractivo desde el centro de Baños?	Nominal	
		Estado de conservación e integración sitio/entorno	¿En qué medios de transporte el turista frecuenta al atractivo?	Nominal	
			¿Con qué frecuencia el turista requiere de su Wifi?	Nominal	
			¿Con qué frecuencia asisten turistas con discapacidad?	Nominal	
			¿Qué tan importante considera los siguientes aspectos a elegir en esta zona para crear su emprendimiento?	Nominal	
			¿Qué tan importante cree que usted que la iluminación del atractivo genera un gran impacto en el medio ambiente?		
			¿Con qué frecuencia usted realiza las siguientes actividades?	Nominal	
			¿Su atractivo aplica los protocolos de bioseguridad?	Nominal	
			¿Con qué frecuencia usted aplica las normas de higiene en el atractivo?		

Nota: Operacionalización de la higiene y seguridad turística; Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados y discusión

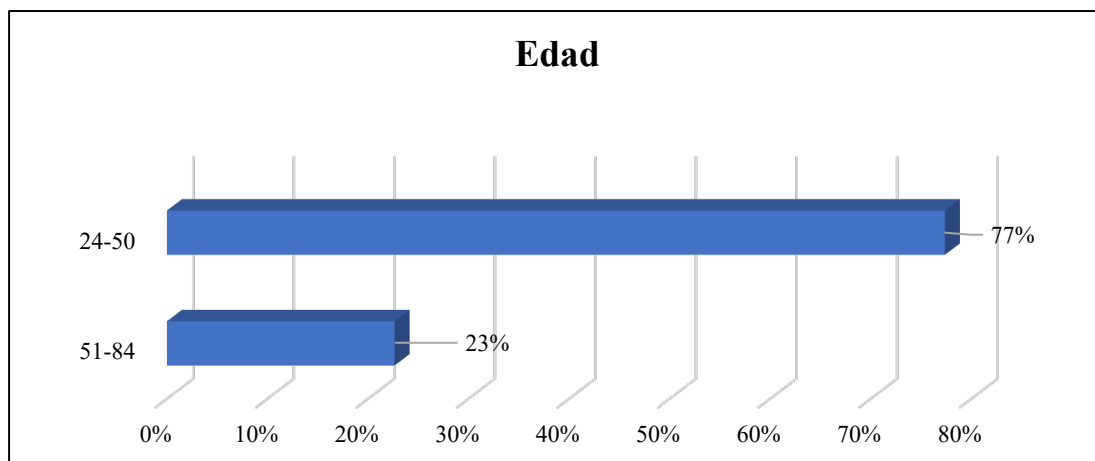
El presente estudio recopiló información a través del trabajo de campo que incluyó a los representantes y administradores de los atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa. Los involucrados respondieron de manera eficiente a todas y cada una de las preguntas formuladas en la encuesta, misma que resultó ser muy útil y sirvió como base para alcanzar los objetivos propuestos.

Los resultados de la encuesta fueron sometidos a un análisis detallado y tabulados mediante el empleo del software estadístico SPSS, que facilitó la creación de tablas de frecuencia para la categorización de los datos, así como la generación de números índices que permiten la comparación de variables en función de su importancia relativa. Un análisis factorial y los índices de proporcionalidad, que facilitan el análisis y relacionan las variables según su nivel de importancia, para identificar el eficiente uso de los recursos para la gestión turística en Baños de Agua Santa.

La utilización de estas herramientas posibilitó una evaluación minuciosa de cada pregunta, y así permitió la elaboración de tablas y gráficos de barras que facilitan el análisis de cada variable, tanto las dependientes como las independientes. De este modo, se alcanzó una representación visual clara y precisa de la relevancia de los elementos asociados al problema y a los objetivos establecidos en la investigación.

Figura 1

Edad

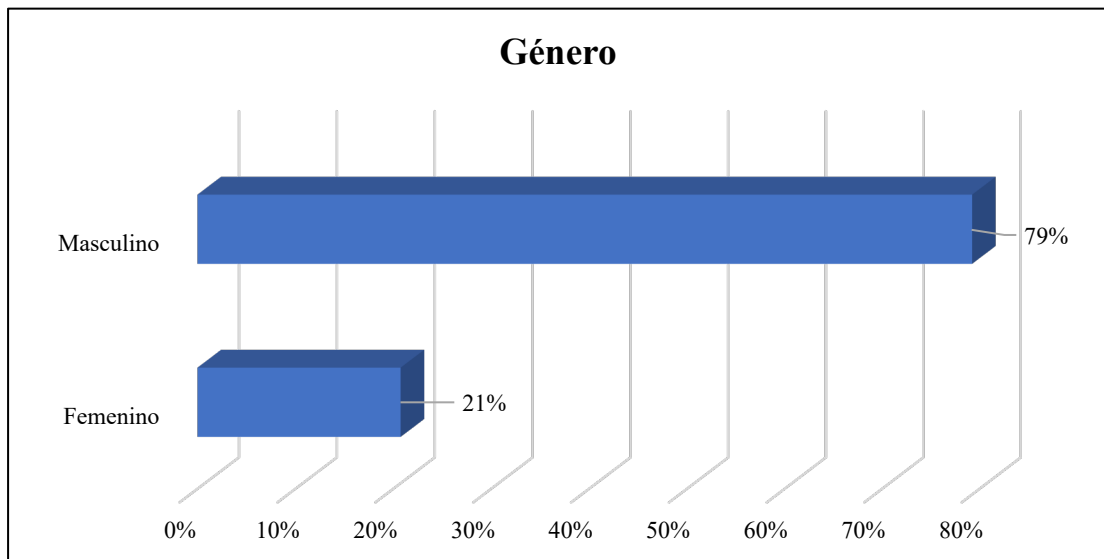


Nota. Edad de los representantes de los atractivos turísticos. Fuente: Elaboración propia

En la Figura 1, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los representantes de los atractivos turísticos del cantón Baños de Agua Santa. De un total de 53 encuestas, donde se destaca que el 77% de la población encuestada se encuentra en un rango de edad comprendido entre los 24 y 50 años. Por otro lado, el 23% de los involucrados tienen edades comprendidas entre los 51 y 84 años. Estos datos manifiestan la supremacía de individuos jóvenes, con edades menores a 50 años, donde no solo se resalta su juventud, sino también su nivel de capacitación y creatividad. Esta parte de la población exhibe una visión actualizada, apoyada en su formación y experiencia, lo que influye en nuevas ideas y enfoques innovadores (Aparicio et al., 2021).

Figura 2

Género

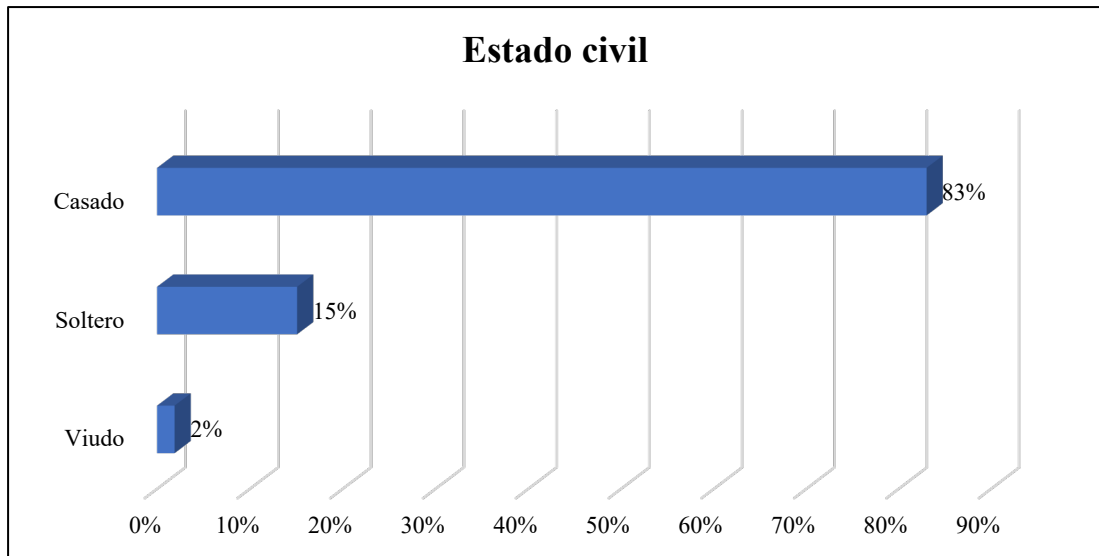


Nota. Género de los representantes de los atractivos turísticos. Fuente: Elaboración propia

En la figura 2 se detalla la distribución de género entre los propietarios de los atractivos turísticos, donde los datos revelan que el 79% de los propietarios son hombres, mientras que el 21 % son mujeres. Esta desigualdad muestra una diferencia significativa en el dominio de los hombres en la gestión de los establecimientos turísticos, con un marcado desequilibrio en la interpretación de género. La razón sensata podría ser el dominio histórico de los hombres en la gerencia, esto se atribuye a la cultura arraigada organizacional que se basa en valores masculinos, como podría ser la orientación al logro, control jerárquico y competitividad, que habitualmente han predominado y limitado la participación de las mujeres en funciones directivas (García et al., 2021).

Figura 3

Estado civil

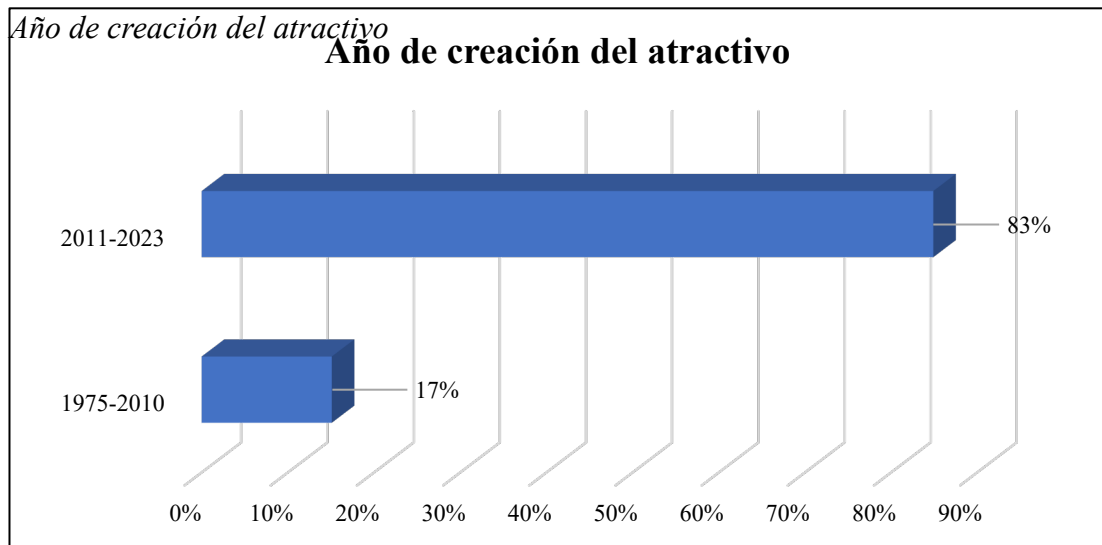


Nota. Se muestra el estado civil de los representantes de los atractivos turísticos.

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 3, se muestra la distribución del estado civil de los encuestados, notablemente que el 83% se identifica como casados. En cambio, un 15% se cataloga como solteros, y solo un 2% experimentó el divorcio. Esta descripción refleja en su mayoría existe el predominio por parte de los casados, quienes son los representantes de los atractivos turísticos, eso quiere decir que la tendencia apunta a que los gerentes son personas comprometidas con responsabilidades extras, lo que podría influir de manera significativa en su enfoque emprendedor, sensato y responsable con el éxito a largo plazo de los establecimientos turísticos (Hernández et al., 2022).

Figura 4

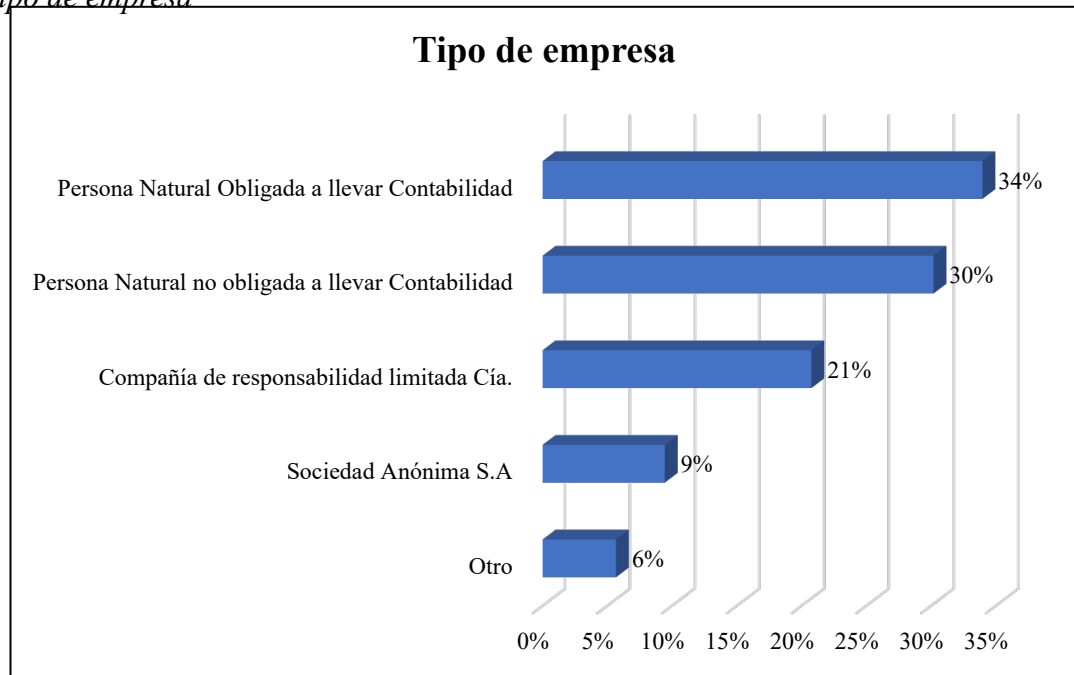


Nota. Se muestra el año de creación de los atractivos turísticos. Fuente: Elaboración propia

En la Figura 4, se presenta el año de creación de los atractivos turísticos, donde se evidencia que la mayoría de los establecimientos, se crearon desde el año 2011 hasta la actualidad con una relevancia del 83%. En cambio, solo el 17% de los puntos turísticos se establecieron en el periodo establecido entre 1975 y 2010. En estos datos se evidencia que la innovación y la visión emprendedora han tenido un crecimiento continuo en la última década, lo que ocasiono la creación de la mayoría de los establecimientos. Esto refleja la adaptabilidad del cantón Baños de Agua santa para satisfacer la demanda turística y ofrecer diversas actividades de aventura, riesgo y diversión. Así, el cantón se destaca por su riqueza natural y excelencia turística. Es evidente que la creación de nuevos atractivos dentro de zonas turísticas, son constantes en la última década, debido a la gran demanda y las ideas innovadoras que pueden tener un éxito rotundo dependiendo de una planificación adecuada (Tite et al., 2021).

Figura 5

Tipo de empresa

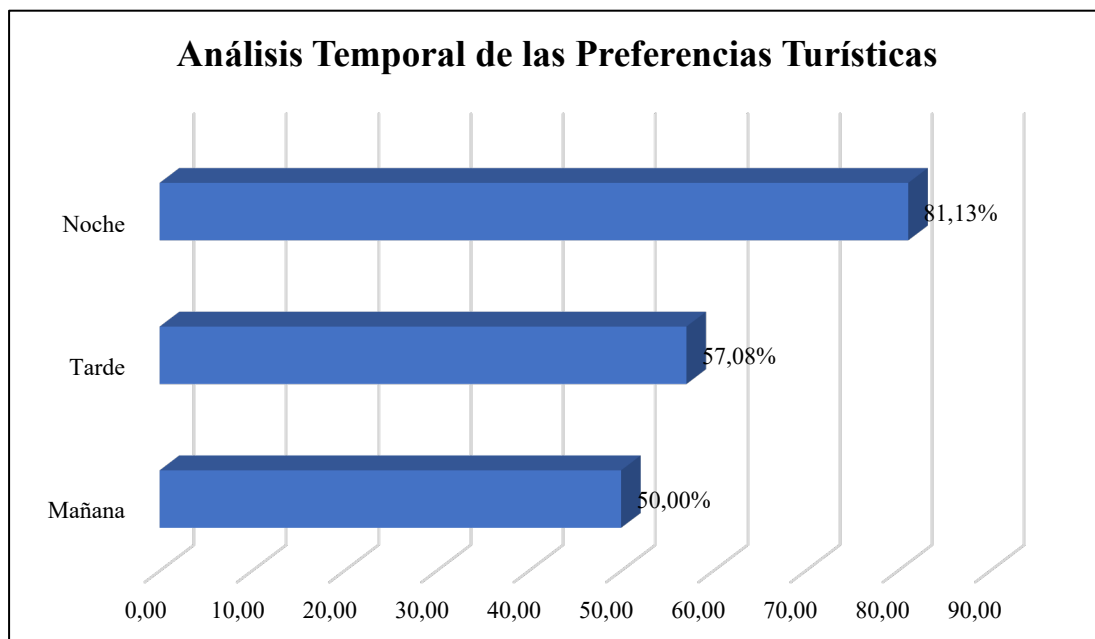


Nota. Se muestra el tipo de empresa. Fuente: Elaboración propia

En la figura 5, se detalla la clasificación de los establecimientos turísticos según el tipo de empresa perteneciente al Cantón Baños de Agua Santa. Donde los datos reflejan la predominancia de las Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad, que representa el 34%, seguidas por las empresas de personas naturales no obligadas a llevar contabilidad con un 30%. Mientras las compañías de responsabilidad limitada S.A tienen un 21 %. También se observa un menor porcentaje para otros tipos de empresas que alcanzan el 6%. Esto quiere decir que la mayoría de estos establecimientos dedicados al turismo, están sujetos a la obligación de llevar contabilidad, la razón lógica radica en la cantidad de ingresos que tenga anualmente la empresa (Niebles et al., 2020).

Figura 6

Análisis temporal de las preferencias turísticas



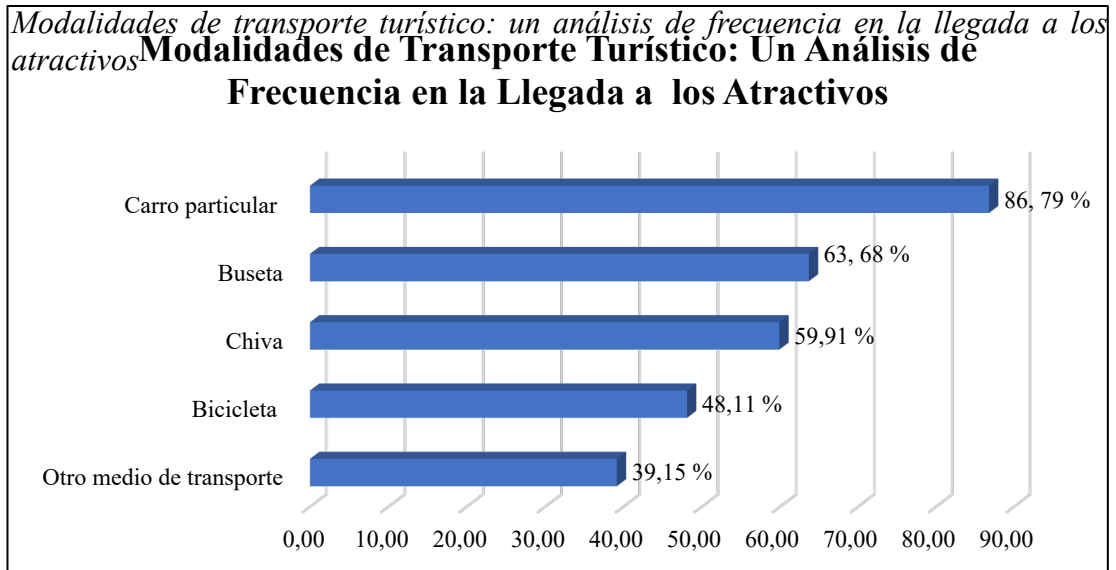
Nota. La figura muestra la frecuencia en que los turistas visitan los atractivos turísticos.

Fuente: Elaboración propia

En la figura 6, se presenta un análisis temporal de las preferencias turísticas, donde destaca el 81.13% de los turistas prefiere visitar los atractivos en la noche, maravillados por los miradores novedosos e iluminación decorativa. Así mismo, el 57.08% opta por visitas en la tarde, horario en el cual se puede disfrutar de los deportes extremos y lugares de aventura, mientras que las visitas por la mañana, aunque menos frecuentes con un 50%, también tienen relevancia, ya que depende de la preferencia y disponibilidad de tiempo del turista, además de otros factores importantes como: el horario de atención y ofertas de temporada.

La preferencia por visitar lugares turísticos en la noche se debe a la generación de nuevas experiencias íntimas y distintivas. La iluminación adecuada y eventos nocturnos, impulsados por la innovación, crean lugares únicos que ofrecen una realidad distinta a lo cotidiano (Velázquez & Balslev, 2020)

Figura 7



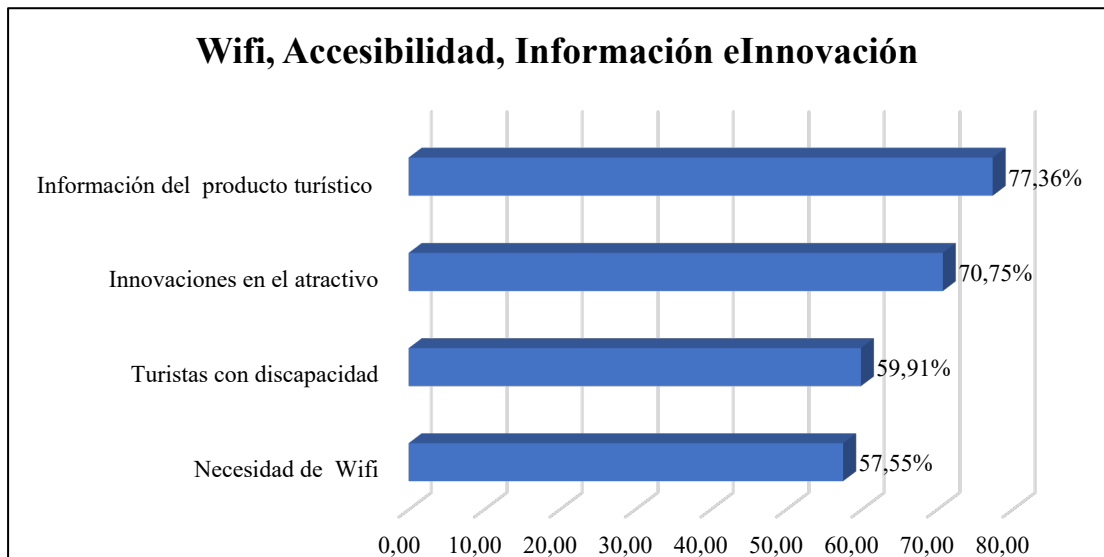
Nota. La gráfica muestra la modalidad de transporte turístico. Fuente: Elaboración propia

En la Figura 7, se destaca que el 86.79 % de los turistas que prefieren viajar en carro particular como su principal medio de transporte para llegar al atractivo. Además, un significativo 63.68 % opta por la buseta, mientras que un 59,91 % prefieren ir en un tour de chiva. Por otra parte, están el 48,11% de las personas que prefieren el ciclismo y con un menor porcentaje que es el 39.15 % eligen otras modalidades de transporte, como motos, taxis o camiones.

La razón por la cual los turistas prefieren usar el transporte particular se debe a que les permite tener una mayor facilidad y rapidez al momento de transportarse, además de poder ser quienes escojan la ruta y llegar al destino que deseen, en el tiempo que les sea pertinente según su tiempo libre, tener mayor libertad y experiencias nuevas (Molina & Arias, 2016).

Figura 8

Turismo: wifi, accesibilidad, información innovación

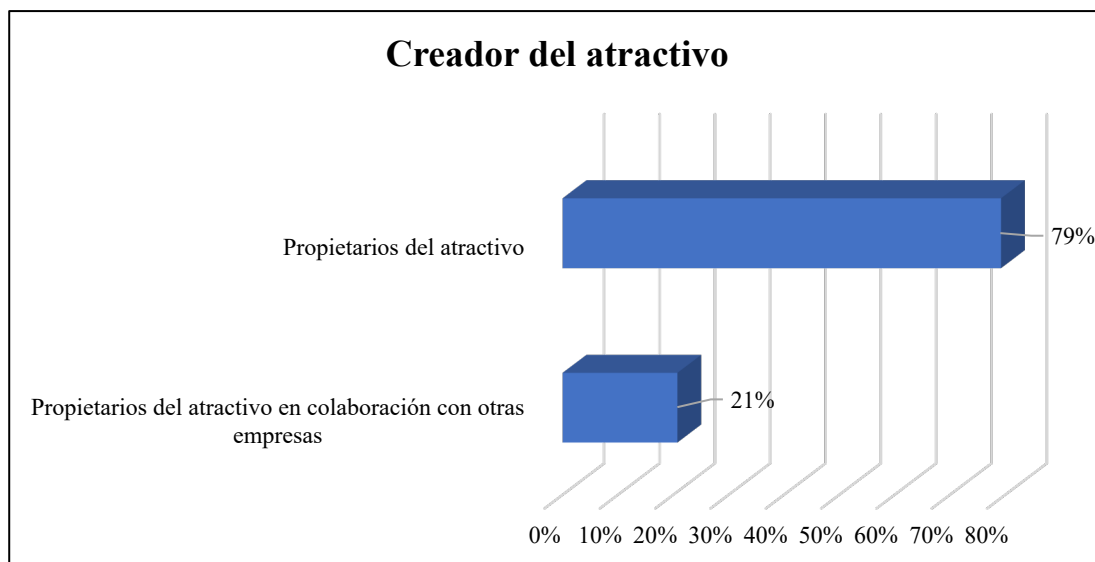


~~Nota. Se muestra la frecuencia de uso de: Wifi, Accesibilidad, Información e~~
Innovación. Fuente: Elaboración propia

En la figura 8, se destaca la importancia asignada a la difusión de servicios turísticos mediante información adecuada y con notoriedad alcanza un 77,36%. Esto indica un esfuerzo significativo por parte de los dueños de los establecimientos turísticos para difundir los servicios que ofrecen. Además, se observa que la innovación los establecimientos es frecuente, con un 70,75%, lo cual muestra una constante preocupación por introducir nuevas ideas y mejorar la calidad del servicio. Es relevante destacar que el 59,91% de los lugares turísticos reciben la visita de personas con discapacidad, lo que promueve la necesidad de que los establecimientos turísticos cuenten con infraestructuras adecuadas para facilitar su acceso. Mientras el 57,55% de los encuestados expresaron la necesidad de contar con wifi durante su visita, lo que muestra la importancia de la conectividad para la mayoría de los visitantes, posiblemente por motivos personales o necesidades prácticas durante su estancia (Hernández et al., 2022).

Figura 9

Creador del atractivo



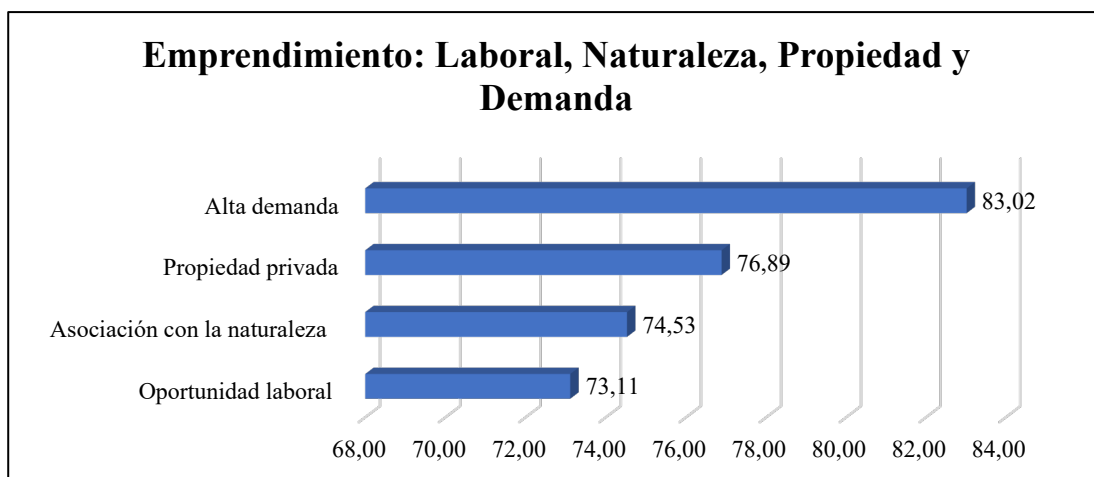
Nota. Se muestra el creador del atractivo. Fuente: Elaboración propia

La figura 9 presenta a los fundadores de los establecimientos turísticos. Se destaca que la mayoría de los propietarios de atractivos turísticos optan por emprender de manera individual, lo que se ve reflejado en un 79%. En cambio, un 21% pertenece a propietarios que han optado por colaborar con otras empresas en la creación de sus establecimientos turísticos.

La razón de que prevalezca el emprendimiento de manera individual nace del ingenio y creatividad personal del emprendedor, y así se refleja su capacidad e imaginación. Además, tiene mayor facilidad al momento en la toma de decisiones y puede implementar innovaciones de manera directa, en cambio, la colaboración genera diversidad de ideas y recursos, lo que ocasiona desacuerdos y mayor complejidad en la administración de los atractivos turísticos (Gómez & Ramírez, 2021).

Figura 10

Emprendimiento: laboral, naturaleza, propiedad y demanda



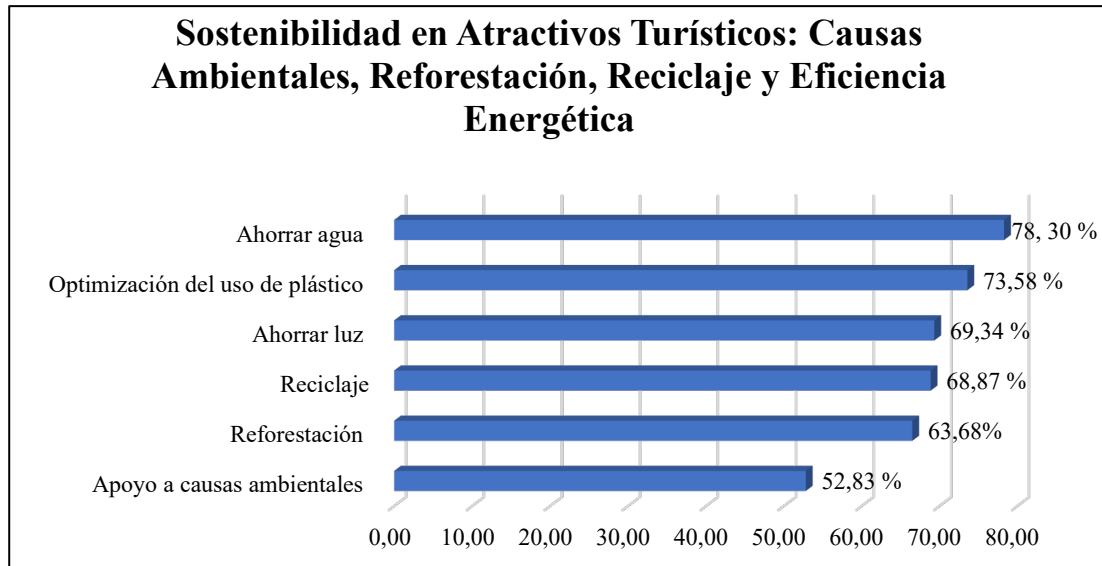
Nota. Se muestra el Emprendimiento: Laboral, Naturaleza, Propiedad y Demanda.

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 10, se analiza el emprendimiento desde las perspectivas laboral, de propiedad, naturaleza y demanda. Se destaca la relevancia de la alta demanda, que alcanza notoriedad en un 83,02%. Esta demanda no solo se refleja en la rentabilidad de los emprendimientos turísticos, sino que también contribuye a la generación de ingresos sostenibles a la empresa y la creación de empleo. El factor de propiedad privada tiene una importancia significativa del 76,89%. Además, la asociación con la naturaleza, característica de la mayoría de los establecimientos turísticos del cantón, y la oportunidad laboral reciben unas significativas ponderaciones del 74,53% y 73,11%, respectivamente. Estos factores desempeñan un papel crucial en el mejoramiento de la calidad del servicio, y así contribuyen a generar mayor competitividad e ingresos para asegurar la rentabilidad de los establecimientos (Polanco, 2017).

Figura 11

Sostenibilidad en atractivos turísticos: causas ambientales, reforestación, reciclaje y eficiencia energética

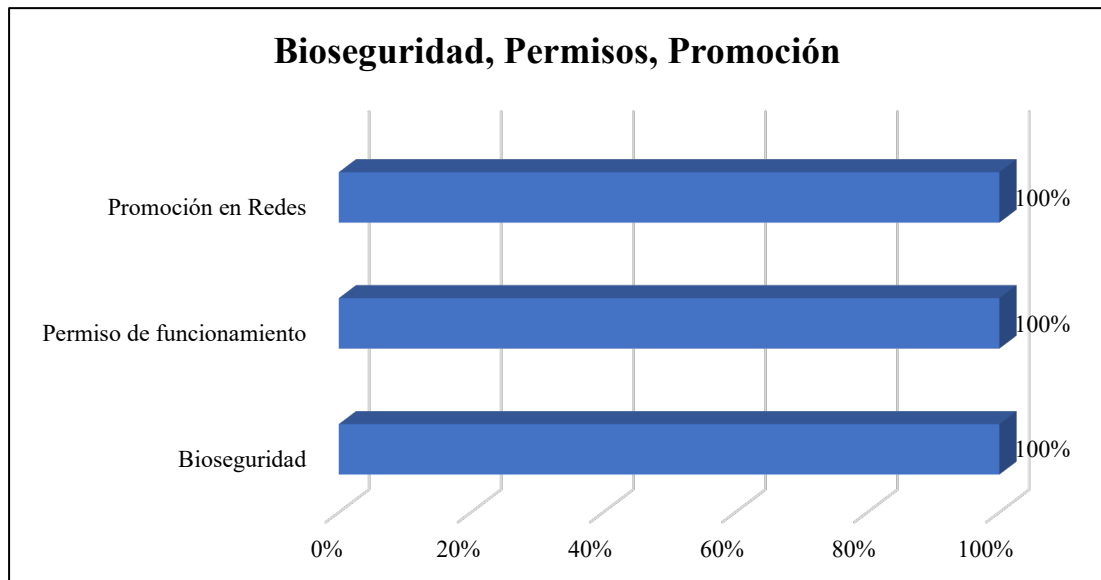


Nota. Se muestra la sostenibilidad en Atractivos Turístico. Fuente: Elaboración propia

En la figura 11, se aborda la sostenibilidad en los atractivos turísticos, donde resalta una importancia significativa en el ahorro de agua, con un destacado 78.30%. Así mismo, la optimización en el uso de plástico donde se refleja un nivel de importancia del 73.58%. Sin embargo, aspectos como el ahorro de luz, reciclaje y reforestación muestran porcentajes inferiores. Es notable que el apoyo a causas ambientales tiene un porcentaje significativamente inferior, situándose en un 52.83%. Es importante destacar el ahorro de agua en los atractivos turísticos debido a su impacto directo en la sostenibilidad y preservación de recursos naturales, esto debido a que contribuye de manera directa al cuidado del entorno y la calidad del servicio turístico (Tarlow & Korstanje, 2016)..

Figura 12

Bioseguridad, permisos, promoción

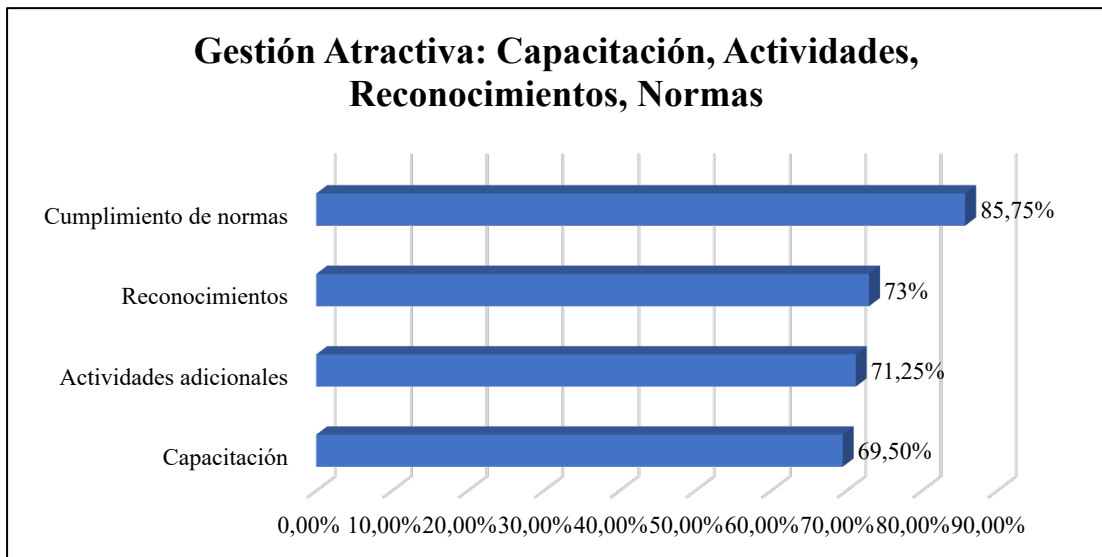


Nota. Bioseguridad, Permisos, Promoción. Fuente: Elaboración propia

En la figura 12, se aborda la bioseguridad, permisos y promoción, donde destaca la crucial importancia de llevar a cabo promociones en redes sociales, obtener los permisos de funcionamiento y adherirse a rigurosos protocolos de bioseguridad. Los datos muestran una perspectiva muy positiva, ya que la totalidad de los encuestados afirmó que estos tres aspectos poseen una importancia del 100% al crear y mantener en óptimas condiciones sus establecimientos. Este enfoque integral garantiza no solo la conformidad con normativas y medidas de seguridad, sino también la promoción efectiva del negocio y así contribuyen a mejorar la calidad del servicio y mantener una competitividad destacada frente a otros oferentes (Ashley et al., 2006).

Figura 13

Gestión Atractiva: capacitación, actividades, reconocimientos, normas

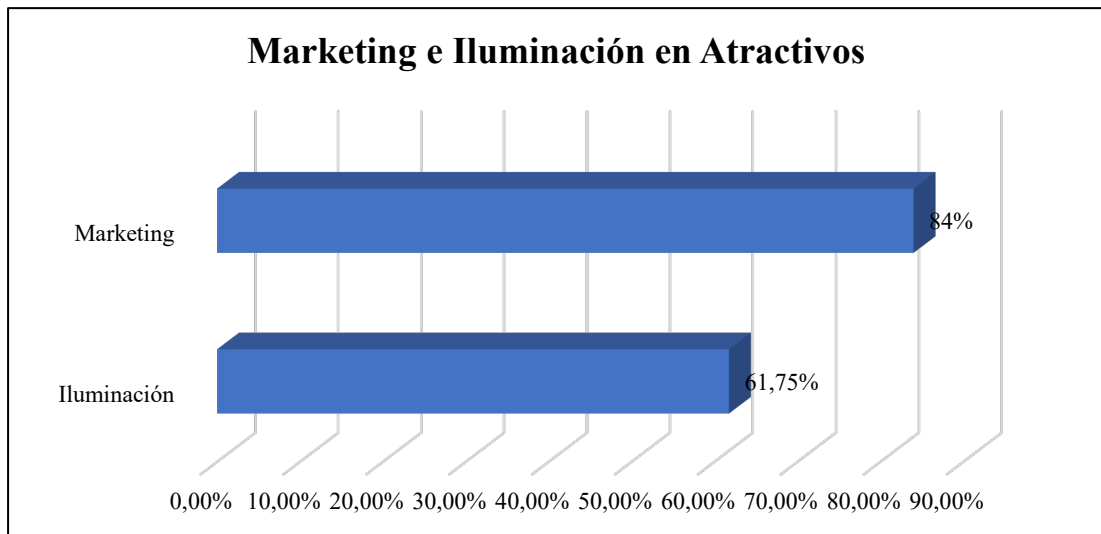


Nota. Se muestra la gestión atractiva. Fuente: Elaboración propia

En la figura 13, se destaca la relevancia de una Gestión Atractiva, enfocándose especialmente en el cumplimiento de las normas, con una marcada tendencia significativa del 85,75%. Los reconocimientos, como premios a los servidores eficientes con la seguridad necesaria, obtienen un satisfactorio 73%, susceptible de mejoras con el tiempo. Las actividades adicionales se implementan con una frecuencia del 71,25%. Contrariamente, la capacitación de los empleados parece tener menor relevancia, posiblemente debido a las capacitaciones y experiencia previa de los empleados antes de asumir sus roles laborales (Jaramillo et al., 2020).

Figura 14

Marketing e iluminación en atractivos

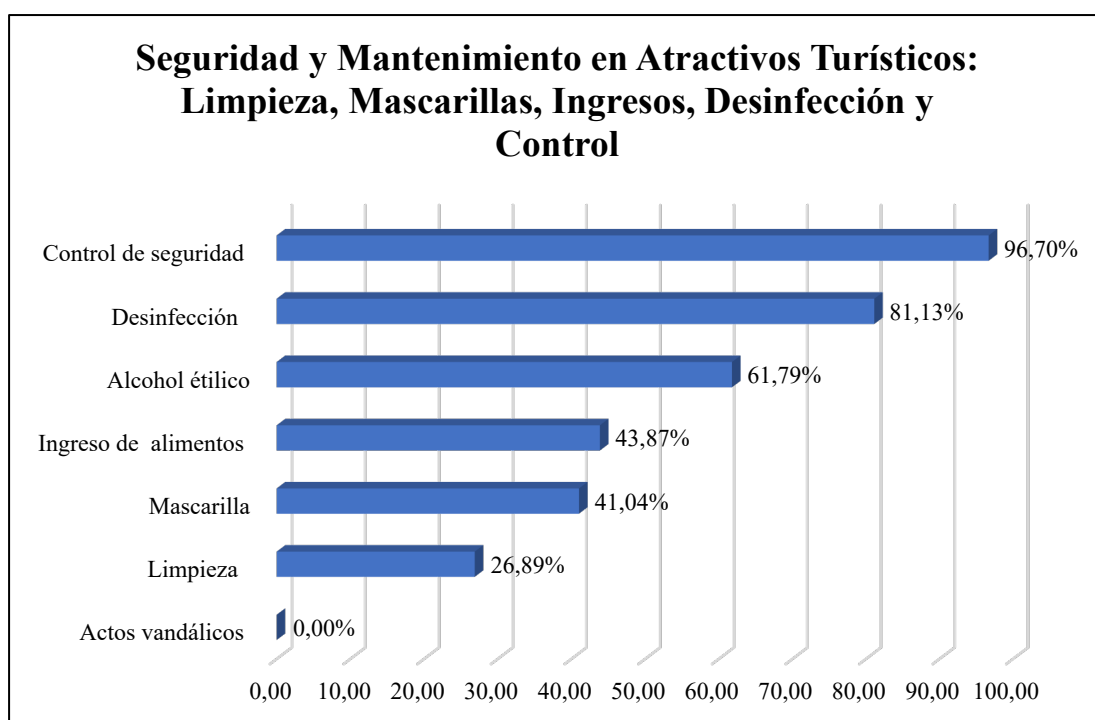


Nota. Se muestra el marketing e iluminación. Fuente: Elaboración propia

En la figura 14, se resalta la importancia del Marketing e Iluminación en los establecimientos turísticos. El marketing, crucial para la promoción y manejo en redes sociales, así como la publicidad del atractivo turístico, alcanza una relevancia del 84%. Por otro lado, la importancia de la iluminación en los atractivos turísticos varía según las actividades, y así obtiene una significancia del 51.75%. Se evidencia que la iluminación cobra mayor importancia en los atractivos que operan durante la noche, como miradores y senderos, entre otros. Los miradores y senderos turísticos son los puntos que mayor relevancia le dan a la iluminación, por que cumple con diferentes funciones como: brindar la seguridad de los visitantes y mejorar la experiencia con un adecuado diseño lumínico que resalte las características del lugar (Velázquez & Balslev, 2020).

Figura 15

Seguridad y mantenimiento en atractivos turísticos



Nota. Se muestra la Seguridad y Mantenimiento en Atractivos Turísticos. Fuente: Elaboración propia

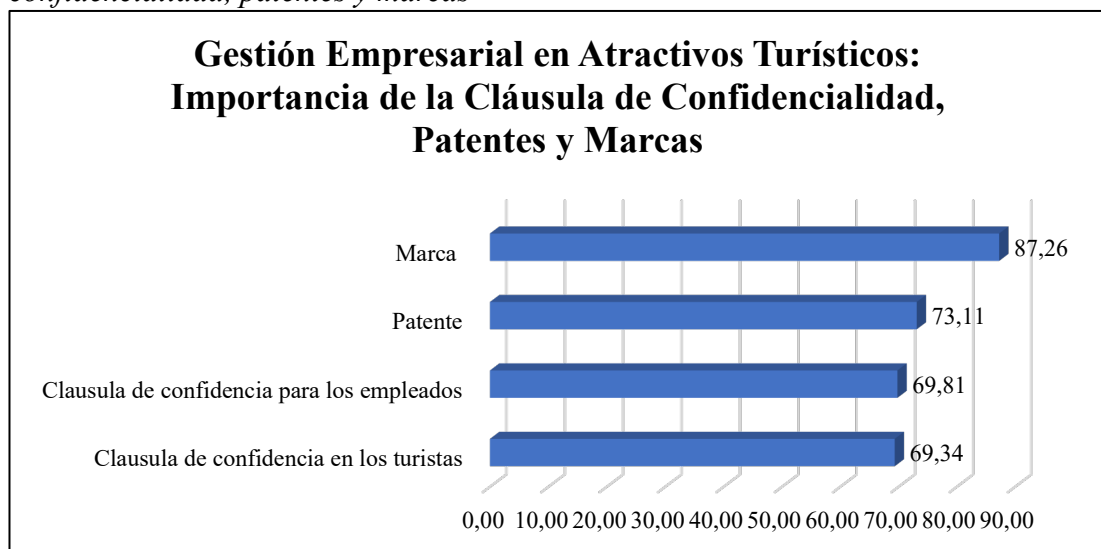
En la figura 15, se resaltan aspectos críticos en Atractivos como Seguridad y Mantenimiento, donde el control de seguridad sobresale con un significativo 96,70%, seguido de la desinfección con un notable 81,13%. Además, el uso de alcohol étílico tiene una relevancia del 61,79%. Además, el dato positivo es la escasa trascendencia de los actos vandálicos, con un porcentaje nulo, señala la eficacia en la seguridad de los atractivos turísticos.

La seguridad adquiere una mayor importancia debido a la necesidad de garantizar experiencias agradables y proteger a los turistas. Un control de seguridad eficiente,

con un elevado nivel de relevancia, asegura una reputación positiva y contribuye al bienestar de los visitantes (Tarlow & Korstanje, 2016).

Figura 16

Gestión empresarial en atractivos turísticos: importancia de la cláusula de confidencialidad, patentes y marcas



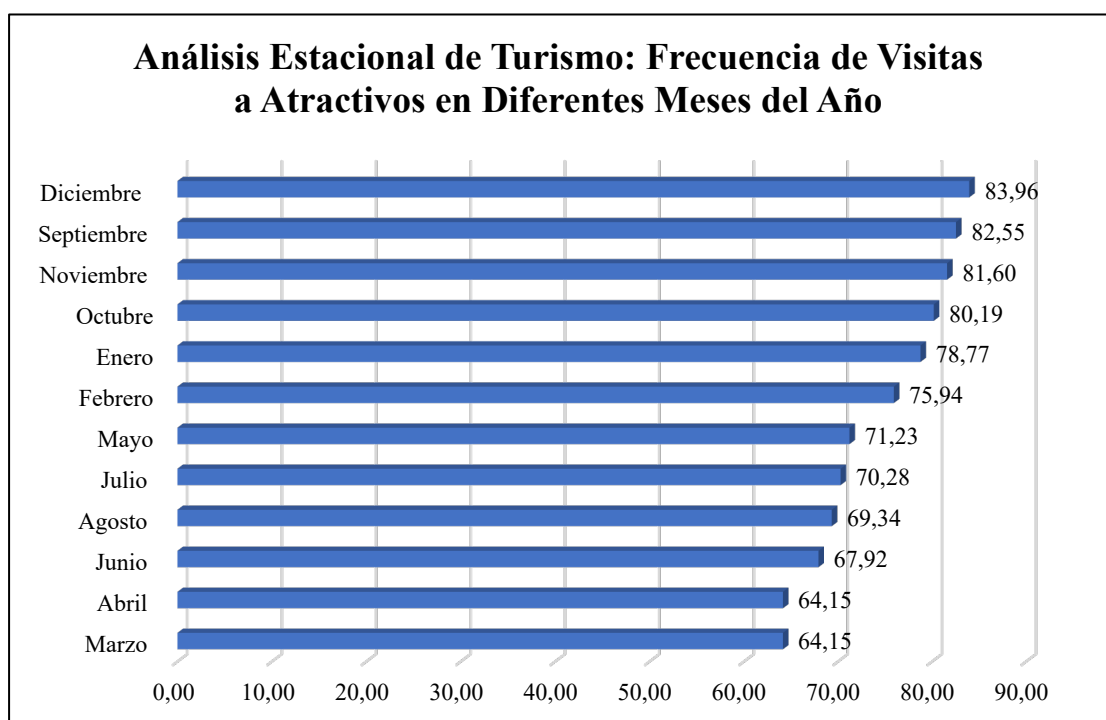
Nota. Se muestra la Gestión Empresarial en Atractivos Turísticos. Fuente: Elaboración propia

En la Figura 16 se presentan resultados significativos relacionados con la Gestión Empresarial en Atractivos Turísticos. Destaca la marcada relevancia de la marca, con un impresionante 87,26%. Este resultado subraya la importancia estratégica de la marca como medio distintivo, de esta manera permite a las empresas diferenciarse de sus competidores. Asimismo, la patente emerge como un factor clave, con un destacado 73,11% de importancia. En contraste, se observa que las cláusulas de confidencialidad, tanto para trabajadores como para turistas, muestran menor relevancia en la ilustración, con porcentajes de 68,81% y 69,34%, respectivamente.

Estos valores sugieren que estos aspectos no son considerados con la misma prioridad en la gestión empresarial de atractivos turísticos (Catalano, 2021).

Figura 17

Análisis estacional de turismo



Nota. Se muestra el Análisis Estacional de Turismo Fuente: Elaboración propia

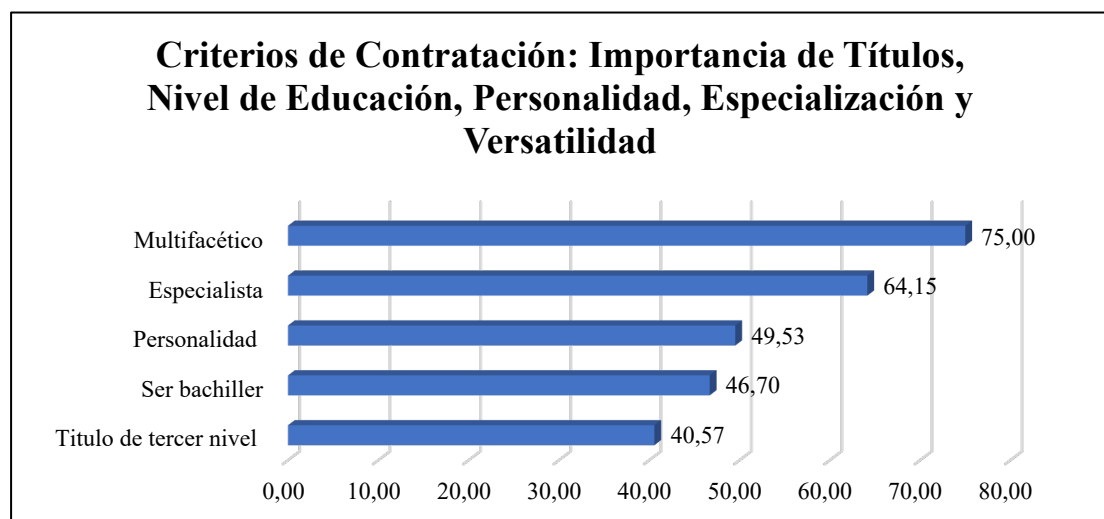
En la Figura 17, se exhiben los resultados derivados de la encuesta realizada a los representantes de los atractivos turísticos, donde se analiza la frecuencia de visitas de los turistas a lo largo de los meses. Se destaca que los meses de diciembre, septiembre,

noviembre y octubre muestran la mayor afluencia, donde supera el 80%. Por otro lado, enero, febrero, mayo y julio se sitúan como meses de frecuencia regular, con una afluencia que supera el 70%. En contraste, los meses de temporada baja, como agosto, junio, abril y marzo, presentan una cifra que ronda el 60% o más, y así muestra una disminución en la afluencia turística durante esos períodos.

La alta afluencia de turistas en los meses de diciembre, septiembre, noviembre y octubre en Ecuador se explica principalmente por la disponibilidad de vacaciones y feriados en esos periodos. Además, estos meses suelen albergar una gran cantidad de eventos culturales que atraen a visitantes locales e internacionales. La preferencia general por estos meses para realizar viajes también contribuye a que propios y extranjeros aprovechen sus días de descanso durante estas fechas específicas (Terroso et al., 2023).

Figura 18

Criterios de contratación: importancia de títulos, nivel de educación, personalidad, especialización y versatilidad



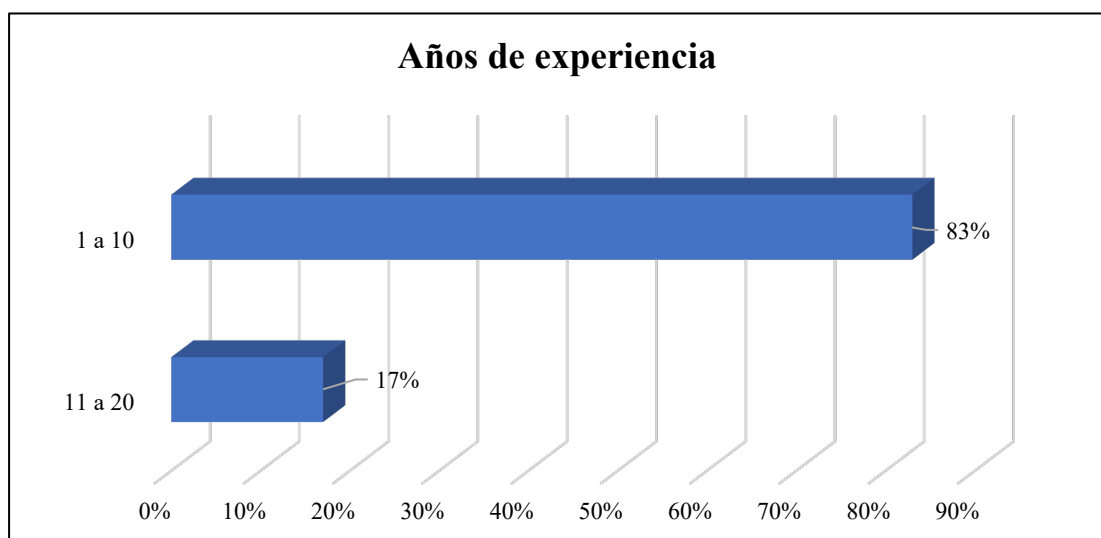
Nota. Se muestra los Criterios de Contratación. Fuente: Elaboración propia

En la presente representación gráfica, se presentan los resultados derivados de la encuesta realizada a los representantes de los atractivos turísticos, donde se examinan

las características consideradas indispensables al momento de contratar personal. Se han obtenido hallazgos significativos que destacan la importancia de ser multifacético como la cualidad más relevante, y así registra un sólido 75%. Asimismo, se evidencia la importancia de la especialización, con un considerable 64.15%. En contrapartida, se observa que la posesión de un título de tercer nivel se posiciona como la característica menos relevante y obtiene un porcentaje del 40%. Estos resultados ofrecen una visión clara sobre las prioridades en la contratación de personal en el ámbito de los atractivos turísticos (Fernández, 2022).

Figura 19

Años de experiencia



Nota. Se muestran los años de experiencia. Fuente: Elaboración propia

En la presente representación gráfica, se visualizan los resultados extraídos de la encuesta dirigida a los representantes de los atractivos turísticos, enfocada en la

exploración de los años de experiencia de dichos representantes. Los datos revelan que la mayoría de ellos, donde abarca un impresionante 83%, acumulan una experiencia que oscila entre 1 y 10 años en el ámbito turístico. Por otro lado, el restante 17% muestra una notable trayectoria, donde superan los 11 años de experiencia en actividades relacionadas con el turismo. Estos resultados proporcionan una perspectiva esclarecedora sobre la distribución de la experiencia entre los representantes de los atractivos turísticos participantes en la encuesta (Mero, 2015).

Tabla 3*Análisis factorial de los componentes de los atractivos turísticos*

	Matriz de coeficiente de puntuación de componente^a				
	Componente				
	1	2	3	4	5
Matutino	0,155				
Vespertino	0,009				
Nocturno			0,350		
Carro particular	0,012				
Buseta					0,227
Chiva	0,287				
Bicicleta					0,297
Otro transporte					0,360
Necesidad de Wifi					0,049
Discapacidad	0,080				
Producto turístico					0,078
Innovación				0,090	
Ahorro de agua	0,100				
Reciclaje			0,080		
Reforestación			0,056		
Ahorrar Luz		0,081			
Optimizar plástico		0,032			
Apoyar causas naturales				0,102	
Políticas y normas		0,040			
Actividad adicional	0,097				
Reconocimiento	0,080				
Tik Tok				0,228	
Facebook			0,146		
Instagram				0,220	
Página Web				0,330	

Telegram	0,060	
Nacionales	0,095	
Extranjeros		0,139
Enero	0,100	
Febrero	0,057	
Marzo		0,132
Abril		0,166
Mayo		0,040
Junio		0,119
Julio		0,132
Agosto		0,154
Septiembre		0,037
Octubre		0,049
Noviembre	0,026	
Diciembre	0,039	
Capacitación		0,054

Nota. Se muestran los Análisis factorial de los componentes de los atractivos turísticos.
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 14 se muestran 5 grupos de relevancia, donde se muestra las experiencias turísticas que tienen un mayor número de componentes, donde es evidente la importancia de cuál es el medio de transporte que más frecuentan los turistas, porque de ellos depende la facilidad para trasladarse a los diferentes lugares, en el tiempo requerido y con las comodidades que cada persona desee tener, por otra parte, la importancia de saber el tipo de visitantes y sus gustos, porque es relevante y depende de tener las instalaciones necesarias para la comodidad de los visitantes. En el segundo grupo se resalta el tipo de hábitos y preferencias de los visitantes, al momento de elegir alguna actividad. En el grupo tres se encamina en mostrar el interés de en visitar los diferentes lugares nocturnos y según su función, mientras que en el grupo 4 se encamina a analizar la innovación que se realiza en los atractivos turísticos, con el

objetivo de evidenciar en un periodo de tiempo si existen cambios positivos en las empresas en cambio en el grupo 5 están los componentes referidos a la comunicación que es muy importante, tanto para los emprendimiento como para los que visitan estos lugares, así de esta forma se divulga y propaga de mejor manera el servicio y tiene mayor acogida.

Tabla 4

Componentes del grupo 1 de las actividades turísticas

Grupo 1	
Matutino	0,155
Vespertino	0,009
Carro particular	0,012
Chiva	0,287
Discapacidad	0,080
Ahorro de agua	0,100
Actividad adicional	0,097
Reconocimiento	0,080
Telegram	0,060
Nacionales	0,095
Enero	0,100
Febrero	0,057
Noviembre	0,026
Diciembre	0,039

Nota. Se muestran los componentes de las actividades turísticas. Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4, se evidencian 14 componentes, mismos que tuvieron mayor relevancia, por el horario de preferencia de los turistas al momento de visitar los atractivos turísticos, también la importancia de tener en cuenta la afluencia de personas con discapacidad, es un tema que debe tener la relevancia pertinente. Por otro lado, la visita de turistas nacionales es muy considerable por tal motivo se debe mantener un servicio de calidad además de ser llamativo e innovador, otro aspecto que complementa a todo esto, es el manejo de las redes sociales como factor determinante a tener mayor afluencia por parte del turismo.

Tabla 5*Componentes del grupo 2 de las actividades turísticas*

Grupo 2	
Ahorrar Luz	0,081
Optimizar plástico	0,032
Políticas y normas	0,04
Marzo	0,132
Abril	0,166
Mayo	0,04
Junio	0,119
Julio	0,132
Agosto	0,154
Octubre	0,049

Nota. Se muestran los componentes de las actividades turísticas. Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5, se evidencian 9 componentes, donde es relevante contar con políticas y normas que autorizan y permitan un correcto funcionamiento de los atractivos, por otro lado, está la importancia de saber en qué meses son de mayor afluencia por parte de los visitantes, porque con ello se puede mantener promociones, cosas interesantes para llamar la atención del turista.

Tabla 6*Componentes del grupo 3 de las actividades turísticas*

Tabla 3	
Nocturno	0,35
Reciclaje	0,08
Reforestación	0,056
Facebook	0,146

Nota. Se muestran los componentes de las actividades turísticas. Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6, se evidencian 4 componentes, donde se evidencia que Facebook es el principal, debido a su protagonismo en compartir información sobre el sector y el servicio que ofrece al turismo; por otra parte, es importante la concientización de

contribuir a la naturaleza y ayudar a su preservación y no contaminar, es decir apoyar a las causas naturales.

Tabla 7

Componentes del grupo 4 de las actividades turísticas

Grupo 4	
Innovación	0,09
Apoyar causas naturales	0,102
Tik Tok	0,228
Instagram	0,22
Página Web	0,33
Extranjeros	0,139
Septiembre	0,037
Capacitación	0,054

Nota. Se muestran los componentes de las actividades turísticas. Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7, se evidencian 7 componentes, mismos que tienen gran relevancia por las redes sociales como principal elemento, en este caso permite un mayor alcance en la población interesada por conocer nuevos lugares y experiencias fuera de sus residencias. Por otro lado, la visita de turistas extranjeros, mismas visitas exigen tener una capacitación más estricta, porque se debe mantener y brindar una buena imagen, con calidad, eficiencia y respeto, entre otros.

Tabla 8

Componentes del grupo 5 de las actividades turísticas

Grupo 5	
Buseta	0,227
Bicicleta	0,297
Otro transporte	0,36
Necesidad de Wifi	0,049
Producto turístico	0,078

Nota. Se muestran los componentes de las actividades turísticas. Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8, se evidencian 5 componentes, donde es notorio que el uso de diferentes transportes es una medida que toman los visitantes, dependiendo sus gustos y

comodidad por querer llegar a su destino. Para que todo esto tenga el resultado deseado se debe informar del producto turístico y contar en los establecimientos turísticos con necesidades básicas del turista, como tener wifi y servicios higiénicos, además de equipamiento de seguridad.

Tabla 9

Índices de proporcionalidad

	Experiencia Turística Integral	Hábitos y Frecuencia Turística	Visitas Nocturnas y Actividades de Difusión	Innovación, Actividades y Difusión Turística	Medios de Transporte, Conectividad y Comunicación Turística
Experiencia Turística Integral	1	3.52	2.86	3.90	3.23
Hábitos y Frecuencia Turística	3.52	1	0.81	1.10	0.91
Visitas Nocturnas y Actividades de Difusión	2.86	1.23	1	1.36	1.12
Innovación, Actividades y Difusión Turística	3.90	0.90	0.73	1	0.82
Medios de Transporte, Conectividad y Comunicación Turística	3.23	1.08	0.88	1.20	1

Nota. Se muestran los índices de proporcionalidad. Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla se muestran los índices de proporcionalidad de las principales actividades que se desarrollan en los establecimientos turísticos, donde se detalla en 5 grupos, los mismos que mantienen una relación significativa y se evidencia en los resultados, como es en el caso de la experiencia turística integral, las experiencias en la visita, horarios de preferencia, así como también la preferencia en los medios de

transporte. También existe una relación significativa entre la conectividad y comunicación turística e innovación, actividades y difusión turística. Todos estos grupos son importantes e imprescindibles para poder catalogar a los atractivos turísticos, como una prioridad por parte de los turistas en visitar y hacer uso de las diferentes actividades de recreación, donde es evidente la importancia de analizar y estudiar de manera detallada cada uno de los servicios y mantener la calidad y eficiencia en el mismo.

4.2 Verificación de la hipótesis o fundamentación de las preguntas de investigación

¿Cuál es la gestión de los recursos para la oferta de los atractivos turísticos alternativos del Cantón Baños de Agua Santa?

La gestión de la oferta de los atractivos turísticos en el Cantón Baños de Agua Santa, tiene como énfasis resaltar y potencializar el turismo conforme a la innovación, resaltando que un (70,36%) de los propietarios de las empresas implementan nuevos cambios con el fin de satisfacer a los visitantes, también dentro de aquello se encuentran las instalaciones para las personas con discapacidad, al tener una afluencia del (59,91%), es una cifra relevante y cobra importancia, por ese motivo todos los establecimientos cuentan con el equipamiento adecuado para este grupo de personas.

En otro aspecto importante el (57,55%) de los encuestados expresaron la necesidad de contar con wifi durante su visita, lo que muestra la importancia de la conectividad para la mayoría de los visitantes, posiblemente por motivos personales o necesidades prácticas durante su estancia.

Los propietarios de los atractivos turísticos catalogaron que es fundamental para el éxito de las empresas hacer promoción en redes sociales, motivo por el cual se dio una importancia del (100%),

¿Cuál es el perfil de la oferta de los atractivos turísticos alternativos en función de la gestión de los recursos?

En función al perfil de la oferta de los atractivos turísticos, es notorio resaltar que las actividades que más se encuentra en la ciudad son deportes extremos, visitas a las cascadas, visitas nocturnas, donde se tiene gran relevancia por la cantidad de visitas por parte de los turistas, donde se evidencio que las visitas nocturnas con un porcentaje del (91.13%), es relevante debido a la preferencia de los turistas por ir a los atractivos nocturnos. Las actividades adicionales se han creado con un porcentaje del (71.25%), esto evidencia la preocupación por buscar ofrecer algo nuevo al turista.

Aspectos importantes que se encuentran en los establecimientos turísticos, es el análisis a la alta demanda, que alcanza notoriedad en un 83,02%. Esta demanda no solo se refleja en la rentabilidad de los emprendimientos turísticos, sino que también contribuye a la generación de ingresos sostenibles a la empresa y la creación de empleo. El factor de propiedad privada tiene una importancia significativa del 76,89%. Además, la asociación con la naturaleza, característica de la mayoría de los establecimientos turísticos del cantón, y la oportunidad laboral reciben unas significativas ponderaciones del 74,53% y 73,11%, respectivamente. Estos factores desempeñan un papel crucial en el mejoramiento de la calidad del servicio, y así contribuyen a generar mayor competitividad e ingresos para asegurar la rentabilidad de los establecimientos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

En conclusión, la investigación ha logrado con éxito su objetivo general al facilitar una caracterización precisa de la oferta turística, describirse de manera detallada la gestión de recursos y determinar el perfil de los atractivos turísticos en el cantón Baños de Agua Santa, Ecuador. Los resultados muestran lo fundamental que es contar con estrategias innovadoras, difusión precisa y efectiva de servicios turísticos, consideración de las personas que tienen capacidades especiales y entre ellos, así como la obligación de adaptarse a las demandas por parte de los usuarios, en la accesibilidad y conectividad, siendo uno de los aspectos de mayor uso al momento de llegar a los establecimientos turísticos. Es notable destacar la preferencia por el emprendimiento individual y la importancia otorgada a la gestión atractiva complementan la relevancia de la creatividad, emprendimiento y el cumplimiento de normas y leyes para asegurar el correcto manejo de las actividades dentro de los establecimientos turísticos, además de incentivar a la competitividad del sector turístico dentro de la nación. Dentro de los resultados alcanzados no solo contribuyen al conocimiento más ampliado de la realidad turística en Baños, sino que contribuye con una base sólida para futuras acciones que encaminen a mejorar la gestión turística y promover el desarrollo económico en esta hermosa y diversa ciudad.

Por medio de esta investigación se logró mostrar una visión detallada y amplificada sobre la gestión de los recursos en la oferta de los atractivos turísticos en el cantón Baños de Agua Santa. Para poder llegar a unos resultado exactos y eficientes y realizar un análisis exhaustivo de 53 atractivos seleccionados, se ha identificado con notoriedad la difusión efectiva de los distintos servicios mediante información adecuada de cada uno de los atractivos turísticos, destacando un esfuerzo notorio y de gran relevancia por parte de los propietarios para promover y hacer conocer el servicio que ofrecen sus establecimientos. Es relevante destacar que, en el transcurso de la última década, se han implementado la mayoría de los atractivos turísticos, con un enfoque

más ambicioso, buscando llamar la atención del turismo local y extranjero. Además, la gestión propia para permitir realizar innovación, con una frecuencia del 70,75%, sobresale una continua búsqueda de nuevas estrategias para mejorar la calidad del servicio, logrando ser más competitivos dentro del sector, además de ser diferenciados por sus características que deben ser distintivas y llamativas. La atención a la accesibilidad, que tiene una visibilidad del 59,91% de la visita de personas con discapacidad, lo que conlleva a tomar decisiones y existe la necesidad de tener las instalaciones adecuadas. Estos resultados están orientados en un enfoque metodológico sólido, además ofrecen información para orientar las diferentes estrategias de gestión que optimicen los recursos turísticos en Baños, contribuyendo de manera positiva al desarrollo sostenible y competitividad del sector en este pequeño territorio del país.

Dentro de la investigación se pudo determinar el perfil de los atractivos turísticos en el cantón Baños de Agua Santa, Ecuador, con relación a la gestión de recursos. Mediante los resultados alcanzados de la encuesta realizada a los atractivos seleccionados, se identificaron factores claves que definen la competitividad y la singularidad de estos lugares. La importancia que amerita la difusión de servicios turísticos, la constante búsqueda de estrategias, ideas nuevas, innovación y la atención a la accesibilidad se enfoca en la diversidad y la adaptabilidad de la oferta que se hace en el cantón. La creatividad por parte de los dueños de los atractivos turísticos toma protagonismo, porque con ello se puede evidenciar la existencia de diversidad de actividades que se realizan en el cantón Baños, como: rafting, visitas a la cascada, exposición de animales, deportes extremos. Se mantuvo en todos estos años una visión clara y concisa de como promover y tener más acogida por parte de los turistas, si bien es cierto los precios que se cobran por ingresar a estas actividades deben cumplir con la satisfacción deseada por parte de los usuarios.

Dentro del estudio de los diferentes atractivos turísticos, se encontró la preferencia por parte de los visitantes en ir a lugares que se realicen deportes extremos, además de hacer visitas nocturnas a los atractivos que cuenten con características relacionadas a una vista panorámica de la ciudad. La gran tendencia del turismo local y extranjero

por visitar la ciudad de Baños es sorprendente, motivo por el cual los emprendimientos toman muy en serio el asunto relacionado a mantener una capacitación adecuada del personal, además de contar con las comodidades requeridas, porque se debe tener calidad en el servicio. Por otro lado, el costo de los servicios, deben dar la satisfacción a la medida de lo que paga el turista. Sin embargo, la satisfacción que se llevan de la ciudad de Baños de Agua Santa es muy alentadora, cada fin de semana la afluencia de turismo es grande, cada año se crean nuevos atractivos turísticos, esto gracias a que el sector cuenta con muchos espacios de origen natural que son explotados de manera correcta, siempre preservando y respetando a la naturaleza y a los moradores del lugar. Estos emprendimientos abren el camino e incentivan a otros futuros emprendedores, también surgen oportunidades de empleo, sobre todo mejora el crecimiento económico, es una ciudad magnífica rodeada de encanto natural, donde todos quisiera tener un momento de paz y tranquilidad.

5.2 Limitaciones del Estudio

Las complicaciones organizativas y de conocimiento representaron desafíos en el avance del estudio. Se observó un desorden en la recopilación de datos, con información incompleta, lo cual se atribuyó a la falta de organización por parte del departamento de turismo de Baños de Agua Santa. Adicionalmente, algunos gerentes de los atractivos turísticos eran recién nombrados en sus cargos y carecían de un conocimiento extenso sobre el atractivo turístico, lo que nos llevó a buscar apoyo de personas con más experiencia en el lugar.

5.3 Futuras Líneas de Investigación

Se propone como tema para futuras investigaciones la creación de un registro detallado que abarque actividades específicas en apoyo al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Baños de Agua Santa. En la actualidad, existe una carencia de información necesaria que pueda facilitar la investigación de jóvenes universitarios, lo cual es fundamental dada la notoriedad del cantón Baños por sus destinos turísticos y actividades. La presentación de esta información no solo debe ser completa, sino

también reflejar el profesionalismo y el empeño dedicado por el presidente del turismo y sus colaboradores.

En esta línea, se sugiere explorar políticas que puedan ser implementadas para promover y medir la efectividad de las iniciativas turísticas en el cantón. La evaluación de la eficacia de dichas políticas se vuelve crucial para el desarrollo sostenible de la economía local, considerando que el turismo constituye la principal fuente de ingresos para la mayoría de los habitantes de Baños. Estas políticas podrían centrarse en aspectos como la promoción de nuevos destinos turísticos, la mejora de la infraestructura, la sostenibilidad ambiental y la participación comunitaria. El estudio detenido de estas políticas proporcionaría una guía valiosa para el diseño de estrategias efectivas que impulsen el crecimiento continuo y sostenible del turismo en la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre-Vélez, S., & Mestanza-Ramón, C. (2022). Indicadores de sostenibilidad turística enfocados al turismo comunitario: Caso de estudio Comunidad Kichwa “Shayari”, Sucumbíos-Ecuador. *Green World Journal*, 017–017. <https://doi.org/10.53313/gwj52017>
- Antequera-Dorta, P., Díez-López, A., Pacheco-Díaz, J., Suárez-Máyer, P., & Ruiz-Romero, C. (2020). Turismo y amenazas de origen en la macaronesia. Análisis comparado. *Cuadernos de Turismo*, 45(45), 61–92. <https://doi.org/10.6018/turismo.426041>
- Aparicio-Guerrero, A. E., Gil-Serrano, Ó., García-Marchante, J. S., & Fernández-Fernández, M. C. (2021). Las nuevas modalidades de alojamiento turístico en Castilla-La Mancha: aparición, evolución y distribución territorial. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 89, 4–30. <https://doi.org/10.21138/BAGE.3100>
- Arias-Aragón, F.-J., Batista-Castillo, A., Palmero-Berbena, R., & Hernández-Gómez, K.-A. (2023). Diseño de producto turístico-cultural en Cienfuegos-Cuba: la ruta de las artes. *Saber, Ciencia y Libertad*, 18(1), 245–262. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2023v18n1.10017>
- Ashley, C., Goodwin, H., McNab, D., Scott, M., & Chaves, L. (2006). *El peso del turismo para la economía local del Caribe*. www.propoortourism.org.uk/ca
- Ávila-Gómez, E. (2022). Turismo y ciberseguridad: riesgos, amenazas y oportunidades. *Revista de Occidente*, 3–8. https://ortegaygasset.edu/wp-content/uploads/2022/04/RevistadeOccidente_abril2022_E.AvilaGomez.pdf
- Barrientos-Guzmán, T., & Sandoval-Hormazabal, M. (2019). El turismo accesible en Chile: articulación y pertinencia de la oferta. *Revista Cartográfica*, 99, 125–145. <https://doi.org/10.35424/rcarto.i99.589>

- Benavides-Vindas, S. (2019). El aporte del turismo a la economía costarricense: más de una década después. *Economía y Sociedad*, 25(57), 1–29. <https://doi.org/10.15359/ays.25-57.1>
- Blanco López, P., Vázquez Solís, V., Antonio Reyes Agüero, J., & Guzmán Chávez, M. (2015). *Inventario de recursos turísticos como Base para la planificación territorial En la zona altiplano de san luis potosi, México*. 35, 17–42. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701001.pdf>
- Braçe, O., Garrido-Cumbrera, M., & García-Marín, R. (2023). Aproximación al turismo de salud desde la geografía. Definición y campo de estudio. *Cuadernos de Turismo*, 51, 211–226. <https://doi.org/10.6018/turismo.571521>
- Bulla-Jiménez, H. L. (2009). *Ecoturismo* (1st ed.). <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/04/ECOTURISMO-Vista-preliminar-del-libro.pdf>
- Calderón-Torres, A., Calderón-Tumi, J. A., Saavedra-Pinazo, M. A., & Cutipa-Añamuro, G. (2022). Gestión de políticas públicas de la comunicación para el desarrollo del turismo en Puno. *Comunicación: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 13(4), 253–261. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.733>
- Caluña Palacios, E. S., & Vega Falcón, V. (2022). Modelo y procedimiento de gestión para el desarrollo del proyecto turístico Quinta Lucía. *Revista Scientific*, 7(25), 62–81. <https://doi.org/10.29394/Scientific>.
- Carrera-Bravo, M. A., Mero-Rivera, R. F., Montilla-Pacheco, A. D. J., & Becerra-Ávila, M. A. (2022). Algunas consideraciones sobre el impacto del covid-19 en el transporte aéreo de Ecuador. *ECA Sinergia*, 13(1), 93. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v13i1.3172
- Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. *Cuadernos de Política Exterior Argentina*, 115–118. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7497247>
- Castro-Salcedo, J. P., & Calle-Lituma, N. S. (2023). Survival as a strategy for increasing adventure tourism in Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 19(1), 68–74. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2023000100068>

- Catalano, B. (2021). Integración, turismo y Mercosur: reflexiones sobre los visitantes regionales en la ciudad de Buenos Aires. *Revista de Estudios Transfronterizos*, 21(1), 78–102. <https://doi.org/10.4067/S0719-09482021000100078>
- Cayotopa Ylatoma, C. (2018). Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa, para el fortalecimiento de la oferta turística cultural, en el distrito de Zaña. *Revista de Investigación y Cultura*, 7(3). <https://doi.org/10.18050/revucvhacer.v7n3a8>
- Cepal. (2022). *La recuperación del turismo como pilar del gran impulso para la sostenibilidad*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/3da051b8-968d-40a7-94a2-8fcb9710bc1e/content>
- Chanquey, Y., Lagos, N., & Llanco, C. (2021). Análisis del crecimiento económico en función del turismo en Chile, periodo 2000-2018. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 17(1), 34–46. <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2021000100034>
- Cisneros-Caicedo, A. J., Urdánigo-Cedeño, J. J., Guevara-García, F. A., & Garcés-Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 8, 1165–1185. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>
- Coppieters De Carvalho Oliveira, R., Costa Tedesco, E., & Schiavetti, A. (2020). Itinerarios turísticos y cambio climático. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 29(1), 228–246. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180762690014>
- de la Maza Cabrera, F., & Tapia-Calfucura, E. (2021). Turismo y pueblos indígenas: políticas, irrupción Y reivindicación en Chile. *Chungara Revista de Antropología Chilena*, 53(3), 526–542. <https://doi.org/10.4067/S0717-73562021005001802>
- Delgado Cuenca Magali del Cisne, & Muñoz Solis Juan. (2021). Potencialidades del turismo de aventura en Loja, Ecuador. Un análisis de ventajas comparativas y competitividad. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 7. <https://doi.org/DOI 10.35381/cm.v7i3.650>
- Escobar, F. (2010). La limpieza como una importante dimensión de calidad en la hotelería. *Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local*, 3, 3–6.

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaLimpiezaComoUnaImportanteDimensionDeCalidadEnLaH-8553985%20(1).pdf

Fernandes-De Araújo, D. (2022). Formación profesional en turismo e inserción en el mercado laboral Un estudio de caso del polo turístico salvador/bahía, brasil, y su entorno. *Formación Profesionalen Turismo e Inserción En El Mercado Laboral*, 3–16. <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n1/v20n1a04.pdf>

Gambarota, D. (2023). Propuestas para diversificar la actividad turística de Pehuen C6 (Argentina) a partir del análisis de sus atractivos. *Pilquen Sección Ciencias Sociales*, 26(1), 9–19. <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/Sociales/>

Garabiza, B. R., & Franco, C. E. (2022). Análisis de los efectos generados por la pandemia mundial COVID-19 en el sector turístico ecuatoriano A. *Revista Espacios*, 43, 3–17. <https://doi.org/10.48082/espacios-a22v43n05p03>

García-Solarte, M., Azuero-Rodríguez, A. R., & Pérez- Libreros, A. F. (2021). La cultura organizacional y el género del gerente en las pymes de Cali-Colombia. *Criterio Libre*, 287–297. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8293160.pdf>

Ginés De Rus-León Carmelo. (1997). Economía del turismo un panorama. *Revista de Economía Aplicada E Número*, 15. https://www.revecap.alde.es/revista/numeros/15/pdf/derus_leon.pdf

Giraldo Arcila David Santiago. (2019). Turismo de salud: cirugías estéticas, un mercado potencial para la exportación de servicios. *JSR Funlam Journal of Students' Research*, 4. <https://doi.org/10.21501/25007858.2994>

Gómez-Díaz, J., & Ramírez-Meléndez, M. (2021). Emprendimientos turísticos, una alternativa de desarrollo en comunidades cercanas a centros integralmente planeados. Caso Bahías de Huatulco, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 1, 3–10. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15369755012>

Grillo-Camila, K., & Lanzarini-Ricardo. (2019). Turismo de eventos en la ciudad de são paulo - brasil. *Estudios y Pespectivas En Turismo*, 28, 1146–1162.

- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Saberes Del Conocimiento*, 163–173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Guevara-Alban, G. P., Verdesoto-Arguello, A. E., & Castro-Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Recimundo*, 163–173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández, L. F., Morales, V. H., & Tello, G. (2022). Aspectos de la higiene y seguridad en hotelería y/o gastronomía y su importancia para el desarrollo turístico de Río Turbio, Santa Cruz. *Europub Journal of Education Research*, 3(1), 157–177. <https://doi.org/10.54745/ejerv3n1-012>
- Hersch-Glass, E. (2021). El turismo de salud desde el enfoque sistémico: aplicación a la provincia de Alicante. *Cuadernos de Turismo*, 186(1), 515–519. <https://doi.org/10.6018/TURISMO.492691>
- Huamanchumo-Esparza, M. R., Gamarra-Flores, E. C., & Ángeles-Barrantes, D. (2020). El ecoturismo como reactivador de los emprendimientos locales en áreas naturales protegidas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12, 436–443. <https://orcid.org/0000-0002-1278-6720>
- Jaramillo-Arboleda, C. A., Arciniegas-Arias, C. M., & Sánchez-Pérez, O. E. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25, 3–9. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062641008>
- León-José, L. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(3), 648–649. <http://scielo.sld.cu>
- Linares-Hermys, L., & Morales-Garrido, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453–466. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.033>

- Llugsha, V. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19*.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/59326.pdf>
- López, H. , T. E., Cuétara Sánchez, L. M., & Jiménez Valero, P. S. (2020). El aprovechamiento sostenible del turismo rural de Ecuador. Caso de estudio: cantón Mocha, provincia de Tungurahua de Ecuador. *Revista Espacios*, 41(7), 2–5. www.proyectolocal.org
- López-Pedro, L. (2004). Población y muestra muestreo. *Punto Cero*, 9, 79–81.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Marchan-Solier, E. C., Marilú-Ketty, P. M., & Vásquez-Ramírez, R. M. (2023). Estudio de la calidad De los servicios turísticos y seguridad turística en Huanta, Perú. *Revista Universidad y Sociedad*, 163–175. <https://orcid.org/0000-0003-2097-8658>
- Martínez de la Vega, V., & Pelegrín Entenza, N. (2021). Diversificación de la oferta turística de naturaleza: canopy en el paisaje natural protegido Hanabanilla-Cuba. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 185–200.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090615>
- Martínez-Garcés, J., & Padilla-Delgado, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 17(2), 120–132. <https://orcid.org/0000-0002-8120-3285>
- Mendes, B., Ferreira Campos, M., & Dias Galvão, T. (2022). Tourism as a service: enhancing the tourist experience. *Transportation Research Procedia*, 62, 1–8.
<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.02.001>
- Mendoza, D. J. (2018). Estrategias de enseñanza y su efectividad en los procesos de aprendizaje en los estudiantes de turismo de la Universidad Iberoamericana de Ecuador. *Revista Espacios*, 4–10. : <https://www.researchgate.net/publication/337367552>
- Merinero-Rodríguez, R., & Fernández-Pulido Ignacio Juan. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos.

Cuadernos de Turismo, 23(23), 173–193.
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/70091/67561>

Mero-Quijije, R. A. (2015). *El tipo de infraestructura turística estacional y su Incidencia en el flujo de turistas del sector urbano del Cantón puerto lópez*.
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/631/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-22.pdf>

Ministerio de Turismo. (2023). *"Contratación de los servicios de producción, logística y coordinación general para la participación del destino ecuador en lata expo 2023, feria mundial de las aves y roadshow europa 2023"*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/INFORME-TECNICO-DE-NECESIDAD-FINAL-2.1-signed-signed-1.pdf>

Molina-Castaño, V., & Arias-Valencia, A. (2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico. *Revista Geográfica Venezolana*, 57(2).
<https://www.redalyc.org/journal/3477/347750606007/347750606007.pdf>

Mondragón-Barrera, M. A. (2014). Información Científica. *Movimiento Científico*, 98–104.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156978>

Moreno Acevedo, E., & Enseñat Soberanis, F. (2021). La historia del turismo en México. Primeros destinos, primeros turistas. *Península*, 16(2), 7–15.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/peni/v16n2/1870-5766-peni-16-02-23.pdf>

Moreno Melgarejo, A., & Sariego López, I. (2014). Gestión Turística en Pompeya y Herculano. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(1), 173–186.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.013>

Mullo-Romero, E. del C., Peña-Vera, V. M., & Guillén-Herrera, R. S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en ecuador: reflexiones necesarias. *Universidad y Sociedad*, 2, 2–4.
<https://orcid.org/0000-0002-4013-261X>

Muñoz-Fernández, G. A., Heredia-Carroza, J., Manuel de Sancha-Navarro, J., & García-García, L. (2023). Does the flamenco tourist exist? motivation and segmentation. *Heliyon*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14134>

- Naramski, M., Krzysztof, H., & Adam R Szromek. (2022). The Transformation process of a former industrial plant into an industrial heritage tourist site as open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(2). <https://doi.org/10.3390/joitmc8020074>
- Naranjo Lluport, M. R., & Martínez Rodríguez, M. de los A. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 16, 406–422. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>
- Naranjo Pelegrín, L. (2022). Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: región costa sur central de Cuba. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 3–9. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>
- Navarro, D. (2015). Recursos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 35, 335–357. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Niebles-Núñez, L. D., Torres-Anillo, K., & Santander De-la-Ossa-Guerra, J. (2020). Componentes del sistema turístico en medianas y pequeñas empresas turísticas del departamento del Atlántico-Colombia. *Saber, Ciencia y Libertad*, 15(2), 51–59. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n2.6711>
- Ochoa-Ávila, M. B., Batista-Pérez, O., Carrillo-Rosero, D. A., & Tite-Cunalata, G. (2019). Turismo accesible en Ecuador: caso bienestar ambiental Pelileo. *Revista Trimestral*, 25(3), 5–12. <http://www.ciencias.holguin.cu/index.php/cienciasholguin/article/view/1136/1236>
- Ortiz Caisalitin, D. M., & Vega Dumancela, E. L. (2020). *T-ESPEL-ITH-0147*. 34–40. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/23001/1/T-ESPEL-ITH-0147.pdf>
- Ortiz Liñán Mónica Elena, & Solís Vázquez, V. (2021). The tourism inventory: A tool for territorial management of tourism in natural attractions in the state of san luis potosi, mexico. *Investigaciones Turísticas*, 21, 305–327. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.14>

- Osorio-García, M., & Domínguez-Estrada, J. F. (2019). Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos*. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 16(83), 1–28. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr16-83.etca>
- Padilla-Buñay, A., Luna-Lluglla, A. L., Arboleda-Álvarez, R. W., & Ramírez-Rodríguez, B. E. (2021). Crisis Y reactivación turística en tiempos de covid-19. Cámara De turismo provincia de pastaza. *Revista Universidad y Sociedad*, 3, 426–434. <https://orcid.org/0000-0001-8419-9173>
- Pantano, E., Vasilios Priporas, C., & Stylos, N. (2017). ‘You will like it!’ using open data to predict tourists’ response to a tourist attraction. *Tourism Management*, 60, 430–438. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.020>
- Peña Forero, E. D. P. (2020). Una aproximación del buen vivir y el turismo rural como alternativas de desarrollo del municipio de Cajamarca, Colombia. *Compendium*, 44, 11–15. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88064965005>
- Pera, L., & Merino, S. G. (2022). *INTRODUCCIÓN: TURISMO DE DIMENSIÓN HUMANA*. <https://www.metrikus.io/hubfs/Informe-turismo-2022.pdf>
- Pibaque-Pionce, S. M., Macias-Armendáriz, J. V., & San Andrés-Laz, E. M. (2022). Atractivos naturales y culturales, potencial de turismo. *Revista Ciencia y Líderes*, 1, 3–9. <https://doi.org/10.47230/revista.ciencia-lideres.v1.n1.2022.16-26>
- Polanco, D. (2017). ¿Es el ecoturismo una alternativa al turismo de aventura en el cantón El Chaco? *Turismo y Sociedad*, 20, 151–167. <https://doi.org/10.18601/01207555.n20.08>
- Pontes- Aparecida, M., García-Marín, R., & Moreno-Muñoz, D. (2020). Turismo, producción inmobiliaria y procesos espaciales: la difusión del modelo turístico español hacia Brasil. *Revista EURE*, 46, 135–156. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612020000100135&script=sci_arttext&tlng=en
- Quiñónez-Bedón, M. F., Tapia-Pazmiño, J. G., & Andrade-Naranjo, D. S. (2019). El turismo de aventura: Una estrategia para la nueva ruralidad. *Polo Del Conocimiento*, 4(3), 119. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i3.928>

- Reinoso-García, N. (2016). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico De las comunidades manabitas, ecuador. *Revista Cultur*, *11*, 3–20. <http://periodicos.uesc.br/>
- Rincón -Rodríguez, J. S., Corredor- Cárdenas, N. S., Luna-Álvarez, J. T., Tobos -Pérez, J. C., & Mojica-Palencia, C. L. (2022). Estrategias para la implementación de Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo en las empresas del sector industrial. Revisión narrativa de la literatura. *Revista Investigación En Salud*, 4–15. <https://orcid.org/0000-0001-6243-8671>
- Rivera, M., Bassotti, J., García, G., Quirola, F., Estrella, D., & Parra, M. (2020). *Josep Chías- Experto internacional de marketing § Solange Garcés-Especialista Nacional §*.
- Rodrigo, M. A. (2020). La búsqueda espiritual a través del turismo. Su articulación desde el lado de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, *45*, 13–32. <https://doi.org/10.6018/turismo.426021>
- Rodríguez Jiménez, G., & Cristóbal Martínez Martínez, C. (2022). Propuesta para gestionar destinos turísticos regiona- Les en la etapa post-covid-19. *Revista Universidad y Sociedad*, *1*, 128–136. <https://orcid.org/0000-0002-2226-0677>
- Rodríguez-Ugalde, J. C., Fernández-González, A., Pestana-Mercader, Ó. E., & Romeu-Martínez, A. (2023). Actividades físico-recreativas extremas para potenciar el turismo de aventura en el Valle “Río Canímar.” *Revista Científica Especializada En Ciencias de La Cultura Física y Del Deporte*, *20*, 113–126. <https://deporvida.uho.edu.cu/index.php/deporvida/article/view/941/2869>
- Rojas, R., & Gundermann, H. (2020). Modernization, tourism economics, and interethnicity in rapa nui (1966-2017). *Revista Austral de Ciencias Sociales*, *2020(39)*, 169–192. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2020.n39-09>
- Rojas-Crotte, I. R. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de Definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Revista Internacional de Investigación Educativa*, *12*, 277–297. <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>

- Ruiz-Cedeño, A., Cuétara-Sánchez, L. M., Martín-Fernández, R. A., & Márquez-Ortiz, L. E. (2023). Estrategia comercial para el posicionamiento de organizaciones hoteleras en el destino sol y playa Crucita. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(9), 565–580. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.37>
- Salazar Tito Eduardo. (2023). Importancia del ecoturismo como estrategia en la captación de turismo receptivo en el Perú. *Educación y Vida Sostenible*, 2, 22–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.57175/evsos.v2i1.80>
- Salmoral-Begoña, E., & Mendigorri-Mulero, A. (2022). Desarrollo sostenible en la oferta turística planes de desarrollo sostenible y turismo en los parques naturales de andalucía: resultados y cambio de orientación. *Cuadernos de Turismo*, 50, 451–454. <https://doi.org/10.6018/turismo.541991>
- Santa-Cruz Arévalo, J., Viera-Cánova, J., & Zúñiga-Aguirre, A. (2023). Oferta turística en la provincia de Ayabaca, Piura – Perú. *SUMMA. Revista Disciplinaria En Ciencias Económicas y Sociales*, 1, 1–8. <https://doi.org/10.47666/summa.5.1.6>
- Santamaría-Freire, E. J., & López-Pérez, S. de los A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 421–426. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*. CEPAL. <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00168.pdf>
- Silva Luna, L. (2023). *Informe preliminar de rendición de cuentas año 2022*. <https://municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/component/k2/item/110-informe-preliminar-del-ano-2022>
- Sojos López, G. L., Calle Iñiguez, M. P., & Pineda Reasco, A. P. (2019). Análisis del sistema turístico de la parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 15(2), 162–169. <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v15n2/0718-235X-riat-15-02-00162.pdf>
- Tarlow, P., & Korstanje, M. (2016). *Seguridad en el Turismo (Tourism Security)*. 2–4. <http://rperiplo.uaemex.mx/>

- Terroso Sáenz, F., Arcas-Tunez, F., & Muñoz, A. (2023). Nation-wide touristic flow prediction with graph neural networks and heterogeneous open data. *Information Fusion*, *91*, 582–597. <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2022.11.005>
- Testa, J. (2016). Políticas turísticas, territorialización y renovación turística en el municipio de Necochea, Buenos Aires, Argentina. *Turismo y Sociedad*, *19*, 4–12. <https://doi.org/10.18601/01207555.n19.02>
- Tite-Cunalata, G., Ochoa-Avila, M., Carrillo-Rosero, D., & Tustón-Landa, V. (2021). Dimensiones para la gestión del turismo accesible en complejos turísticos del Ecuador. *Revista Reflexiones*, *100*(1), 1–22. <https://doi.org/10.15517/rr.v100i1.42843>
- Torres-Sanchez, A. G. (2022). Ciencias Técnicas y Aplicadas Artículo de Investigación. *Polo Del Conocimiento*, *70*, 2112–2132. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i8>
- Vanegas, J. G., Restrepo, A. J., Arango, I. A., Henao, C. A., & Ortiz-Mazo, E. (2017). Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: Estudio de caso. *Revista Espacios*, *38*(23), 2–6. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n23/a17v38n23p25.pdf>
- Vega-Falcón, V., Sánchez-Martínez, B., Castro-Sánchez, F., & Gómez-Martínez, N. (2021). Impacto de la COVID-19 en el turismo de latinoamérica y el caribe. *Revista Universidad y Sociedad*, *3*, 460–466. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n3/2218-3620-rus-13-03-460.pdf>
- Velasco González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: Enfoques para un desarrollo sostenible Del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*, *23*(23), 237–253. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121>
- Velázquez-García, M. A., & Balslev Clause, H. (2020). El estudio de la noche en el turismo: una agenda de investigación. *Dimensiones Turísticas*, *4*(6), 149–158. <https://doi.org/10.47557/czoe5346>
- Vélez-Cecilia, Alejo-Oscar J., Tafur-Guillermo, & Bustamante- Miguel A. (2020). Análisis de la satisfacción del turista con relación a factores tecnológicos y la autogestión de la información. *Informacion Tecnologica*, *31*(4), 61–70. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400061>

Zepeda Arce, A., Reyes González, A., & Reyes González, A. E. (2023). Distrito del arte en puerto Vallarta: diversificación de la oferta turística. *Turismo y Patrimonio*, 21, 63–85. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2023.n20.04>

Zhonglin, T., Yihui, Z., Min, F., Yuting, W., & Jingyue, X. (2023). Which factors influence public perceptions of urban attractions? — a comparative study. *Ecological Indicators*, 154, 2–7. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2023.110541>