UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO

TEMA:

"SALUD FÍSICA Y MENTAL EN EL TURISMO DE AVENTURA EN BAÑOS DE AGUA SANTA, AÑO 2025"

AUTORAS:

VANESSA VALENTINA JAIME CHOEZ

DAMARIS ARACELY LUCAS MERO

DIRECTOR

ING. GERMÁN SÁNCHEZ

PAR ACADÉMICO

ING. VERÓNICA ARCOS

GUARANDA – ECUADOR

2025

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Salud Física y Mental en el Turismo de Aventura en Baños de Agua Santa, año 2025"

AGRADECIMIENTO

Expresamos, nuestro profundo agradecimiento a Dios y a la Virgen de Guadalupe por concedernos sabiduría, fortaleza y salud, virtudes indispensables para culminar esta etapa tan importante de nuestra vida académica.

A nuestras familias queremos expresar un agradecimiento especial y de manera muy significativa a nuestros padres, quienes han sido nuestro mayor apoyo a lo largo de esta etapa universitaria. Su confianza inquebrantable y sus palabras de aliento fueron fundamentales para concluir este proyecto de titulación.

De igual manera, exteriorizamos nuestro sincero reconocimiento a nuestros tutores académicos, la Ing. Verónica Arcos y el Ing. Germán Sánchez, por guiarnos con responsabilidad y dedicación durante el desarrollo de la investigación. Su orientación técnica en cada fase del proceso fueron claves para fortalecer nuestro trabajo y culminarlo con responsabilidad y aprendizaje significativo.

A la Universidad Estatal de Bolívar y a los docentes de la carrera, agradecemos por los conocimientos impartidos a lo largo de nuestra formación académica, los cuales fueron fundamentales para nuestro crecimiento profesional y personal.

Finalmente, a las sombras en nuestro camino, gracias por enseñarnos, sin querer hacerlo, no fue fácil avanzar entre voces que no siempre sumaron, pero lo hicimos, porque entendimos que no todos celebran aquello que no logran entender, y que el brillo propio, en ocasiones, incomoda a quienes aún no han descubierto el suyo. Aun así, seguimos adelante, convencidas de nuestro propósito y agradecidas por cada enseñanza recibida, incluso aquellas que llegaron sin proponérselo.

Vanessa Valentina Jaime Choez.

Damaris Aracely Lucas Mero.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto, en primer lugar, a Dios, por guiar cada paso de mi vida y por haber sido mi refugio y fortaleza en los momentos en los que más lo necesité. Gracias por las bendiciones recibidas a lo largo de estos años y por concederme la inteligencia, sabiduría y perseverancia necesaria para alcanzar una de las metas más importantes de mi vida.

A María Gisella Choéz y a Luis Jaime, quienes dejaron de lado sus sueños y aspiraciones para convertirse en Mamá y Papá. Gracias por haber hecho de nuestro hogar un espacio infinito de amor incondicional. A ustedes, porque cada sacrificio realizado para verme avanzar han sido la base de todo lo que hoy estoy logrando. Deseo que puedan sentirse tan satisfechos de la hija que han formado, como yo me siento agradecida de ser parte de su vida y de llevar su ejemplo siempre conmigo. Estos logros no son solo míos, son nuestros. Les expreso mi amor honrando sus apellidos, porque, aunque el título lleve mi nombre, el triunfo es y será siempre de ustedes. Los amo infinitamente, mami y papi.

Quiero dedicar también este logro a mi compañero de vida durante estos últimos años. Gracias, Alexis Valarezo, por ser un apoyo fundamental en este proceso; sin ti, nada de esto habría sido posible. Por llegar en el momento menos esperado y convertirte en lo que más necesitaba, a ti, la más fiel respuesta de mi fe, mi amor, mi familia y mi paz.

Y, por último, pero no menos importante, me dedico este logro a mí. Porque en los momentos difíciles, cuando las dudas intentaron vencerme, me repetí una y otra vez: "tú puedes, tú podrás", y lo logré. Hoy me abrazo con orgullo, amor y gratitud, porque no me rendí. Gracias por seguir adelante, por creer y por ser valiente. Vanessa, esto es para ti, por todo lo que fuiste, por todo lo que eres y por todo lo que estás destinada a ser.

Vanessa Valentina Jaime Choéz.

Dedico este logro, en primer lugar, a Dios, por ser mi guía constante, mi fortaleza en los momentos de dificultad y la luz que iluminó cada paso de este proceso. Su presencia ha sido fundamental para avanzar con fe, esperanza y determinación, incluso en los días más difíciles.

A mi padre, Segundo Lucas, por su amor incondicional, sus consejos sabios y su apoyo permanente en cada etapa de mi vida.

A mi madre, María Mero, que hoy me acompaña desde el cielo. Este logro lleva su nombre y su esencia en cada paso que he dado. Gracias por enseñarme, con su ejemplo de vida, que el esfuerzo, la responsabilidad y la constancia son el camino para alcanzar los sueños. Aunque no pudo estar físicamente para verme culminar esta meta, sé que partió con la tranquilidad y la fe de que lo lograría. Hoy le dedico este triunfo con el corazón lleno de gratitud, esperando que, donde esté, se sienta orgullosa de la hija que formó.

A mis hermanos, con eterno agradecimiento, especialmente a Katherine, Fabricio, Alexander y Andy, por caminar a mi lado durante este arduo trayecto. Gracias por ser mi apoyo incondicional, mi refugio en los momentos difíciles y la luz que me sostuvo cuando sentía desmayar.

A mi novio, por estar a mi lado, por su apoyo, por animarme en mis momentos más complejos y por motivarme a seguir luchando por cada una de mis metas. Su compañía ha sido importante en este camino.

Este logro no es solo mío; pertenece a cada uno de ustedes, que han sido parte esencial de este sueño hoy convertido en realidad.

Damaris Aracely Lucas Mero.

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

UEB
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN
CARRERA DE TURISMO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

ING. GERMÁN SÁNCHEZ & MSC. VERÓNICA ARCOS, en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación **"SALUD FÍSICA Y MENTAL EN EL TURISMO DE AVENTURA EN BAÑOS DE AGUA SANTA, AÑO 2025"** desarrollado por las señoritas **VANESSA VALENTINA JAIME CHOEZ Y DAMARIS ARACELY LUCAS MERO.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera Turismo.**

Guaranda, marzo 2026

Atentamente,

Ing. Germán Sánchez
Director Académico

Msc. Verónica Arcos
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DECLARACIÓN JURAMENTADA DEL AUTOR

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras **Vanessa Valentina Jaime Choéz** y **Damaris Aracely Lucas Mero**, portadores de la Cédula de Identidad No. **095825831-1 y 240014620** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **"SALUD FÍSICA Y MENTAL EN EL TURISMO DE AVENTURA EN BAÑOS DE AGUA SANTA, AÑO 2025"**, modalidad proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Vanessa Valentina Jaime Choéz

Damaris Aracely Lucas Mero

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN II

DEDICATORIA..... IV

INTRODUCCIÓN XVII

RESUMEN..... XIX

ABSTRACT..... XX

CAPÍTULO I..... 1

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO..... 1

1.1. Descripción del Problema 1

1.2. Formulación del Problema 2

1.3. Preguntas de Investigación..... 2

1.4. Justificación..... 3

1.5. Objetivos 5

1.5.1. Objetivo General..... 5

1.5.2. Objetivos Específicos..... 5

1.6. Idea a Defender 5

CAPÍTULO II 6

2. MARCO TEÓRICO 6

2.1. Antecedentes..... 6

2.2. Marco Científico 11

2.3. Marco Conceptual..... 14

2.4. Marco Legal 18

2.5. Marco Georreferencial 31

CAPÍTULO III **34**

3. METODOLOGÍA **34**

3.1. Tipo de Investigación 34

3.2. Enfoques de la Investigación 36

3.3. Métodos de la Investigación 38

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 39

3.5. Muestreo Cualitativo por Bola de Nieves 41

3.6. Universo, población y muestra 42

3.7. Procesamiento de la Información 44

CAPITULO IV **46**

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN **46**

4.1. Identificación de las principales actividades de turismo de aventura ofrecidas en el cantón Baños de Agua Santa que podrán generar benéficos en la salud física y mental. 46

4.2. Percepción de los visitantes sobre los efectos que estas actividades tienen en su bienestar integral. 78

4.2.1. Encuestas aplicadas a nivel nacional 79

4.2.2. Encuestas aplicadas a nivel internacional 112

4.3. Estrategias integrales de promoción de productos turísticos que vinculen específicamente elementos de la salud física y mental en la oferta de aventura de Baños de Agua Santa. 148

4.3.1. Estado actual de la oferta turística de aventura en Baños de Agua Santa que se relaciona con la salud física y mental de los visitantes. 149

4.3.2. Criterio metodológico de ponderación 154

4.3.3. Estrategias definidas a partir de la ponderación del cruce FODA 155

4.3.4. Componentes clave de una estrategia promocional que articule de manera efectiva los beneficios para la salud física y mental derivados del turismo de aventura, a través del diseño de un producto turístico. 156

4.3.5. Proponer lineamientos operativos para la implementación de la estrategia de promoción. 198
4.3.6. Alianzas estratégicas entre prestadores de servicios turísticos e instituciones locales. 198
4.3.7. Evaluación del impacto del marketing en posicionamiento y rentabilidad…… 202
5. CONCLUSIONES..... 209
6. RECOMENDACIONES..... 211
7. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA 212
8. ANEXOS..... 223
8.1. Certificado de cumplimento 223
8.2. Cronograma Tentativo (GANTT) 224
8.3. Presupuesto Ejecutado 225
8.4. Instrumentos de recopilación de datos 226
8.5. Matriz 1. Planificación metodológica del proyecto. 231
8.6. Matriz 2. Para trabajar el marco de antecedentes y el marco científico 232
8.7. Evidencias fotográficas 233
8.8. Carta Aval 236
8.9. Certificado de Análisis Anti plagio 237

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos 40

Tabla 2 Sección 1 Rol y responsabilidades en el sector turístico 47

Tabla 3 Sección 2 Caracterización de la demanda turística..... 51

Tabla 4 Sección 3 Seguridad y bienestar del turista 54

Tabla 5 Sección 4 Coordinación y articulación interinstitucional 58

Tabla 6 Sección 5 Beneficios percibidos del turismo de aventura 62

Tabla 7 Sección 6 Desafíos y necesidades del sector 66

Tabla 8 Sección 7 Formación y recomendaciones para el sector 70

Tabla 9 Distribución por edad de los turistas nacionales encuestados. 79

Tabla 10 Distribución por género de los turistas nacionales encuestados 80

Tabla 11 Distribución de los encuestados según su provincia de procedencia. 81

Tabla 12 Frecuencia con la que los encuestados realizan turismo de aventura. 83

Tabla 13 Actividad de turismo de aventura más realizada por los encuestados 85

Tabla 14 Motivo Principal por el cual realiza turismo de aventura. 87

Tabla 15 Percepción sobre Fortalecimiento de la Condición Corporal 88

Tabla 16 Percepción sobre el Aumento de Energía. 91

Tabla 17 Percepción sobre la Promoción de Hábitos Saludables. 92

Tabla 18 Percepción de Mejoras en el Estado Físico 94

Tabla 19 Percepción sobre la Reducción del Estrés 95

Tabla 20 Percepción del estado de ánimo asociado al contacto con la naturaleza 98

Tabla 21 Percepción sobre la Relajación Mental Post-Actividad..... 99

Tabla 22 Percepción de Equilibrio y Claridad Emocional..... 101

Tabla 23 Percepción de Seguridad y Organización 103

Tabla 24 Percepción sobre el Profesionalismo de los Guías 105

Tabla 25 Percepción sobre la Superación de Expectativas 106

Tabla 26 Intención de Recomendación por Beneficios para la Salud 108

Tabla 27 Resumen general de la interpretación – turistas nacionales 110

Tabla 28 Distribución de Edad de los Encuestados 112

Tabla 29 Distribución por Género de los Encuestados. 113

Tabla 30 Distribución por País de Origen de los Encuestados. 115

Tabla 31 Frecuencia con la que Realizan Turismo de Aventura 116

Tabla 32 Actividad que realizó durante su visita. 118

Tabla 33 Motivo Principal por el cual realiza turismo de aventura. 120

Tabla 34 Percepción de Mejora en la Condición Física 122

Tabla 35 Percepción de Fortalecimiento de la Condición Corporal 124

Tabla 36 Percepción de Aumento de Energía Post-Actividad 126

Tabla 37 Percepción de Mejoras Notables en la Condición Física 127

Tabla 38 Percepción de Reducción de Estrés Post-Actividad 129

Tabla 39 Percepción de Mejora del Estado de Ánimo por la Naturaleza 131

Tabla 40 Percepción de Relajación Mental Post-Actividad 132

Tabla 41 Percepción de Equilibrio y Claridad Emocional 134

Tabla 42 Percepción de Seguridad y Organización 135

Tabla 43 Percepción del Profesionalismo y Atención de los Guías 137

Tabla 44 Percepción sobre la Superación de Expectativas 139

Tabla 45 Intención de Recomendación por Beneficios para la Salud 141

Tabla 46 Resumen general de la interpretación – turistas internacionales 142

Tabla 47 Matriz FODA de la oferta de turismo de aventura en Baños de Agua Santa 150

Tabla 48 *Priorización de estrategias del cruce FODA*..... 154

Tabla 49 *Estrategia de marketing mix para el turismo de aventura y bienestar* 155

Tabla 50 *Caracterización del producto* 157

Tabla 51 *Diseño del Circuito Turístico*..... 159

Tabla 52 *Distribución del trayecto del circuito turístico por días.* 176

Tabla 53 Diseño de itinerario del producto..... 177

Tabla 54 Hoja de Costos del Producto Turístico 178

Tabla 55 Presupuesto para el turista por persona..... 179

Tabla 56 Servicios y recomendaciones del paquete turístico 179

Tabla 57 Etapas para el diseño de la estrategia de comunicación del producto 180

Tabla 58 Caracterización del producto 182

Tabla 59 Diseño del Circuito Turístico 184

Tabla 60 Distribución del trayecto del circuito turístico por días. 193

Tabla 61 Diseño de itinerario del producto..... 194

Tabla 62 Hoja de Costos del Producto Turístico 195

Tabla 63 Servicios y recomendaciones del paquete turístico 195

Tabla 64 Etapas para el diseño de la estrategia de comunicación del producto 196

Tabla 65 *Presupuesto de planificación del diseño de los productos turísticos.* 199

Tabla 66 Cronograma del planteamiento de las estrategias de promoción. 201

Tabla 67 *Evaluación del Impacto del Marketing* 203

Tabla 68 *Protocolos de Comunicación y Medición del Impacto* 205

INDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Mapa del Cantón Baños De Agua Santa 31

Ilustración 2 Muestreo de Bola de Nieve 41

Ilustración 3 Parque Central del cantón Baños de Agua Santa 161

Ilustración 4 Dinos Park 162

Ilustración 5 Animal Park 163

Ilustración 6 Ruta de las Cascadas 164

Ilustración 7 Mega Adventure Park 165

Ilustración 8 Laberinto de Espejos 166

Ilustración 9 Ciclismo de montaña 167

Ilustración 10 Canopy extremo 168

Ilustración 11 Canyoning 169

Ilustración 12 Casa del Árbol 170

Ilustración 13 Mano de Dios 171

Ilustración 14 Chocolatera artesanal 172

Ilustración 15 Rafting en el río Pastaza 173

Ilustración 16 Mapa turístico del circuito de atractivos de Baños de Agua Santa 175

Ilustración 17 Ruta de los Miradores 186

Ilustración 18 Ruta de las Cascadas 187

Ilustración 19 Canopy extremo 188

Ilustración 20 Canyoning 189

Ilustración 21 Puenting Baños de Agua Santa 190

Ilustración 22 Mapa turístico del circuito de atractivos de Baños de Agua Santa 192

INDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Distribución por edad..... 79

Gráfico 2 Distribución por género. 80

Gráfico 3 Distribución por Provincia de Procedencia. 82

Gráfico 4 Frecuencia con la que realiza turismo de aventura 84

Gráfico 5 Actividad que realizó durante su visita..... 86

Gráfico 6 Motivo principal por el cual realiza turismo de aventura 88

Gráfico 7 Las actividades fortalecen mi condición corporal 89

Gráfico 8 Siento mayor energía después de practicarlas 91

Gráfico 9 Este tipo de turismo promueve hábitos saludables 93

Gráfico 10 He notado mejoras en mi estado físico tras participar 94

Gráfico 11 Las actividades me ayudan a reducir el estrés 96

Gráfico 12 El contacto con la naturaleza mejora mi estado de ánimo..... 98

Gráfico 13 Me siento mentalmente más relajado luego de la actividad 100

Gráfico 14 Estas experiencias me generan equilibrio y claridad emocional 102

Gráfico 15 Las actividades son seguras y bien organizada..... 103

Gráfico 16 Los guías mostraron profesionalismo y atención 105

Gráfico 17 La experiencia superó mis expectativas..... 107

Gráfico 18 Recomendaría el turismo de aventura por sus beneficios para la salud..... 108

Gráfico 19 Distribución de Edad..... 112

Gráfico 20 Distribución por Género 114

Gráfico 21 Distribución por País de Origen..... 115

Gráfico 22 Frecuencia con la que los encuestados realizan turismo de aventura 117

Gráfico 23 Actividades seleccionadas por los encuestados 119

Gráfico 24 Motivo principal que los impulsa a realizar turismo de aventura 120

Gráfico 25 La mejora de la condición física. 122

Gráfico 26 Las actividades fortalecen mi condición corporal 124

Gráfico 27 El aumento de energía después de participar 126

Gráfico 28 Mejoras físicas tangibles después de la participación. 128

Gráfico 29 Actividades ayudan a reducir el estrés. 129

Gráfico 30 El contacto con la naturaleza mejora el estado de ánimo 131

Gráfico 31 Aumento de relajación mental después de participar 133

Gráfico 32 Actividades generan equilibrio y claridad emocional 134

Gráfico 33 Seguridad y organización de las actividades 136

Gráfico 34 El profesionalismo de los guías 138

Gráfico 35 Expectativas del turista internacional. 140

Gráfico 36 Recomendación del turismo de aventura por sus beneficios para la salud . 141

INTRODUCCIÓN

La presente investigación aborda el análisis de la relación entre el turismo de aventura y el fortalecimiento de la salud física y mental de los visitantes en el cantón Baños de Agua Santa durante el año 2025. Este destino, reconocido por su diversidad geográfica y la amplia oferta de actividades de aventura, se ha consolidado como uno de los principales polos turísticos del Ecuador. No obstante, aunque las actividades como rafting, canyoning, senderismo y canopy son ampliamente promocionadas por su componente recreativo y de emoción, existe una limitada combinación del enfoque de bienestar dentro de su gestión y promoción.

El trabajo se estructura en cinco capítulos que desenvuelven de manera secuencial el proceso investigativo. En el Capítulo I se muestra la formulación general del proyecto, donde se describe la problemática relacionada con la insuficiente vinculación entre aventura y bienestar en la promoción turística del cantón. Se plantean las preguntas de investigación, la justificación académica y social del estudio, el objetivo general y los específicos, así como la idea a defender que orienta el desarrollo del proyecto.

El Capítulo II corresponde al marco teórico, científico, conceptual y legal. En este apartado se revisan estudios nacionales e internacionales relacionados con el turismo de aventura, el turismo de bienestar y la percepción de los visitantes. También se desarrollan bases teóricas que sustentan la conexión entre actividad física, naturaleza y salud mental, junto con la normativa que regula el sector turístico en el Ecuador. Este capítulo aporta el sustento conceptual necesario para analizar el tema desde una visión amplia e integral.

En el Capítulo III se detalla la metodología aplicada, estructurada bajo un enfoque mixto que combina herramientas cuantitativas y cualitativas. Se especifican el tipo y diseño de la investigación, los métodos empleados, las técnicas de recolección de datos y la población estudiada. Mediante encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros, se obtuvo información clave para examinar la percepción sobre los beneficios físicos y emocionales del turismo de aventura.

El Capítulo IV presenta los resultados y su respectivo análisis. Aquí se determinan las actividades con mayor aporte al bienestar integral y se valoran las opiniones de los visitantes en cuanto a mejoras físicas, disminución del estrés y estabilidad emocional. Con base en estos resultados, se formula una estrategia integral de promoción que responde al tercer objetivo específico, incorporando herramientas de planificación, análisis FODA, marketing mix y lineamientos operativos para fortalecer el posicionamiento de Baños de Agua Santa como destino de aventura y bienestar.

Finalmente, el Capítulo V recoge las conclusiones y recomendaciones del estudio. En esta sección se sintetizan los principales aportes de la investigación y se proponen orientaciones dirigidas a prestadores de servicios turísticos, autoridades locales y futuros estudios, con el fin de impulsar un modelo de turismo de aventura que integre de manera clara la dimensión de salud física y mental.

En conjunto, esta investigación aporta una visión renovada del turismo de aventura en Baños de Agua Santa, evidenciando que estas actividades no solo dinamizan la economía del destino, sino que también pueden constituirse en experiencias que fortalecen el bienestar integral de los visitantes. De esta manera, se promueve un enfoque turístico más consciente, sostenible y alineado con las tendencias actuales del sector.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo determinar los beneficios del turismo de aventura en la salud física y mental de los visitantes del cantón Baños de Agua Santa durante el año 2025. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, lo que permitió obtener una visión integral del fenómeno estudiado. En una fase inicial, se realizó un diagnóstico de la oferta turística de aventura del cantón mediante la revisión de fuentes académicas, normativas y estadísticas oficiales, identificándose actividades como rafting, canyoning, senderismo, ciclismo de montaña y canopy, las cuales presentan un alto potencial para promover el bienestar integral debido a su interacción directa con entornos naturales. Posteriormente, se aplicaron encuestas a turistas nacionales y extranjeros que formaron parte de estas experiencias, con el propósito de conocer su percepción sobre los cambios físicos y emocionales vividos. Los resultados reflejaron una mejora en la condición física, disminución del estrés, mayor ánimo positivo y una sensación más estable a nivel emocional, lo que demuestra que el turismo de aventura no solo cumple una función recreativa, sino que también aporta al bienestar integral del visitante. Finalmente, a partir de los hallazgos obtenidos, se propuso una estrategia integral de promoción orientada a fortalecer la articulación entre turismo de aventura y salud física y mental, contribuyendo a la diversificación de la oferta turística y al posicionamiento de Baños de Agua Santa como un destino de aventura saludable y sostenible.

Palabras clave: Turismo de aventura, salud física, salud mental, bienestar, Baños de Agua Santa.

ABSTRACT

This research aimed to determine the benefits of adventure tourism on the physical and mental health of visitors to the Baños de Agua Santa canton during 2025. The research was conducted using a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative methods, which allowed for a comprehensive understanding of the phenomenon under study. In an initial phase, a diagnostic assessment of the canton's adventure tourism offerings was carried out through a review of academic, regulatory, and official statistical sources. Activities such as rafting, canyoning, hiking, mountain biking, and canopy tours were identified as having high potential to promote holistic well-being due to their direct interaction with natural environments. Subsequently, surveys were administered to national and international tourists who participated in these experiences to understand their perceptions of the physical and emotional changes they experienced. The results reflected an improvement in physical condition, a reduction in stress, a more positive mood, and a more stable emotional state, demonstrating that adventure tourism not only serves a recreational function but also contributes to the overall well-being of visitors. Finally, based on the findings obtained, a comprehensive promotion strategy was proposed aimed at strengthening the link between adventure tourism and physical and mental health, contributing to the diversification of the tourism offer and the positioning of Baños de Agua Santa as a healthy and sustainable adventure destination.

Keywords: Adventure tourism, physical health, mental health, well-being, Baños de Agua Santa.

CAPÍTULO I

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del Problema

A nivel global, el turismo atraviesa una transformación hacia experiencias que fortalezcan la salud y el bienestar. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha señalado que después de la pandemia del COVID-19, los turistas buscan actividades que reduzcan el estrés, promuevan la salud mental y fomenten el contacto con la naturaleza (Tapia et al., 2021). Sin embargo, la problemática principal es que muchos destinos de turismo de aventura se siguen promocionando únicamente desde el enfoque de la adrenalina y el riesgo, sin integrar explícitamente la dimensión de bienestar integral. Esto limita el aprovechamiento de una tendencia mundial que mueve miles de millones de dólares en la industria turística (Farfán et al., 2025).

Ecuador se posiciona como un destino privilegiado para la práctica del turismo de aventura gracias a su diversidad geográfica y paisajística. Provincias como Tungurahua, Napo y Pastaza concentran una gran variedad de actividades de este tipo, lo que convierte al país en un escenario atractivo para los viajeros (Game, 2017) No obstante, la problemática radica en que el turismo de aventura en Ecuador no ha sido articulado con el emergente mercado del turismo de bienestar. Existen limitaciones en políticas específicas que vinculen ambos enfoques, escasez de estudios académicos que evidencien los beneficios en la salud de los visitantes y poca innovación en las campañas de promoción, que siguen destacando la adrenalina más que el bienestar integral. Esta situación reduce las oportunidades de posicionar al país como un destino competitivo en Sudamérica dentro de este segmento (Guijarro & Calvopiña, 2021).

A nivel local, el cantón Baños de Agua Santa constituye uno de los destinos más reconocidos del Ecuador en turismo de aventura, recibiendo a miles de visitantes nacionales e

internacionales que participan en actividades como rafting, canyoning, puenting, ciclismo de montaña, canopy y senderismo (Mosquera, et al., 2021). A pesar de su potencial, la oferta turística presenta limitaciones al no incorporar de manera explícita el enfoque de salud y bienestar dentro de sus productos. En muchos casos, los operadores centran su promoción únicamente en la adrenalina y la experiencia extrema, dejando en segundo plano los beneficios físicos y emocionales que estas actividades pueden generar(Atiaja, 2023).

De igual forma, existe escasa información para los visitantes sobre estos aportes, y a nivel local aún no se han consolidado estrategias que articulen el turismo de aventura con propuestas orientadas al bienestar y la regeneración integral (Toaquiza, 2023).

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo incidirá el turismo de aventura en el fortalecimiento de la salud y el bienestar de los visitantes en el cantón Baños de Agua Santa durante el año 2025?

1.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las principales actividades y servicios de turismo de aventura ofertados en Baños de Agua Santa en el año 2025?
- ¿Qué percepciones y experiencias manifiestan los turistas nacionales y extranjeros sobre los beneficios físicos, psicológicos y sociales de las actividades de turismo de aventura en Baños?
- ¿Qué estrategias de gestión pueden implementarse en la oferta turística de Baños para integrar la promoción de la salud y el bienestar con el desarrollo sostenible?

1.4. Justificación

Baños de Agua Santa surgió entre 1857 y 1859 como un destino turístico religioso y de salud, impulsado por las peregrinaciones al Santuario de la Virgen del Rosario de Agua Santa (Varela, 2015). Sin embargo, las erupciones del volcán Tungurahua en los últimos 25 años redujeron su oferta original y obligaron a diversificarla hacia el turismo de aventura y entretenimiento, incluso aprovechando el fenómeno volcánico como atractivo. Sin embargo, el crecimiento y la diversidad de actividades ofertadas en el destino han generado un escenario donde resulta necesario innovar, reuniendo propuestas que integren el bienestar y la sostenibilidad como ejes fundamentales, en concordancia con las tendencias actuales del turismo regenerativo a nivel mundial (Mosquera et al., 2021).

En este contexto, la presente investigación obtuvo relevancia al respaldar, desde una base técnica y académica, los beneficios que el turismo de aventura puede aportar a la salud física y mental de los visitantes. De esta manera, se logró comprender con mayor claridad cómo las experiencias en contacto con la naturaleza contribuyen al equilibrio corporal y emocional de quienes participan en estas actividades. Por ende, el estudio sirvió como fundamento para analizar de qué forma el turismo de aventura incidió en el bienestar integral de los visitantes del cantón Baños de Agua Santa, respondiendo a las preguntas planteadas sobre las actividades más representativas, las percepciones de los turistas y las estrategias de gestión necesarias para consolidar un turismo saludable y sostenible.

El impacto de este proyecto fue relevante porque integro las dimensiones del turismo de aventura con los principios del turismo de bienestar, respondiendo a las nuevas tendencias internacionales que priorizaban la salud, la relajación y la conexión con la naturaleza.

En este sentido, el proyecto impulsó la evolución de la oferta turística local hacia propuestas que fomentan estilos de vida activos y responsables, reforzando la imagen de Baños de Agua Santa como un destino que no solo brinda aventura, sino también beneficios reales para la salud física y emocional. La integración entre aventura y bienestar permitió posicionarlo como un referente innovador, capaz de articular seguridad, sostenibilidad y salud dentro de un mismo producto turístico. Asimismo, en cuanto a su trascendencia los resultados del estudio aportaron información útil para futuras investigaciones y para la toma de decisiones en políticas públicas vinculadas al turismo de bienestar en el Ecuador. El estudio permitió estructurar un modelo que puede adaptarse a otros destinos con características similares, fortaleciendo la relación entre salud y turismo como ejes de desarrollo sostenible. Además, aportó orientaciones para que guías y operadores incorporen prácticas enfocadas en el bienestar integral.

Finalmente, los beneficiarios fueron múltiples: los turistas accedieron a experiencias más conscientes; los operadores diversificaron su oferta y añadieron valor a sus servicios; las autoridades locales contaron con insumos técnicos para mejorar su planificación; y la academia dispone de un referente actualizado que contribuye al análisis y proyección del turismo responsable en el país. De esta manera, el proyecto contribuyó al desarrollo integral del cantón Baños de Agua Santa, fomentando un modelo de turismo de aventura que se caracteriza por su aporte al bienestar físico, mental y social de la población y de sus visitantes.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar los beneficios del turismo de aventura en la salud física y mental de los visitantes en Baños de Agua Santa durante el año 2025.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar las principales actividades de turismo de aventura ofrecidas en el cantón Baños de Agua Santa que podrán generar benéficos en la salud física y mental.
- Examinar la percepción de los visitantes sobre los efectos que estas actividades tienen en su bienestar integral.
- Desarrollar estrategias integrales de promoción de productos turísticos que vinculen específicamente elementos de la salud física y mental en la oferta de aventura de Baños de Agua Santa.

1.6. Idea a Defender

El turismo de aventura contribuirá al fortalecimiento de la salud física y al bienestar mental de quienes visiten Baños de Agua Santa en el año 2025, al incentivar actividades en contacto con la naturaleza que favorecen la condición corporal y disminuyen los niveles de estrés.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En el presente proyecto de investigación se considera diversos documentos acreditados que abordan el tema en cuestión. Estos documentos han facilitado la obtención de una perspectiva sobre el tema en múltiples contextos y realidades. A continuación, se detallan los siguientes:

En primera instancia a nivel mundial se aborda el estudio de Su et al. (2022) donde estudiaron el efecto del acompañante en el turismo de aventura en un parque nacional de China. Se aplicó una metodología experimental que incluyó tres estudios con diseños de un solo factor y factorial. Los resultados mostraron que viajar acompañado por una persona con habilidades similares o superiores incrementa la satisfacción y el bienestar percibido, efecto que fue más evidente en mujeres. En síntesis, el estudio resalta la relevancia del acompañante en el turismo de aventura y cómo el género puede influir en la experiencia y en la percepción del bienestar.

Por otra parte, una investigación desarrollada en España por Rial-Vázquez et al. (2023) analizó si los planes de salud autonómicos incorporaban acciones relacionadas con la actividad física. Tras revisar 16 planes vigentes hasta 2022, se identificó que la mayoría incluía medidas dirigidas a distintos grupos poblacionales; sin embargo, existía diversidad en sus enfoques y objetivos, evidenciando la necesidad de criterios más unificados para fortalecer la promoción de la actividad física a nivel nacional.

El estudio realizado por Tanné (2023), desarrollado en Francia, abordó la relevancia de la actividad física en niños y adolescentes de 5 a 17 años, tomando como referencia las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, que sugieren al menos 60 minutos diarios de ejercicio moderado o vigoroso. La investigación se desarrolló mediante una revisión

documental de evidencia científica y datos epidemiológicos sobre práctica deportiva en estas edades. Entre los resultados se evidenció que la educación física escolar y las actividades recreativas no logran compensar la disminución de la actividad física cotidiana, situación que incide en el aumento del sobrepeso y la obesidad. El autor concluye que los hábitos adquiridos en la infancia y adolescencia influyen en la vida adulta, destacando la necesidad de políticas y programas que fomenten estilos de vida activos y reduzcan el sedentarismo.

Por su parte, Leri & Theodoridis (2020), en un estudio sobre enoturismo en Grecia, analizaron cómo las características personales del visitante influyen en la experiencia turística. A través de encuestas aplicadas a 615 turistas y examinadas mediante análisis de trayectorias, determinaron que los rasgos de personalidad inciden en la percepción del servicio, las emociones generadas y la intención de retorno. Aunque el estudio se desarrolló en el ámbito del enoturismo, sus aportes pueden relacionarse con el turismo de aventura en destinos como Baños de Agua Santa, donde la experiencia también depende de la interacción entre entorno natural, calidad del servicio y perfil del visitante. En este sentido, considerar la personalidad del turista permite diseñar propuestas más acordes a sus expectativas y fortalecer su bienestar y satisfacción.

En Ecuador, Herrera et al. (2023), estudiaron el perfil de la demanda de turismo de aventura en Ecuador con enfoque de sostenibilidad. Con un estudio, de carácter mixto, basado en un muestreo aleatorio simple aplicado a 385 personas mediante un formulario estructurado de 22 preguntas. Como resultado, se estableció que los turistas prefieren los destinos de la Región Andina y la Amazonía, con una marcada distinción por actividades en tierra como el senderismo, en agua con embarcaciones motorizadas, y en el aire con parapente. En conclusión, el estudio determina que es necesario impulsar un plan de turismo de aventura que contribuya a fortalecer los ingresos económicos de las comunidades locales.

Por otro lado, a investigación realizada por Cevallos (2022), se enfocó en la creación de un producto de turismo de aventura en la parroquia Crucita, provincia de Manabí. Para su desarrollo se empleó una revisión bibliográfica y documental, junto con los métodos hermenéutico y descriptivo, además de técnicas de observación tanto directa como indirecta para la recolección de información. Los resultados principales se basaron en un diagnóstico de los recursos y atractivos turísticos de Crucita, determinando la oferta turística existente. El estudio concluyó que la parroquia tiene potencial, pero escasea de apoyo del gobierno local, publicidad y un ente regulador. Para abordar esta necesidad, se diseñaron tres paquetes turísticos de aventura, llamados "FUN DAY", con el propósito de ofrecer nuevas experiencias a los turistas.

La investigación del plan estratégico de comunicación integral para el posicionamiento de la marca "Viaja Primero Ecuador" en el cantón Riobamba (Mallury Alta, 2018), se desarrolló con la intención de fortalecer la imagen y reconocimiento de dicha marca turística en la Zona 3 de Ecuador. El estudio adoptó un enfoque cuali–cuantitativo, aplicando encuestas tanto al personal del Ministerio de Turismo como a la población urbana y rural de Riobamba. Los resultados revelaron un bajo nivel de conocimiento sobre la marca y una débil utilización de estrategias de marketing lo que limitaba el posicionamiento de la campaña. El estudio concluye con la propuesta de un plan estratégico de promoción y publicidad de bajo costo para mejorar el posicionamiento y fomentar el turismo interno en Riobamba.

Castillo (2017) realizó una investigación doctoral en la ciudad de Quito con el propósito de analizar nuevas formas de desarrollo turístico desde un enfoque ético y sostenible. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando revisión bibliográfica, aplicación de encuestas, entrevistas a especialistas y análisis econométricos. Los resultados evidenciaron que un modelo turístico basado en principios de sostenibilidad y responsabilidad ética mejora la

percepción de calidad, fortalece la imagen del destino y eleva los niveles de satisfacción del visitante. En consecuencia, se plantea que esta propuesta constituye una alternativa frente al turismo convencional, contribuyendo a la competitividad y al desarrollo responsable en el contexto ecuatoriano.

Recientemente en el cantón Tena, (Salas et al., 2024) asumieron como objetivo diseñar un programa educativo de promoción cultural para turistas, orientado a fortalecer la identidad cultural local y potenciar el atractivo turístico del destino. La investigación empleó un enfoque metodológico mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas que admitieron analizar la cultura local, las demandas de los visitantes y las estrategias de promoción más eficaces. Los resultados evidenciaron que, mediante el impulso de rutas culturales, el fortalecimiento del acceso a la información, la realización de eventos y la mejora de la infraestructura turística, Tena puede incrementar la llegada de visitantes y posicionarse como un referente cultural. Se concluye que un programa educativo orientado a la promoción cultural no solo dinamizaría la actividad turística, sino que también beneficiaría directamente a las comunidades locales al preservar y revalorizar su patrimonio.

Finalmente, (Mosquera, et al., 2021) analizaron el turismo de salud en Baños de Agua Santa utilizando un enfoque mixto que incluyó trabajo de campo, encuestas y entrevistas a actores del sector. Los hallazgos mostraron que, aunque muchos turistas no identifican el concepto como tal, sí participan en actividades como termas y spas, reconociéndose una oferta con potencial de crecimiento. Predomina un perfil de visitantes ecuatorianos, jóvenes y con formación superior, motivados por precios accesibles y buena calidad de servicio. El estudio concluye que este segmento puede complementar la oferta actual y sugiere diseñar estrategias para su fortalecimiento y promoción.

El estudio de Martínez, M. Moya, et al. (2024) tuvo como propósito caracterizar la oferta turística, analizar las estrategias de gestión de los recursos y definir el perfil de las atracciones. Ante la limitada información existente, se aplicó una encuesta validada a 53 representantes y administradores de atractivos, seleccionados mediante una muestra no probabilística. La información fue procesada a través de análisis descriptivos, tablas de frecuencia, índices y un análisis correlacional con enfoque factorial. Los resultados resaltaron la relevancia de la innovación, el manejo de redes sociales, el uso de herramientas de marketing y la experiencia en la prestación de servicios de calidad. En consecuencia, se concluye que la gestión turística requiere estrategias innovadoras, promoción efectiva e inclusión para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del sector.

Por otro lado, Toaquiza (2023) señala que su investigación se orientó a describir el perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua, con el fin de aportar al desarrollo del sector. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo y descriptivo, empleando encuestas, análisis de información primaria y secundaria, y trabajo de campo. Los resultados evidenciaron que el visitante es mayoritariamente ecuatoriano (94,1%), con edades entre 18 y 40 años y una participación equilibrada entre hombres y mujeres. La principal motivación del viaje es la relajación (59%), con un gasto estimado entre 0 y 100 USD (51%) y una permanencia de uno a dos días (45%). Para concluir, la autora enfatiza que se recomienda diseñar paquetes turísticos que se alineen con el perfil de los turistas de salud para maximizar la satisfacción del visitante y conservar la difusión de la información a través de un boletín informativo.

2.2. Marco Científico

El presente proyecto se sustenta en bases teóricas que permiten comprender con mayor claridad el problema de estudio. Para ello, se consideraron aportes de distintos autores, cuyas investigaciones brindan el respaldo conceptual necesario para el desarrollo de esta propuesta.

Desde esta perspectiva, la teoría del turismo reúne enfoques que explican los fenómenos vinculados a la actividad turística, abordando aspectos como las motivaciones del visitante, los efectos sociales, económicos y ambientales, así como la relación entre oferta y demanda en el sector (Ascanio, 2012).

De manera particular, el turismo de aventura se ha posicionado como un segmento en constante crecimiento, al integrar actividad física y contacto directo con entornos naturales. Un ejemplo de ello es el Valle Río Canímar, donde estudios recientes evidencian un aumento en el interés por experiencias recreativas en espacios naturales protegidos (Ugalde et al., 2023).

Por otro lado, para Lacueva et al. (2025) el turismo de bienestar se ha consolidado como una sección que integra salud, ocio y sostenibilidad, requiriendo mejorar la calidad de vida de los visitantes a través de vivencia que combinan actividades físicas, espirituales y de relajación.

Castillo (2017) presenta la definición del Turismo Consciente que consiste en el concepto de "Amar la vida", que se especifica como: una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética y promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y amor a la vida como esencia de la experiencia turística.

Para la satisfacción de los visitantes, Morillo (2010) destaca que los establecimientos turísticos deben proporcionar atención al cliente y, por tanto, necesitan información sobre sus necesidades, gustos, costumbres, entre otras. Esta información debe reflejarse internamente en los procesos como estándares o patrones de prestación del servicio.

El turismo sostenible según Galvez et al. (2020) se fundamenta en teorías que compone la conservación de la biodiversidad, la educación ambiental y la dinamización económica de las comunidades. En este sentido, los sitios temáticos como orquidearios se engendran como productos turísticos innovadores que permite diversificar la oferta.

Asimismo, analizar la percepción de la comunidad local es fundamental para garantizar una adecuada gestión turística. Según Reyes et al. (2024) la teoría del intercambio social y los enfoques de la geografía de la percepción permiten entender cómo los habitantes valoran los beneficios y posibles impactos que el turismo genera en su entorno.

Por otro lado, Garrido (2022) señala que el diseño de productos turísticos implica un proceso que inicia con el análisis del entorno y los recursos disponibles, y continúa con la estructuración y comercialización de propuestas que puedan convertirse en experiencias atractivas para el visitante. Este proceso combina planificación estratégica e innovación, con el propósito de crear productos competitivos acordes a la realidad del territorio y a las expectativas del mercado.

En esta línea, la economía de la experiencia aplicada al turismo prioriza la generación de vivencias significativas, capaces de involucrar emociones y sensaciones. Así, el sector se diversifica hacia modalidades como el turismo activo dentro del turismo de naturaleza, respondiendo a una demanda que busca experiencias más allá del ocio tradicional (Araújo et al., 2012).

Barrera et al. (2019) sostienen que la gestión de los espacios naturales protegidos debe incluir la participación de visitantes y comunidades locales, empleando indicadores de sostenibilidad para evaluar la calidad del destino. Asimismo, destacan la importancia de equilibrar la satisfacción del turista con el desarrollo local y la conservación del entorno natural.

Complementando estas perspectivas, diversos estudios han justificado que las actividades físicas en entornos naturales generan efectos positivos en la salud de los individuos, Twohig-Bennett & Jones (2018) evidencian que la práctica de actividades físicas al aire libre, como caminatas y ejercicios en la naturaleza, mejora la salud cardiovascular y pulmonar, reduce la presión arterial y el colesterol, y favorece el control del peso corporal.

A su vez, Brymer et al. (2024) sostienen que el turismo de aventura debe analizarse desde una visión ecológica, considerando la relación entre la persona, la actividad y el entorno natural. Desde esta perspectiva, dicha interacción puede favorecer la salud mental al generar experiencias significativas y transformadoras.

De igual forma, investigaciones recientes respaldan el vínculo entre el contacto con la naturaleza y el bienestar psicológico. Coventry et al. (2021), señalan que las actividades realizadas en espacios naturales contribuyen a reducir el estrés, la ansiedad y la depresión, además de fortalecer el estado de ánimo y la sensación de esperanza.

Finalmente, (Bentley, 2024) indica que el turismo de aventura aporta beneficios como la disminución del estrés, el fortalecimiento de la autoestima y el desarrollo de la resiliencia. Enfrentar desafíos en contextos naturales estimula emociones positivas y mejora la autoconfianza, convirtiendo la recreación en una experiencia que promueve el bienestar integral.

2.3. Marco Conceptual

El marco conceptual del presente proyecto representa la base teórica que guía el desarrollo de la investigación. A partir de la revisión de literatura especializada y estudios previos, se establecen las definiciones y enfoques necesarios para comprender el fenómeno analizado. Este apartado permite organizar de manera lógica los conceptos centrales del estudio, asegurando coherencia y claridad en el sustento metodológico del trabajo.

Actividad Turística: La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico (Rodríguez, 2019, pág. 9–10).

Actividad física: Se define como todos los movimientos naturales y/o planificados que realiza el ser humano, con desgaste de energía y fines profilácticos, estéticos, deportivos o de rehabilitación (Cala & Navarro, 2011, pág. 3).

Ambiente emocional: Capacidad de una persona para experimentar emociones positivas, gestión del estrés y mantener una actitud favorable frente a los desafíos de la vida y del mundo (Riera, 2025, pág. 20).

Bienestar: Dicho de forma sencilla, el bienestar es el estado que se alcanza cuando uno se siente y desenvuelve bien en la vida. Según el modelo de Martin Seligman, este estado se fundamenta en cinco pilares: emociones positivas, compromiso, relaciones, sentido y logros (Balica, 2021, pág. 3).

Bienestar integral: Es aquel estado que favorece el desarrollo del ser humano en todas sus dimensiones: física, emocional, cognitiva y espiritual; es decir, un estado que no involucra solamente las experiencias placenteras de un instante dado, como es frecuente entenderlo (Mineduc, 2011, pág. 3).

Demanda turística: Se refiere al conjunto de bienes y servicios que los visitantes están dispuestos a adquirir en un destino determinado, motivados por la búsqueda de experiencias y satisfacción personal. Esta demanda depende de variables como el ingreso, el tiempo libre, las preferencias, la seguridad y la accesibilidad, siendo un indicador clave para planificar y gestionar de manera equilibrada el desarrollo del turismo (Lickorish & Jenkins, 2000, pág. 85–100).

Estrategia integral: Diseñar una estrategia integral es lograr que el nivel ejecutivo de la organización tenga claro sus objetivos claves, los comunique de manera adecuada a todas las áreas y niveles de la organización con el fin de trabajar en sinergia, compartir recursos, alinear el día a día con el propósito superior y lograr ser sostenible, rentable, y exitosa (Carrillo, 2023).

Marketing integral: Consiste en diseñar y ejecutar una estrategia que tenga un mensaje unificado para todos los canales y soportes que emplea una marca. Por lo tanto, es una herramienta que aporta coherencia de cara a los clientes. Su objetivo es trasmitir a tu audiencia lo que eres, lo que haces y cómo lo haces a través de todos los canales de comunicación y venta con los que cuentas (Iñigo, 2025).

Oferta Turística: La oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su propósito central es que el visitante viva una experiencia diferente y gratificante durante su permanencia en el destino (Naranjo & Martínez, 2022, pág. 1).

Percepción turística: Se entiende como la imagen o impresión que el turista construye sobre un destino. Esta percepción puede estar influenciada por la información difundida en medios de comunicación y por los estímulos visuales que generan respuestas emocionales. En consecuencia, dichas impresiones inciden directamente en la decisión de viaje y en el interés por conocer un lugar determinado (Connell, 2012).

Producto turístico: Es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes (ONU, 2025).

Promoción Turística: Comprende el conjunto de acciones de comunicación y persuasión destinadas a influir en la decisión de viaje del consumidor, resaltando las ventajas y valores diferenciales de un destino o servicio turístico. Su propósito es crear una imagen positiva y coherente que estimule el deseo de visitar el lugar, fortaleciendo la identidad del producto turístico y fomentando su reconocimiento en los mercados nacionales e internacionales (Revilla et al., 2005, pág. 121–135).

Salud mental: La salud mental es un estado de bienestar mental que permite a las personas afrontar el estrés de la vida, desarrollar sus capacidades, aprender y trabajar eficazmente, y contribuir a su comunidad. Tiene un valor intrínseco e instrumental, y es fundamental para nuestro bienestar (OMS, 2025).

Turismo de aventura: El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo (OMT, 2025).

Turismo de bienestar: El turismo de bienestar es un tipo de actividad turística que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual. La motivación primordial del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, la alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos (OMT, 2025).

Turismo deportivo: El turismo deportivo es un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva (OMT, 2025).

Turismo de salud: El turismo de salud cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad (OMT, 2025).

2.4. Marco Legal

Para fundamentar legalmente esta investigación, se analizaron diversos documentos que regulan y orientan el desarrollo de la actividad turística en Ecuador. Estos instrumentos normativos resultan esenciales para comprender las disposiciones, lineamientos y prácticas que inciden directamente en la seguridad, el bienestar físico y mental de los turistas, así como en la gestión responsable del turismo de aventura en el territorio de estudio.

Constitución de la República del Ecuador.

Según la Constitución de la República Del Ecuador (2011), Decreto Legislativo 0 Registro Oficial 449 de 20-oct-2008 Última modificación: 13-jul-2011 Estado: Vigente. En su Título II, Derechos, específicamente en el Capítulo Segundo, Derechos del Buen Vivir, se instituye en el

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 381.- El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad.

El Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades. Los recursos se sujetarán al control estatal, rendición de cuentas y deberán distribuirse de forma equitativa.

Art. 382.- Se reconoce la autonomía de las organizaciones deportivas y de la administración de los escenarios deportivos y demás instalaciones destinadas a la práctica del

deporte, de acuerdo con la ley.

Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD

El Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD (2015), Ley 0, Registro Oficial Suplemento 303 de 19-oct.-2010, Última modificación: 16-ene.-2015, Estado: Vigente, establece el marco normativo para la organización político-administrativa del Estado ecuatoriano, definiendo las competencias exclusivas y concurrentes de los gobiernos autónomos descentralizados en materia turística. Por ello, se han considerado los siguientes artículos.

Art. 3.- Principios. - El ejercicio de la autoridad y las potestades públicas de los gobiernos autónomos descentralizados se regirán por los siguientes principios:

Coordinación y corresponsabilidad. - Todos los niveles de gobierno tienen responsabilidad compartida con el ejercicio y disfrute de los derechos de la ciudadanía, el buen vivir y el desarrollo de las diferentes circunscripciones territoriales, en el marco de las competencias exclusivas y concurrentes de cada uno de ellos.

Complementariedad. - Los gobiernos autónomos descentralizados tienen la obligación compartida de articular sus planes de desarrollo territorial al Plan Nacional de Desarrollo y gestionar sus competencias de manera complementaria para hacer efectivos los derechos de la ciudadanía y el régimen del buen vivir y contribuir así al mejoramiento de los impactos de las políticas públicas promovidas por el Estado ecuatoriano.

Art. 54.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

Art. 140.- Ejercicio de la competencia de gestión de riesgos. - La gestión de riesgos que incluye las acciones de prevención, reacción, mitigación, reconstrucción y transferencia, para enfrentar todas las amenazas de origen natural o antrópico que afecten al territorio se gestionarán de manera concurrente y de forma articulada por todos los niveles de gobierno de acuerdo con las políticas y los planes emitidos por el organismo nacional responsable, de acuerdo con la Constitución y la ley.

Los gobiernos autónomos descentralizados municipales adoptarán obligatoriamente normas técnicas para la prevención y gestión de riesgos en sus territorios con el propósito de proteger las personas, colectividades y la naturaleza, en sus procesos de ordenamiento territorial.

El COOTAD otorga a los gobiernos locales de Baños las competencias legales necesarias para regular el turismo de aventura, construir infraestructura de salud de emergencia y coordinar con otros niveles de gobierno la protección integral de los turistas que practican deportes extremos.

Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo

El turismo en Ecuador está regulado por la (Ley de Turismo, 2024) Registro Oficial Suplemento No. 525 de 25 de marzo 2024. Ultima modificación: Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo (Suplemento del Registro Oficial 52 de 25 marzo de 2024), por lo que se han tomado en cuenta los artículos encargados de normar, regular y fomentar la actividad turística bajo criterios de calidad, seguridad y sostenibilidad, reforzando la importancia del turismo de aventura para la salud física y mental.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

El artículo refuerza la importancia de establecer la obligación estatal de proteger la integridad física y mental de los turistas de aventura, promoviendo protocolos de seguridad que incluyan evaluaciones médicas previas y programas de preparación psicológica para actividades extremas como bungee jumping y parapente.

Art. 5. - Actividades turísticas. -Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de una o más de las siguientes actividades:

1. Alojamiento;

2. Alimentos, bebidas y entretenimiento;

3. Agenciamiento turístico;

4. Transporte turístico;

5. Organizadores de eventos, congresos y convenciones, reuniones, incentivos, conferencias, ferias y exhibiciones;

6. Centros de convenciones, salas de recepciones y salas de banquetes:

7. Guianza turística;

8. Centros de turismo comunitario;

9. Parques temáticos y atracciones estables; y,

10. Balnearios, termas y centros de recreación turística.

Los prestadores de servicios turísticos que ejerzan una o más de estas actividades, están obligados a obtener el debido Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento para cada una de las actividades turísticas que realicen; a excepción de la unidad integra de negocios que podrá tener un solo Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento."

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Refuerza la necesidad de que los operadores de turismo de aventura demuestren competencia técnica en primeros auxilios, manejo de crisis y protocolos de seguridad como requisito para obtener licencias de funcionamiento, asegurando servicios que protejan la salud integral de los turistas.

Reglamento General a la Ley de Turismo

El Reglamento General a La Ley De Turismo (2015), Decreto Ejecutivo 1186, Registro Oficial 244 de 05-ene.-2004, última modificación: 22-ene.-2015, Estado: Vigente, es el marco legal que regula la actividad turística en el país, estableciendo lineamientos administrativos, derechos, obligaciones y procedimientos que deben cumplir los distintos actores del sector.

Por ello, se han considerado los siguientes artículos.

Art. 8.- Del control. - A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos.

El control será de carácter preventivo y sancionador de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley de Turismo.

Sustenta la necesidad de implementar sistemas de control preventivo que verifiquen que los operadores de turismo de aventura cumplan con estándares de salud mental, incluyendo evaluaciones psicológicas previas a actividades extremas y protocolos de contención emocional post-actividad.

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

Operación. - La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará

parte del agenciamiento;

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US $ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Art. 62.- Inspecciones. - Únicamente en la jurisdicción de aquellos municipios a favor de los cuales no se haya descentralizado la competencia de control, el Ministerio de Turismo tiene facultad para en cualquier momento sin notificación previa, disponer inspecciones a los

establecimientos turísticos a fin de verificar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que corresponden a la categoría o clasificación que se le otorgó. La misma potestad le corresponde a la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta atribución. La potestad material de inspección podrá ser ejercida a través de la iniciativa privada en los términos establecidos en la Ley de Modernización, su reglamento y este reglamento. La potestad de sanción, en cualquier caso, está a cargo de la correspondiente autoridad administrativa.

Fundamenta la implementación de inspecciones regulares que verifiquen el cumplimiento de protocolos de salud mental, la disponibilidad de equipos médicos de emergencia, y la preparación del personal para manejar situaciones de trauma o pánico durante actividades aventura extrema.

Finalmente, el Título Quinto, Procedimientos de Protección al Consumidor De Servicios Turísticos, Capítulo I establece que el

Art. 82.- Normas de referencia para determinar las infracciones civiles, penales o administrativas. - Con el objeto, de determinar si el servicio prestado cumple con la calidad ofrecida, se tomará como referencia obligatoria a las normas ecuatorianas, legales, administrativas o técnicas, vigentes sobre la materia, a más de la expresión del prestador de servicios contenido en la misma oferta.

Estos argumentos demuestran cómo el marco reglamentario vigente proporciona las bases legales necesarias para implementar medidas integrales de protección de la salud física y mental en el turismo de aventura de Baños de Agua Santa.

Reglamento De Operación Turística De Aventura

El Reglamento De Operación Turística De Aventura (2020), Acuerdo Ministerial 5, Registro Oficial Edición Especial 573 de 14-may.-2020, Estado: Vigente, establece el marco normativo específico que regula las modalidades turísticas de aventura en Ecuador, estableciendo principios, criterios técnicos y estándares de seguridad que garantizan la protección de la salud física y mental de los turistas. Por ello, se han considerado los siguientes artículos.

Art. 1.- Objeto. - El presente reglamento tiene como objeto regular y determinar los principios y criterios a los que habrán de someterse los prestadores de servicios turísticos que realizan modalidades turísticas de aventura.

Art. 3.- Definiciones. - Para la aplicación del presente reglamento se tendrá en cuenta las siguientes definiciones:

Charla instructiva técnica y de seguridad: Diálogo entre el guía y el turista basados en un guion base, que incluye información sobre los procedimientos definidos para la realización de la modalidad turística de aventura.

Consentimiento Informado: Documento mediante el cual el prestador de servicios turísticos da a conocer los potenciales riesgos de practicar modalidades de aventura a las personas que desean realizar dicha actividad turística.

Este capítulo establece las bases fundamentales del turismo de aventura, definiendo herramientas críticas como el botiquín de primeros auxilios, las charlas de seguridad y el consentimiento informado, elementos esenciales para proteger la salud física y mental de los turistas durante actividades de alto riesgo en Baños de Agua Santa.

Art. 4.- Derechos del usuario. - Los usuarios tendrán los siguientes derechos:

Contar con información clara y precisa de los potenciales riesgos, precio, impuestos y

demás tasas aplicables que paga a cambio de la operación de la modalidad de aventura, así como de los componentes directos o complementarios que esta involucra, previo a la contratación de la misma;

Recibir el servicio, conforme lo contratado, pagado y promocionado por operadores turísticos o agencias de viajes duales;

Recibir el comprobante original de venta de acuerdo a las modalidades turísticas de aventura contratadas;

Recibir en óptimas condiciones de funcionamiento y seguridad los equipos e infraestructura para la realización de modalidades turísticas de aventura, conforme lo establecido en este reglamento;

Recibir la "Charla Instructiva Técnica y de Seguridad" por parte del guía o facilitador;

Art. 5.- Obligaciones del usuario. - Los usuarios tendrán las siguientes obligaciones:

Cumplir y acatar las condiciones particulares y normas de seguridad impartidas por el guía o facilitador; así como, el prestador de servicios turísticos;

Suscribir el formulario de Consentimiento Informado previo a la realización de modalidades turísticas de aventura. En el caso de menores de edad el formulario será suscrito por su responsable mayor de edad;

Informar al prestador de servicios turísticos contratado sobre particularidades (estado de salud, discapacidad, enfermedad, entre otros) a ser consideradas durante la prestación del servicio contratado, con la finalidad de evitar riesgos al turista;

Art. 7.- Obligaciones de los prestadores de servicios turísticos. - Los prestadores de servicios turísticos que oferten modalidades de aventura tendrán las siguientes obligaciones:

Indicar al usuario las características, potenciales riesgos y medidas de seguridad a seguir

durante la práctica de la modalidad turística de aventura;

Entregar al usuario el comprobante de venta original de los servicios adquiridos; Contar con equipamiento en buen estado de funcionamiento en el espacio físico para atender al usuario;

En el caso de realizar modalidades de aventura para personas con discapacidad, el prestador de servicios turísticos contará con todas las facilidades, equipo e infraestructura adecuada para la práctica de las mismas, conforme a la normativa técnica aplicable;

Información clara de los componentes o actividades del producto o servicio ofertado, así como la descripción de las personas a las que este va dirigido y de los niveles de riesgo que la modalidad supone;

Entregar un número telefónico de contacto de emergencia disponible para el cliente, habilitado 24 horas al día, los 7 días de la semana para el caso de servicios, productos y paquetes turísticos en curso;

Este capítulo define un marco de corresponsabilidad donde tanto prestadores como usuarios tienen obligaciones claras respecto a la información de riesgos, el estado de salud y las medidas de emergencia, estableciendo las bases legales para una práctica segura del turismo de aventura que preserve la integridad física y mental de los participantes.

Art. 10.- Requisitos para los prestadores de servicios turísticos. - Los prestadores de servicios turísticos, a excepción de guías y facilitadores de turismo, para ser acreditados como prestadores de modalidades turísticas de aventura, además de los requisitos establecidos en el reglamento correspondiente a cada actividad, deberán cumplir con lo siguiente:

a) Plan de operación y contingencia de cada modalidad turística de aventura que oferte, el que debe contener como mínimo la siguiente información:

Política en caso de accidentes e incidentes y su registro; y,

Riesgos existentes claramente identificados y definir los procedimientos de seguridad a seguir por parte de los guías y los turistas antes, durante y después de la modalidad a realizarse.

b) Plan de mantenimiento y reposición de equipos e infraestructura (cuando aplique este último).

Art. 13.- Requisitos para la acreditación del facilitador de aventura. - Para la obtención de la credencial del facilitador de aventura, deberá acreditar ante la Autoridad Nacional de Turismo los siguientes requisitos:

Certificado vigente de aprobación del curso de primeros auxilios en zonas agrestes;

Art. 14.- Requisitos de renovación. - Para la renovación de la credencial de facilitador de aventura se deberá presentar la siguiente documentación:

a) Acreditar al menos un curso de actualización de conocimientos referente a su modalidad turística;

b) Certificado vigente de aprobación del curso de primeros auxilios en zonas agrestes (mínimo 40 horas); y,

c) Pagar la tasa para renovación de la credencial de facilitador en aventura.

Art. 16.- Clasificación. - Las modalidades turísticas de aventura, se clasifican de acuerdo al elemento natural donde se desarrollan (tierra, agua, y aire).

La clasificación sistemática de modalidades permite establecer protocolos específicos de seguridad y salud para cada tipo de actividad, considerando los riesgos particulares de cada elemento natural y las medidas preventivas correspondientes.

QUINTA. - Una vez publicado el presente Reglamento en el Registro Oficial y cumplido con la etapa transitoria pertinente, el Ministerio de Turismo realizará operativos periódicos de control, a fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento.

OCTAVA. - Para comercializar modalidades turísticas de aventura los prestadores de servicios turísticos deberán hacerlo a través de canales virtuales o directamente en el local u oficina para su efecto.

NOVENA. - Los prestadores de servicios turísticos no podrán ofertar ni desarrollar modalidades turísticas de aventura que no sean reconocidas por la Autoridad Nacional de Turismo.

DÉCIMA CUARTA. - El Ministerio de Turismo coordinará la presencia del Grupo de Operaciones Especiales (GOE) y Grupo de Intervención y Rescate (GIR) para la ejecución de los operativos de control de las modalidades de operación turística de aventura.

El reglamento constituye el marco normativo específico más importante para la regulación del turismo de aventura en Ecuador, estableciendo estándares técnicos, protocolos de seguridad y medidas preventivas que buscan minimizar los riesgos para la salud física y mental de los turistas, siendo de aplicación directa para todas las actividades que se desarrollan en Baños de Agua Santa.

2.5. Marco Georreferencial

El proyecto de investigación se ejecutó en la República del Ecuador, específicamente en la provincia de Tungurahua, en la ciudad de Baños de Agua Santa. Este lugar fue predestinado por su importancia turística, resaltando sus termas naturales, paisajes andinos y actividades de aventura, lo que permite un análisis detallado de la dinámica turística y su impacto en el desarrollo regional.

Ilustración 1

Mapa del Cantón Baños De Agua Santa



Nota: *Esta lustración que representa la ubicación del mapa es tomada del (PDOT, 2023)*

Baños de Agua Santa es un cantón de clima templado-húmedo con presencia de microclimas cálidos y frescos según la altitud. Pertenece a la provincia de Tungurahua y fue creado el 16 de diciembre de 1944. Se ubica aproximadamente a 180 km de la capital del país, Quito (PDOT, 2023).

Limita al norte con la provincia de Napo (cantón Tena, parroquia Talag) y el cantón Patate (parroquia Parque Nacional Llanganates);

al sur con la provincia de Pastaza (cantón Palora, parroquia Cumandá) y la provincia de Morona Santiago (cantón Palora, parroquia Cumandá);

al este con la provincia de Napo (cantón Mera, parroquia Mera) y la provincia de Pastaza (cantón Mera, parroquia Mera);

y al oeste con el cantón Pelileo (parroquias Huambaló, Cotaló y Béisbol) y el cantón Patate (parroquias El Triunfo y Sucre) (PDOT, 2023).

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos, en el cantón Baños de Agua Santa habitan 21.908 personas, de las cuales el 51.2% corresponde a mujeres y el 48.8% a hombres. El área urbana concentra 14.100 habitantes, mientras que el área rural cuenta con 7.808 personas (INEC, 2022).

El territorio del cantón Baños de Agua Santa tiene topografías irregulares, con alturas que fluctúan entre los 1.300 a 5.020 m.s.n.m., encontrándose los sectores de mayor altitud en la cima del volcán Tungurahua y los más bajos en el río Pastaza, cerca al límite provincial. La temperatura media registrada en el cantón va entre los 10°C y 28°C de acuerdo a la altitud y la estación (PDOT, 2023). El clima es variado debido a sus zonas que van desde el frío de los páramos hasta el calor de las zonas subtropicales. La temperatura media anual es de 18,2°C con precipitaciones de 1.400 mm anuales. Los meses de diciembre a mayo corresponden a la temporada de lluvias, con

temperaturas que oscilan entre los 16°C y 25°C, aunque puede haber días soleados y calor, mientras que los meses de junio a noviembre presentan menos precipitaciones y un clima más fresco, facilitando las actividades al aire libre como caminatas, ciclismo y deportes de aventura (PDOT, 2023).

Los suelos del cantón Baños de Agua Santa se caracterizan por su origen volcánico, con presencia de ceniza, arcilla y arena provenientes de procesos eruptivos. De acuerdo con la inclinación del terreno, estos suelos se aprovechan principalmente para el cultivo de productos como tomate de árbol, babaco, limón y papa, así como para pastizales destinados a la ganadería. En áreas de mayor pendiente, el uso se orienta hacia actividades forestales y turísticas, desarrollándose espacios para senderismo, balnearios y prácticas de aventura (PDOT, 2023).

En el ámbito económico, el turismo constituye la principal actividad del cantón, destacándose por su oferta de deportes de aventura, aguas termales y opciones recreativas que atraen visitantes nacionales e internacionales durante todo el año. Considerado uno de los destinos más representativos del país, Baños combina riqueza natural, infraestructura turística y diversidad de servicios, lo que impulsa la economía local y genera oportunidades laborales para sus habitantes (PDOT, 2023).

Cuenta con una oferta turística dentro de las líneas: turismo de aventura, turismo de naturaleza, turismo recreativo y religioso. Se sugiere visitar Baños de Agua Santa en los meses de junio a septiembre, cuando el clima es más favorable para disfrutar de sus paisajes. El cantón Baños de Agua Santa posee una gran oferta turística conformada por hoteles, hosterías, hostales y otros alojamientos registrados en el catastro turístico, además de restaurantes y agencias que ofrecen experiencias de aventura, termalismo y naturaleza, consolidándose como uno de los principales destinos del Ecuador (PDOT, 2023).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

La metodología adoptada en esta investigación posibilita la obtención de datos primarios y secundarios, con el fin de consolidar el desarrollo del estudio. En este marco, se ha establecido una estructura metodológica que determina el tipo de investigación y los métodos correspondientes, detallando los procedimientos de análisis que se aplicarán en la ejecución del trabajo.

3.1.Tipo de Investigación

El desarrollo del presente estudio se fundamenta varios tipos de investigación que se dará a conocer a continuación:

En función al propósito

Investigación Básica: Se denomina investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él. El objetivo es extender los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico (Relat, 2010).

Este proyecto se enmarca en una investigación básica, cuyo propósito es formar conocimiento teórico sobre los beneficios del turismo de aventura en la salud física y mental de los visitantes en Baños de Agua Santa. Se busca identificar las actividades que contribuyen al bienestar integral y comprender la percepción de los turistas, sin enfocarse en aplicaciones prácticas inmediatas, sino en establecer fundamentos conceptuales que sustenten futuros estudios y propuestas en el ámbito turístico.

Por su nivel de Profundidad

Investigación Exploratoria: La investigación exploratoria tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente (Rus, 2020).

Se desarrolló bajo un enfoque exploratorio, debido a que se orienta a realizar una primera aproximación a la relación existente entre el turismo de aventura y la salud física y mental de los visitantes en Baños de Agua Santa. Su finalidad es recopilar información inicial que permita comprender mejor esta temática, aportando insumos para estudios posteriores de mayor profundidad, sin buscar establecer conclusiones definitivas.

Investigación Descriptiva: Este tipo de investigación se centra en detallar y caracterizar las particularidades de una población o fenómeno determinado, sin profundizar en las causas que lo originan. Su objetivo es observar, medir y describir lo que está sucediendo, tal cual es, sin buscar relaciones de causa y efecto (Rus, 2025a).

La investigación descriptiva se utiliza en este proyecto al centrarse en detallar cómo se desarrolla el turismo de aventura en Baños de Agua Santa y qué beneficios divisan los visitantes en su salud física y mental. A través de la observación y recopilación de datos, se busca exhibir de manera objetiva cuáles son las actividades más practicadas, cómo se percibe el bienestar durante ellas y qué características definen esta relación, sin ahondar en las causas, sino describiendo la situación actual tal como sucede en el año 2025.

Por los medios para obtener los Datos

Investigación de Campo: Según Rhoton (2023) es la causa que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, sin manipular las variables. Por esta razón, su característica esencial es que se lleva a cabo en el lugar de ocurrencia del fenómeno.

En este proyecto la investigación descriptiva se aplica al recolectar datos directamente en Baños de Agua Santa, observando cómo los turistas participan en actividades de aventura y perciben beneficios en su salud, sin manipular variables y estudiando el fenómeno en su hábitat real.

Investigación Documental: Para Martínez (2023), este tipo de investigación se basa en el análisis de un tema específico a partir de la revisión de fuentes escritas y documentales, tales como libros, archivos, artículos científicos, publicaciones periodísticas y registros audiovisuales.

En el presente estudio, este enfoque se aplicará mediante la consulta y análisis de libros, artículos académicos, investigaciones previas y otros documentos relacionados con el turismo de aventura y su influencia en la salud física y mental. Esto permitirá construir un marco teórico sólido que respalde el análisis de las actividades y percepciones de los visitantes.

Por la mayor o menor manipulación de Variables

Investigación No experimental: La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Hernández et al., n.d.).

En este proyecto, la investigación no experimental se aplica al observar cómo los visitantes participan en actividades de turismo de aventura en Baños de Agua Santa y cómo estas contribuyen en su salud física y mental, sin manipular ninguna variable. Se estudia el fenómeno tal como ocurre en su entorno natural, seleccionando información para analizar la relación entre la actividad turística y el bienestar de los turistas.

3.2. Enfoques de la Investigación

Investigación mixta: La investigación mixta es una metodología de investigación que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa. Este enfoque se utiliza cuando se requiere una mejor comprensión del problema de investigación, y que no te podría dar cada uno de estos métodos por separado (Ortega, 2025a).

En este proyecto, la investigación mixta se emplea porque permite combinar datos cuantitativos y cualitativos para comprender de manera más completa la relación entre el turismo de aventura y la salud física y mental en Baños de Agua Santa. Desde el enfoque cuantitativo, se recopilan datos estadísticos relacionados con la participación en actividades de aventura y los beneficios que los turistas identifican en su salud. Por otro lado, el componente cualitativo permite profundizar en sus opiniones, vivencias y percepciones sobre cómo estas experiencias influyen en su bienestar integral. La combinación de ambos enfoques posibilita una comprensión más completa del fenómeno, aportando mayor solidez y profundidad a los resultados obtenidos.

Investigación Cuantitativa: La investigación cuantitativa es aquella que utiliza métodos cuantitativos e inferencia estadística con el objetivo de extrapolar los resultados de una muestra a una población (Rus, 2021).

En este proyecto, la investigación cuantitativa se aplica mediante la recopilación de datos numéricos sobre la participación de los turistas en actividades de aventura en Baños de Agua Santa y los beneficios percibidos en su salud física y mental. Mediante la aplicación de encuestas y el procesamiento estadístico de la información, se pretende analizar los resultados obtenidos en la muestra para proyectarlos hacia la población de visitantes, permitiendo establecer conclusiones generales y cuantificables sobre la influencia del turismo de aventura en el bienestar.

Investigación Cualitativa: Se entiende como un enfoque interpretativo que analiza los fenómenos dentro de su contexto real, considerando los significados que las personas les atribuyen. Este método busca describir y comprender las experiencias a través de técnicas como la observación y el análisis de testimonios, profundizando en las razones que explican determinados comportamientos (Álvarez et al., 2023).

En este proyecto, este enfoque resulta pertinente porque permite comprender cómo los turistas que visitan Baños de Agua Santa perciben y viven los beneficios del turismo de aventura en su salud física y mental, explorando los significados que otorgan a estas experiencias y su relación con el bienestar integral. De esta manera, se obtiene una visión más profunda y subjetiva del fenómeno, que complementa la información cuantitativa y enriquece el análisis general de la investigación.

3.3. Métodos de la Investigación

Método Analítico: El método analítico es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos (Lopera et al., 2010).

Se empleó el método analítico para alterar y examinar sistemáticamente los datos recopilados. Este enfoque posibilitó segmentar el turismo de aventura en Baños de Agua Santa según sus actividades principales, para examinar de manera individual los aportes que cada una genera en la salud física y mental de los visitantes. Este análisis detallado facilita comprender cómo cada experiencia incide en el bienestar integral, permitiendo luego integrar los resultados en una visión general del fenómeno

Método Sintético: El método sintético utiliza el análisis como medio para alcanzar su objetivo. De esta forma, utiliza un método que permite realizarlo de forma ordenada y con un protocolo de actuación. Así, la ciencia es ciencia cuando puede ser refutable y sobre todo, repetible (Rus, 2025b).

Se aplicó el método sintético para integrar y concertar la información obtenida de los datos analizados. Una vez examinados por separado los beneficios que cada experiencia aporta a la salud física y mental, el método sintético permite reunirlos y organizarlos en una visión general, clara y coherente sobre la influencia global del turismo de aventura en el bienestar de los visitantes.

Método inductivo-deductivo: Se fundamenta en un proceso lógico que parte del análisis de casos particulares para llegar a conclusiones generales (Rodríguez, 2007).

En el presente estudio, este método se aplicó al examinar inicialmente las experiencias individuales de los turistas que participaron en actividades de aventura en Baños de Agua Santa, con el fin de identificar patrones relacionados con los beneficios en su salud física y mental. Posteriormente, a partir de estos hallazgos, se formularon conclusiones generales que permiten comprender cómo el turismo de aventura contribuye al bienestar integral de los visitantes dentro de un marco conceptual estructurado.

Según el periodo temporal en que se realiza

Transversal: Se define como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido. Este tipo de apartado también se conoce como estudio de corte transversal, estudio transversal y estudio de prevalencia (Ortega, 2025b).

La investigación transversal se aplica en este proyecto al analizar, en un periodo determinado, cómo los visitantes de Baños de Agua Santa participan en actividades de turismo de aventura y qué beneficios perciben en su salud física y mental. Esto permite observar la situación actual de los turistas en un momento específico, sin hacer seguimiento a lo largo del tiempo.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

En este apartado se definen las técnicas e instrumentos empleados en la investigación sobre turismo de aventura en la salud y el bienestar de los visitantes en Baños de Agua Santa. La deliberación de estas herramientas se basa en la necesidad de obtener información confiable y oportuna tanto de carácter cuantitativo como cualitativo, que permita percibir las percepciones, experiencias y efectos asociados a las actividades turísticas de aventura (Marsh & Duffi, 2004).

Tabla 1

Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Objetivo 1	
Identificar las principales actividades de turismo de aventura ofrecidas en el cantón Baños de Agua Santa que podrían generar beneficios en salud física y mental	
Técnica	**Instrumento**
Revisión bibliográfica, entrevista, observación directa	Guía de entrevista semiestructurada y ficha de observación
Para este objetivo se desarrolló una revisión bibliográfica precisa, juntar información de fuentes académicas y documentos institucionales que definen las actividades de aventura. Además, se dio la observación directa en campo para identificar las prácticas más comunes entre los visitantes y operadores. Estas fuentes se aprovecharon para clasificar las actividades según su potencial de impacto positivo en la salud física, mental y emocional, fortaleciendo la base teórica del estudio.	
Objetivo 2	
Examinar la percepción de los visitantes sobre los efectos que estas actividades tienen en su bienestar integral	
Técnica	**Instrumento**
Encuesta	Cuestionario estructurado aplicado a turistas nacionales e internacionales
El logro del objetivo se alcanzó por medio de la aplicación de encuestas a turistas en actividades de aventura. Las encuestas permitieron recopilar datos cuantitativos sobre el grado de satisfacción y percepción del bienestar experimentado, mientras que las entrevistas contribuyeron información cualitativa que accedió comprender las emociones, motivaciones y valoraciones personales de los visitantes.	
Objetivo 3	
Desarrollar una estrategia integral de promoción de productos turísticos que integren específicamente elementos de salud física y mental en la oferta de aventura de Baños de agua Santa	
Técnica	**Instrumento**
Análisis documental y observación directa.	Fichas de registro documental y fichas de observación de campo
En el cumplimiento del tercer objetivo, se analizaron las estrategias de promoción turística vigentes y, con base en ello, se elaboró una propuesta integral que vinculará el bienestar físico y mental con la oferta de aventura. Para ello, se aplicó el modelo del marketing mix, que permitió estructurar el producto, precio, plaza y promoción en función de experiencias saludables y sostenibles. El resultado fue una propuesta innovadora que fortalecerá la imagen de Baños de Agua Santa como un destino de aventura orientado al bienestar integral.	

Nota: La tabla permite identificar las técnicas e instrumentos de recopilación de datos utilizados en la investigación.

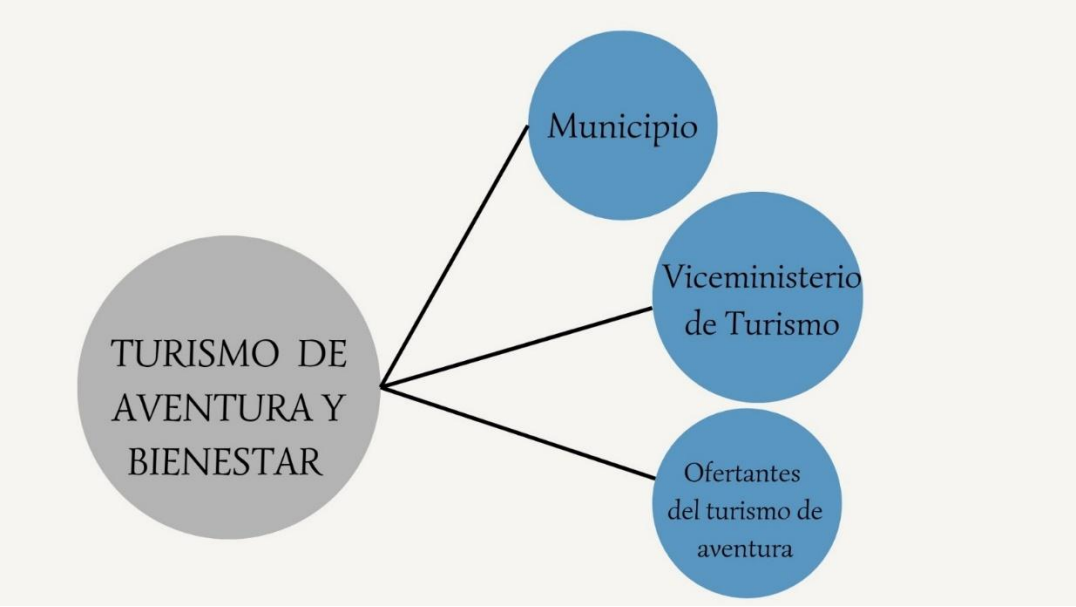
3.5. Muestreo Cualitativo por Bola de Nieves

Para el cumplimiento del primer objetivo, se implementó la técnica de muestreo por bola de nieve. Este procedimiento se consideró el más apropiado para la investigación, ya que la población objetivo está conformada por operadores que participan activamente en actividades de aventura, un grupo específico y de difícil localización.

De esta manera, el muestreo por bola de nieve permitió acceder progresivamente a los informantes clave y obtener información relevante para el análisis del turismo de aventura en Baños de Agua Santa (Pérez, 1999).

Ilustración 2

Muestreo de Bola de Nieve



***Nota*:** Principales autores para la entrevista.

3.6. Universo, población y muestra

Universo

El universo de esta investigación está conformado por el total de turistas que visitaron el cantón Baños de Agua Santa durante el año 2025, proyectado en 1.002.000 visitantes, según estimaciones del Ministerio de Turismo (2025). De este total, se estima que el 94–96 % corresponde a turistas nacionales (960.000 personas) y el 4–6 % a turistas internacionales (42.000 personas).

Población

La población de estudio se divide en dos grupos representativos:

Turistas nacionales, conformados por visitantes provenientes principalmente de las provincias de Pichincha, Guayas, Cotopaxi y Tungurahua, quienes viajan con motivaciones recreativas, deportivas y de aventura, siendo el segmento predominante en Baños de Agua Santa.

Turistas internacionales, conformados por viajeros extranjeros originarios principalmente de Estados Unidos, Alemania, España, Francia y Chile, atraídos por las actividades de aventura, la biodiversidad del entorno y la infraestructura turística del cantón.

Muestra

Para determinar la muestra, se empleó la fórmula estadística para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Para ello, se aplicó la fórmula correspondiente tomando como base los datos previamente establecidos. La muestra establecida se determina en base a la siguiente formula indicada por ((Estadística-DMA, s. f.).

Formula

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

Datos

N = 960.000

Z = 1,96 (Nivel de confianza del 95%)

p = 0,5

q = 0,5

e = 0,05

Cálculo para turistas nacionales

$$n = \frac{960.000 \cdot 1{,}96^2 \cdot 0{,}25}{0{,}05^2 \cdot (960.000 - 1) + 1{,}96^2 \cdot 0{,}25}$$

$$n = \frac{960.000 \cdot 0{,}9604}{2400 + 0{,}9604} = 383{,}6$$

Muestra nacional: 384 turistas nacionales.

Datos

N = 42.000

Z = 1,96 (Nivel de confianza del 95%)

p = 0,5

q = 0,5

e = 0,05

Cálculo para turistas internacionales

$$n = \frac{42.000 \cdot 1{,}96^2 \cdot 0{,}25}{0{,}05^2 \cdot (42.000 - 1) + 1{,}96^2 \cdot 0{,}25}$$

$$n = \frac{42.000 \cdot 0{,}9604}{1050 + 0{,}9604} = 381{,}6$$

Muestra internacional: 382 turistas internacionales.

Tamaño de la muestra final:

$$n = 766 \text{ turistas}$$

La muestra estuvo conformada por 766 turistas, seleccionados mediante un muestreo aleatorio simple. Esto permitió obtener resultados con validez estadística, a través de la aplicación de encuestas y observaciones en los principales atractivos turísticos del cantón.

3.7. Procesamiento de la Información

El tratamiento de los datos se realizó en función de los objetivos establecidos, procurando garantizar la validez y confiabilidad de la información recopilada durante el desarrollo de la investigación.

En cuanto al primer objetivo, se efectuó una revisión bibliográfica amplia, considerando libros, artículos científicos, documentos institucionales y trabajos académicos vinculados al turismo de aventura, la salud física y el bienestar mental. Esta revisión constituyó el sustento teórico y conceptual para analizar las actividades de aventura ofertadas en Baños de Agua Santa y su relación con el bienestar integral de los visitantes.

Respecto al segundo objetivo, se aplicaron encuestas y observaciones directas a turistas nacionales y extranjeros que participen en actividades de aventura. Las encuestas estuvieron orientadas a recopilar información cuantitativa sobre las percepciones de los visitantes respecto a los beneficios físicos y mentales experimentados durante su estancia en el destino. Los datos obtenidos serán organizados, tabulados y procesados mediante el uso de herramientas estadísticas descriptivas, representándose mediante tablas de frecuencia y gráficos que faciliten su interpretación.

En cuanto al tercer objetivo, se llevó a cabo una revisión documental y un análisis comparativo de las estrategias de promoción turística implementadas en Baños de Agua Santa y en otros destinos similares a nivel nacional. Este análisis permitió diseñar una estrategia integral de promoción turística que incorpore explícitamente la dimensión de salud física y mental dentro de la oferta de turismo de aventura, alineándose con los principios del turismo sostenible y regenerativo.

Finalmente, los datos cualitativos obtenidos mediante entrevistas y observaciones coexistieron clasificados, interpretados y triangulados con los resultados cuantitativos, con el fin de obtener una comprensión global del fenómeno estudiado. Este proceso permitió establecer relaciones entre las actividades de aventura y su contribución a la salud física y mental de los visitantes, certificando el cumplimiento coherente de los objetivos generales y específicos del proyecto.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Identificación de las principales actividades de turismo de aventura ofrecidas en el cantón Baños de Agua Santa que podrán generar benéficos en la salud física y mental.

Con el propósito de reconocer las principales actividades de turismo de aventura que se ofrecen en el cantón Baños de Agua Santa, se aplicó la técnica de observación directa y se realizaron entrevistas semiestructuradas a operadores turísticos del sector. Estas fueron desarrolladas mediante un muestreo tipo bola de nieve, lo que facilitó identificar e incluir de manera progresiva a los actores más representativos.

La combinación de estas herramientas permitió recopilar información concreta y ajustada a la realidad local sobre las actividades más destacadas y su posible aporte a la salud física y mental de los visitantes. A continuación, se presentan los resultados más relevantes.

Tabla 2 Sección 1

Rol y responsabilidades en el sector turístico

N	Nombre del entrevistado	P1 ¿Cuál es su rol dentro del sector turístico y cuáles son sus principales responsabilidades?	Síntesis
1	Ing. Verónica Silva Barrionuevo (directora de Turismo y Cultura del GADBAS)	Menciona que su labor como directora de Turismo y Cultura consiste en planificar, coordinar y supervisar las estrategias que fortalecen el desarrollo turístico del cantón. Entre mis responsabilidades principales se encuentran la gestión de proyectos, la regulación de actividades turísticas y trato de que Baños siga siendo un destino seguro y atractivo para todos.	La entrevistada señala que su rol es amplio y estratégico, pues abarca planificación, apoyo y supervisión. Destaca que su responsabilidad principal es mantener a Baños en buen nivel turístico, mostrando compromiso directo con la calidad del destino.
2	Wilson Uscocovich (Gerente -Tour Baños Adventure xtrems)	Mi rol como Gerente implica la planificación estratégica de las rutas turísticas y garantizar una experiencia de alta calidad a todos nuestros clientes.	Prioriza la calidad y el diseño del producto (rutas), propio de un rol gerencial. Implica una visión a mediano plazo sobre la oferta.
3	Allison Reyes (secretaria - Ivagatours)	Mi rol como secretaria se centra en la gestión administrativa, sirviendo como enlace clave entre la gerencia y los colaboradores, además de ser el primer punto de contacto para la atención y el apoyo al turista.	Su función es brindar soporte operativo y constituir el primer contacto con el cliente. Sus responsabilidades abarcan desde la gestión interna de la empresa hasta garantizar una atención oportuna que contribuya a la satisfacción inmediata del turista.

4	Alisson Soria (ofertante de la actividad turística - Geotours Ecuador)	Señala que su principal responsabilidad es optimizar las ventas y la rentabilidad de los paquetes turísticos. Para ello, coordina de manera eficiente la logística y organiza la oferta tanto en el mercado nacional como internacional.	Su rol de Ventas se alinea con la rentabilidad y la logística de alto nivel (nacional/internacional), mostrando ambición de mercado.
5	Belén Roballo López (Guía - Sierra Selva)	Mi rol como Guía es asegurar el cumplimiento integral de las expectativas de los turistas, proporcionándoles un servicio y una experiencia completa durante la actividad.	La respuesta es simple, centrada en la entrega total del servicio. Un guía profesional debe incluir también la seguridad y la interpretación ambiental/cultural como responsabilidades clave.
6	Sarahí Ortega (secretaria- ofertante – DoguiTours)	Cumple una función centrada en la atención al cliente y la comunicación directa. Es quien establece el primer contacto, brinda información clara sobre los tours y desarrolla charlas explicativas acerca de las actividades promocionadas.	De esta manera, actúa como enlace entre la empresa y el posible visitante, desempeñando un papel orientador y estratégico en el proceso de decisión.
7	Graciela Ávila (Ofertante - Llanganantes)	señala que su labor como ofertante comprende varias responsabilidades, entre ellas la comercialización de los tours, la entrega de información detallada, la gestión de reservas y la organización de paquetes turísticos adaptados a las necesidades del cliente.	Define el rol del operador como ejecutor completo del ciclo de venta, desde la información hasta la reserva y el diseño del producto (paquetes).

8	Alejandro Campoverde (Promotor de ventas – Mundo Mágica)	Mi rol se centra en captar y proveer ventas de las Actividades turísticas.	Muestra un rol fuertemente orientado a la prospección y a la consecución de objetivos comerciales inmediatos.
9	Gina Quiñontuña (Encargada Comercial - Pailón Travel)	Mi rol como encargada comercial es consolidar la oferta de la empresa y asegurar la plena satisfacción del turista con los paquetes de servicios adquiridos.	Su labor está orientada a fortalecer la fidelización del cliente y garantizar que el paquete turístico cumpla con las expectativas ofrecidas, priorizando siempre la satisfacción del visitante y la calidad del servicio brindado.
10	Marco Montesdeoca Freire (Técnico en Seguridad Ciudadana)	Señala que su función se enfoca en velar por la seguridad tanto de los turistas como de los habitantes del cantón. Entre sus actividades se encuentran el control y monitoreo de espacios turísticos, el apoyo en situaciones de emergencia y la verificación de que las actividades se desarrollen en condiciones seguras.	Su trabajo tiene un carácter preventivo y operativo, destacando la importancia de la vigilancia permanente para reducir riesgos y garantizar un entorno confiable dentro del destino.

Nota: La tabla permite reconocer el papel que desempeñan los principales actores del sector turístico en Baños de Agua Santa, evidenciando cómo cada función aporta a la adecuada gestión y desarrollo de las actividades de aventura en el cantón.

Síntesis Sección 1 – Rol y responsabilidades en el sector turístico

A partir del análisis realizado, se identificó que los actores involucrados en el turismo de aventura en Baños de Agua Santa desempeñan funciones distintas, pero articuladas entre sí. La Dirección de Turismo asume tareas de planificación, control y regulación; mientras que gerentes y ofertantes se orientan al diseño, organización y comercialización de los productos turísticos. Por su parte, los guías cumplen un papel clave en la experiencia directa del visitante, y el personal administrativo facilita la comunicación entre la empresa y el cliente. De igual manera, el área de seguridad ciudadana aporta un respaldo operativo esencial. En conjunto, estas funciones permiten entender cómo se organiza el sistema turístico local y cómo cada actor contribuye al desarrollo de actividades de aventura que inciden en el bienestar físico y mental de los turistas

Tabla 3 Sección 2

Caracterización de la demanda turística

N	Nombre del entrevistado	P1 Desde su experiencia, ¿qué tipo de turistas visitan con mayor frecuencia el cantón Baños de Agua Santa: nacionales o internacionales?	P2 ¿Cuántos días, en promedio, permanecen los turistas nacionales y los turistas internacionales en el cantón Baños de Agua Santa?	Síntesis
1	Ing. Verónica Silva Barrionuevo (directora de Turismo y Cultura del GADBAS)	Predominan los turistas nacionales, aunque se registra una presencia constante de turistas internacionales en temporadas altas.	Nacionales: 2 a 3 días / Internacionales: 3 a 5 días	La mayoría de turistas nacionales se queda pocos días, mientras que los internacionales permanecen más tiempo.
2	Wilson Uscocovich (Gerente -Tour Baños Adventure xtrems)	Principalmente turistas nacionales, especialmente jóvenes y grupos familiares.	Nacionales: 1 a 3 días / Internacionales: 3 a 4 días	Los turistas nacionales realizan visitas cortas enfocadas en aventura.
3	Allison Reyes (secretaria - Ivagatours)	Mayor presencia de turistas nacionales, con incremento de extranjeros en feriados y vacaciones.	Nacionales: 2 a 3 días / Internacionales: 4 a 5 días	Los turistas internacionales suelen quedarse más días que los nacionales.
4	Alisson Soria (ofertante de la actividad turística - Geotours Ecuador)	Trabajamos más con los turistas internacionales	Nacionales: 2 días / Internacionales: 4 a 6 días	Los turistas internacionales tienen estadías más largas.

5	Belén Roballo López (Guía - Sierra Selva)	Se observa una mayor presencia de turistas internacionales en actividades guiadas.	Nacionales: 2 a 3 días / Internacionales: 5 días o más	Los visitantes extranjeros suelen permanecer más tiempo y participar en un mayor número de actividades.
6	Sarahí Ortega (secretaria- ofertante – DoguiTours)	Principalmente nacionales	Nacionales: 1 a 2 días / Internacionales: 3 a 4 días	El turista nacional generalmente realiza visitas cortas, especialmente durante fines de semana.
7	Graciela Ávila (Ofertante - Llanganantes)	Mayormente turistas internacionales, atraídos por experiencias naturales.	Nacionales: 2 a 3 días / Internacionales: 4 a 5 días	Los turistas extranjeros muestran mayor interés en experiencias vinculadas a la naturaleza y la aventura.
8	Alejandro Campoverde (Promotor de ventas – Mundo Mágica)	Predominan los turistas nacionales, especialmente en feriados.	Nacionales: 1 a 2 días / Internacionales: 3 a 4 días	La visita de turistas nacionales es corta y concentrada en feriados.
9	Gina Quiñontuña (Encargada Comercial - Pailon Travel)	Mayor presencia de turistas nacionales, con flujo constante de extranjeros.	Nacionales: 2 a 3 días / Internacionales: 4 a 5 días	Existe diferencia clara entre la estadía de turistas nacionales e internacionales.
10	Marco Montesdeoca Freire (Técnico en Seguridad Ciudadana)	Predominan los turistas nacionales, especialmente en temporadas altas y feriados.	Nacionales: 2 a 3 días / Internacionales: 3 a 4 días	Los turistas nacionales realizan visitas cortas, sobre todo en temporada alta.

Nota: La información presentada corresponde a los resultados obtenidos a partir de entrevistas, con el fin de caracterizar el tipo de turistas y la duración promedio de su estadía, desde la experiencia y percepción de los entrevistados.

Síntesis Sección 2 – Caracterización de la demanda turística

Los resultados de las entrevistas evidencian que en el cantón Baños de Agua Santa predominan los turistas nacionales, quienes realizan visitas de corta duración, generalmente entre 1 y 3 días, principalmente durante fines de semana y feriados. En contraste, los turistas internacionales, aunque en menor proporción, presentan una estadía más prolongada, que oscila entre 3 y 5 días o más, lo que les permite participar en una mayor variedad de actividades turísticas.

Los entrevistados coinciden en que esta diferencia en la duración de la estadía influye directamente en el tipo de experiencias que los turistas desarrollan en el destino, siendo las visitas cortas más frecuentes entre los turistas nacionales y las estancias más extensas características de los turistas internacionales.

Tabla 4 Sección 3

Seguridad y bienestar del turista

N	Nombre del entrevistado	P1 ¿Cómo contribuye su trabajo a garantizar la seguridad física y el bienestar de los turistas en actividades de aventura?	P2 ¿Qué procedimientos o protocolos siguen para prevenir riesgos durante las actividades turísticas?	Síntesis
1	Ing. Verónica Silva Barrionuevo (directora de Turismo y Cultura del GADBAS)	Trabajo coordinando con operadores e instituciones para que se cumplan los protocolos. También organizamos capacitaciones y revisiones constantes.	Revisamos equipos, permisos, rutas y siempre explicamos a los turistas qué deben hacer antes de empezar.	Enfatiza que la seguridad depende del trabajo conjunto. Su labor se centra en prevenir riesgos a través de control y capacitación, lo que manifiesta su preocupación por el bienestar del visitante.
2	Wilson Uscocovich (Gerente -Tour Baños Adventure xtrems)	La seguridad se basa en la información previa al turista sobre normas de conducta.	Puntualidad e indumentaria adecuada al clima.	La seguridad recae en la información anticipada y el cumplimiento de requisitos básicos.
3	Allison Reyes (secretaria - Ivagatours)	Seguridad mediante guías calificados, transporte de calidad y equipamiento adecuado.	Registro de ruta, verificación meteorológica y monitoreo continuo del bienestar físico.	Cubre personal, equipo, logística y protocolos de monitoreo (registro, clima, bienestar).

4	Alisson Soria (ofertante de la actividad turística - Geotours Ecuador)	Seguridad con respaldo legal y operativo.	Personal y equipamiento en óptimas condiciones con técnicas actualizadas.	Su aporte es la capa legal (seguro y contrato) junto a la exigencia de certificación y actualización de técnicas.
5	Belén Roballo López (Guía - Sierra Selva)	Seguridad basada en equipamiento certificado y cumplimiento normativo.	Verificación estricta del cumplimiento y supervisión constante de la seguridad.	Resalta el equipamiento físico y el cumplimiento legal/protocolario como base de la seguridad en terreno.
6	Sarahí Ortega (secretaria-ofertante – DoguiTours)	Seguridad enfocada en planificación y control operativo.	Ejecución controlada de las actividades y provisión de información preventiva.	Coordina rutas y coordenadas con precisión, brinda instrucciones claras y proporciona información preventiva, procurando que las actividades se desarrollen bajo lineamientos previamente establecidos.
7	Graciela Ávila (Ofertante - Llanganantes)	Seguridad con guías certificados y experiencia responsable.	Funcionalidad de la actividad, seguridad operativa y estrictos estándares de limpieza y sanidad.	Añade la dimensión de limpieza y salud (sanidad) a los protocolos, un punto crucial junto a la certificación del personal.

8	Alejandro Campoverde (Promotor de ventas – Mundo Mágica)	Contribuyo creando un ambiente de confianza y bienestar para la unidad familiar.	Priorizan la salud integral del turista y el uso de medidas de seguridad estrictas por parte del personal.	Destaca el bienestar psicológico/emocional (hacer sentir bien) como contribución. Protocolo centrado en la salud integral.
9	Gina Quiñontuña (Encargada Comercial - Pailon Travel)	Gestión comercial alineada a expectativas del cliente.	La seguridad recae en la certificación de los guías para cada actividad.	La seguridad se delega en la certificación profesional del guía, y la contribución al bienestar es a través de la transparencia del servicio.
10	Marco Montesdeoca Freire (Técnico en Seguridad Ciudadana)	Estoy presente en puntos turísticos, converso con operadores, monitoreo comportamientos y doy avisos cuando algo no está bien. También colaboro con instituciones para actuar rápido ante cualquier emergencia.	Verificación de permisos, señalética, equipamiento, condiciones climáticas, rutas y control de aforo.	La seguridad se sustenta en inspecciones permanentes y supervisión directa. Ante cualquier irregularidad, se procede al reporte inmediato, evidenciando que la prevención depende del cumplimiento normativo por parte de los actores turísticos.

Nota: La tabla permite identificar las medidas y protocolos implementados para proteger la integridad física y el bienestar emocional de los visitantes, resaltando el papel de la supervisión constante y la intervención oportuna frente a posibles riesgos.

Síntesis Sección 3 – Seguridad y bienestar del turista

La seguridad es el eje central de la experiencia turística en actividades de aventura. Para garantizarla, se implementan protocolos como revisión de equipos, certificación de guías, verificación de rutas, monitoreo del clima y comunicación previa con los turistas. Muchos actores subrayan la importancia de la prevención, mediante contratos de exoneración, seguros, uso de equipamiento homologado y supervisión constante. Tanto operadores como instituciones públicas destacan que el bienestar del visitante depende no solo de la técnica utilizada, sino también de la coordinación, la información preventiva y el cumplimiento riguroso de normas durante toda la actividad.

Tabla 5 Sección 4

Coordinación y articulación interinstitucional

N	Nombre del entrevistado	P1 ¿Qué tipo de coordinación mantienen con otras instituciones o actores del sector?	P2 ¿Cómo evalúa la articulación actual entre instituciones públicas y operadores turísticos?	Síntesis
1	Verónica Silva Barrionuevo (directora de Turismo y Cultura del GADBAS)	Nos comunicamos con Ministerio de Turismo, Bomberos, Policía, operadores y guías. Cada uno aporta desde su área.	Ha mejorado, pero aún falta trabajar más de manera constante y preventiva.	Se evidencia que la gestión turística depende de una red de actores. Pero también señala la necesidad de fortalecer la comunicación continua.
2	Wilson Uscocovich (Gerente -Tour Baños Adventure xtrems)	Coordinación activa con entidades de seguridad.	Articulación difícil por las expectativas de gratuidad del sector público.	La única coordinación clara es con seguridad. Crítica de fondo económico a la articulación pública.
3	Allison Reyes (secretaria - Ivagatours)	Coordinación a nivel privado.	Articulación deficiente; se requiere que las instituciones públicas prioricen y ofrezcan capacitaciones y demuestren conocimiento del sector.	Confirma la coordinación horizontal (entre pares) pero critica la falta de apoyo técnico por parte de las instituciones públicas.

4	Alisson Soria (ofertante de la actividad turística - Geotours Ecuador)	Mantienen convenios formales con el municipio.	Articulación general es prácticamente inexistente, limitada a relaciones directas con el municipio.	Relación formal y regulada con el gobierno local, pero una ausencia de articulación amplia con otras instituciones del sector.
5	Belén Roballo López (Guía - Sierra Selva)	Coordinación mutua y colaborativa entre actores.	Articulación percibida como una labor de verificación enfocada en la satisfacción del cliente.	Hay apoyo mutuo entre pares. La interacción con las instituciones es vista como un proceso de auditoría o verificación.
6	Sarahí Ortega (secretaria-ofertante – DoguiTours)	Coordinación positiva sin competencia dañina.	Articulación efectiva, sustentada en un apoyo recíproco entre el Gobierno Municipal y la agencia.	Destaca una relación colaborativa con el municipio que se traduce en apoyo directo, generando una visión positiva.
7	Graciela Ávila (Ofertante - Llanganantes)	Coordinación con sector transporte (para regulación) y con seguridad (para prevención).	Articulación vista como positiva por el soporte operativo que reciben	La coordinación se enfoca en la logística (transporte) y la seguridad. Evalúa positivamente la articulación con el sector público por el soporte operativo que reciben.

8	Alejandro Campoverde (Promotor de ventas – Mundo Mágica)	Convenios con otras empresas (restaurantes, agencias).	Si bien existe competencia leal, no se observan convenios o acuerdos formales de colaboración con el sector público.	Su coordinación se centra en la cadena de valor. Confirma la ausencia de convenios públicos.
9	Gina Quiñontuña (Encargada Comercial - Pailon Travel)	Se mantiene una buena relación de trabajo en conjunto con otras instituciones.	La articulación es buena, caracterizada por la ausencia de conflictos.	La seguridad se delega en la certificación profesional del guía, y la contribución al bienestar es a través de la transparencia del servicio y las expectativas del producto.
10	Marco Montesdeoca Freire (Técnico en Seguridad Ciudadana)	Trabajamos junto con Policía, Bomberos, Ministerio de Turismo, operadores y guías. Cuando pasa algo, todos nos organizamos rápido para responder.	En general es buena, pero todavía hay momentos en que falta comunicación. Cuando todos estamos coordinados, las cosas funcionan bien.	La coordinación es clave para él. Considera que la respuesta efectiva se da gracias a la articulación entre instituciones, pero también deja ver que la coyuntura todavía tiene vacíos, especialmente en la comunicación oportuna.

Nota: La tabla muestra el nivel de articulación existente entre instituciones públicas y operadores turísticos, permitiendo identificar fortalezas y vacíos en los procesos de coordinación que influyen en la prestación de servicios turísticos seguros y de calidad.

Síntesis Sección 4 – Coordinación y articulación interinstitucional

La articulación entre el sector público y los operadores turísticos se percibe como necesaria, pero aún en desarrollo. Algunos de los actores entrevistados destacan que existe una relación favorable con entidades como el Municipio, la Policía, el Cuerpo de Bomberos y el Ministerio de Turismo, especialmente en aspectos vinculados al control, la prevención y la atención de emergencias. Sin embargo, también se mencionan ciertas limitaciones relacionadas con la continuidad en la comunicación y el acompañamiento técnico por parte de las instituciones públicas. Por otro lado, dentro del sector privado se percibe una cooperación más constante y práctica, orientada principalmente al apoyo logístico y a la complementariedad de servicios entre operadores. Las percepciones revelan que la coordinación es indispensable para mejorar la calidad de las actividades de aventura y la seguridad del visitante.

Tabla 6 Sección 5

Beneficios percibidos del turismo de aventura

N	Nombre del entrevistado	P1 ¿Qué beneficios en la salud física o mental ha observado que obtienen los turistas con estas actividades?	Síntesis
1	Verónica Silva Barrionuevo (directora de Turismo y Cultura del GADBAS)	Los turistas se sienten más tranquilos, relajados y renovados. Las actividades los ayudan a moverse y a conectarse con la naturaleza.	Resalta que el turismo de aventura tiene impacto positivo real. Desde su visión, Baños funciona como un espacio que aporta bienestar físico y emocional.
2	Wilson Uscocovich (Gerente -Tour Baños Adventure xtrems)	Observamos un notable mejoramiento del estado de ánimo y una sensación general de satisfacción y bienestar.	Identifica la satisfacción y el cambio de estado de ánimo.
3	Allison Reyes (secretaria - Ivagatours)	Actúa como un canal para la exteriorización de emociones, facilitando una liberación física y mental que reduce el estrés; una vez un turista mencionó sentir que “el río se le llevaba las malas energías”	La aventura funciona como una catarsis emocional, permitiendo la liberación de tensiones.

4	Alisson Soria (ofertante de la actividad turística - Geotours Ecuador)	El principal beneficio radica en la satisfacción de las expectativas del turista, logrando un fuerte sentimiento de realización y logro.	El valor está en el sentimiento de haber superado un reto, lo que fortalece la autoestima.
5	Belén Roballo López (Guía - Sierra Selva)	El beneficio primordial es la relajación mental y la descompresión, ya que la actividad les permite a los turistas romper con la rutina diaria.	Señala que las actividades buscan romper la rutina diaria y promover espacios de descanso activo, favoreciendo la relajación y el cambio de ambiente.
6	Sarahí Ortega (secretaria-ofertante – DoguiTours)	Indica que las experiencias de aventura intensa contribuyen a liberar el estrés acumulado, generando un impacto psicológico positivo en los visitantes.	La intensidad de la "aventura extrema" es vista como un método efectivo para neutralizar el estrés.
7	Graciela Ávila (Ofertante - Llanganantes)	Manifiesta que los turistas reportan una disminución notable del estrés y retornan a sus lugares de origen con altos niveles de satisfacción respecto al servicio recibido.	Combina el beneficio intrínseco (des estrés) con la satisfacción de servicio (extrínseco).
8	Alejandro Campoverde (Promotor de ventas – Mundo Mágica)	Se observan claros beneficios neuroquímicos, con la liberación de dopamina y serotonina, lo que resulta en un aumento de la capacidad perceptiva y la sensación de felicidad.	Es la respuesta más técnica, identificando la liberación de neurotransmisores como la base de la felicidad y el bienestar

9	Gina Quiñontuña (Encargada Comercial - Pailon Travel)	Los turistas experimentan una profunda relajación y descompresión, siendo una vía efectiva para liberar el estrés acumulado.	Confirma la tendencia general de relajación y des estrés, validando el impacto inmediato de las actividades en la salud mental.
10	Marco Montesdeoca Freire (Técnico en Seguridad Ciudadana)	La mayoría sale contenta. Muchos turistas dicen que se sienten más libres, relajados y menos estresados. Las actividades promueven el movimiento corporal y permiten al turista interactuar directamente con la naturaleza.	Se reconoce que el turismo de aventura va más allá del entretenimiento, ya que contribuye al bienestar emocional y físico, evidenciando efectos positivos en quienes lo practican.

Nota: La tabla sintetiza las percepciones sobre los beneficios físicos y mentales asociados a las actividades de aventura en Baños de Agua Santa, destacando su aporte al bienestar integral y al fortalecimiento del vínculo con el entorno natural.

Síntesis Sección 5 – Beneficios percibidos del turismo de aventura

Se identifican diversos beneficios físicos y mentales que los turistas experimentan tras participar en actividades de aventura. En lo emocional, destacan la relajación, reducción del estrés, liberación de tensiones, aumento de la satisfacción personal y sensación de renovación. Algunos mencionan incluso efectos neuroquímicos asociados al bienestar, como la liberación de dopamina y serotonina. En lo físico, resaltan el movimiento constante, la activación corporal y el contacto directo con la naturaleza como elementos que favorecen la salud integral. En general, la aventura funciona como un espacio de liberación, descanso activo y crecimiento personal para los visitantes.

Tabla 7 Sección 6

Desafíos y necesidades del sector

N	Nombre del entrevistado	P1 ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta en temas de seguridad, bienestar o gestión operativa?	P2 ¿Qué mejoras o apoyos considera necesarios para fortalecer la seguridad y la calidad del turismo en la zona?	Síntesis
1	Verónica Silva Barrionuevo (directora de Turismo y Cultura del GADBAS)	El mayor reto es que todos cumplan normas. También influye el alto flujo de turistas y que algunos no siguen indicaciones.	Más capacitaciones, mejor equipo, señalización y herramientas tecnológicas.	Aquí se observa que los desafíos no solo dependen de las instituciones, sino también del comportamiento de visitantes y operadores.
2	Wilson Uscocovich (Gerente -Tour Baños Adventure xtrems)	Gestionar las inquietudes de los turistas y asegurar la recepción de información crucial.	Cumplimiento estricto y la aplicación de la normativa vigente.	Problema con el flujo de información al cliente. Aplicar la ley para estandarizar el sector.
3	Allison Reyes (secretaria - Ivagatours)	Factor climático, erosión de recursos, y la competencia desleal.	Estandarización de tarifas para combatir la competencia desleal y aumentar la comunicación.	Preocupación por los recursos naturales y la sostenibilidad económica. La solución busca formalizar el mercado.

4	Alisson Soria (ofertante de la actividad turística - Geotours Ecuador)	Saturación del mercado y necesidad de optimizar la logística.	Exigir a los guías alto grado de seriedad y profesionalismo.	El problema es la diferenciación en un mercado saturado. La necesidad se centra en la mejora del capital humano (guías).
5	Belén Roballo López (Guía - Sierra Selva)	No se identifican desafíos significativos.	Apoyo a través de programas de capacitación constantes para la mejora continua.	La necesidad se enfoca en la inversión futura en capacitación para mantener la estabilidad.
6	Sarahí Ortega (secretaria- ofertante – DoguiTours)	Gestión del comportamiento del turista	Aumento de agentes de seguridad enfocados en el control vehicular.	Señala un problema de interacción directa con el cliente. La solución propuesta es seguridad pública para el control.
7	Graciela Ávila (Ofertante - Llanganantes)	Impaciencia del turista, falta de organización, alta demanda y actualmente poco transporte	No reporta necesidades de apoyo, ya que la empresa opera bajo un estándar de alta calidad.	Muestra una lista amplia de problemas (cliente, mercado, clima), pero su respuesta a la necesidad es la autosuficiencia de la empresa.
8	Alejandro Campoverde (Promotor de ventas)	No se reportan desafíos significativos.	El apoyo en capacitaciones de alta calidad que sean accesibles o subsidiadas	Reporta estabilidad operativa, pero la necesidad se centra en reducir el costo de la formación para poder acceder a capacitaciones de calidad.

9	Gina Quiñontuña (Encargada Comercial - Pailón Travel)	El factor climático, que impacta directamente en las actividades.	Que el municipio imparta cursos enfocados en avances tecnológicos, idiomas y atención al cliente, entre otros temas.	Su principal obstáculo es el clima. La necesidad es clara: la intervención formativa directa del municipio en temas de tecnología y servicio.
10	Marco Montesdeoca Freire (Técnico en Seguridad Ciudadana)	El mayor problema es cuando los turistas no hacen caso a las indicaciones. También a veces faltan recursos o personal para cubrir todos los puntos turísticos, especialmente en feriados.	Necesitamos más señalización, más personal en puntos estratégicos, cámaras y recursos para monitorear mejor. También capacitaciones constantes.	Esto muestra que la seguridad turística también depende de la corresponsabilidad ciudadana y que la seguridad requiere inversión y mejora continua

Nota: La tabla resume los principales retos que enfrentan los actores turísticos, especialmente en temas de seguridad, regulación y atención al visitante, destacando la necesidad de fortalecer recursos, infraestructura y acompañamiento institucional.

Síntesis Sección 6 – Desafíos y necesidades del sector

Los actores entrevistados identifican diversos retos que enfrenta el turismo de aventura en Baños de Agua Santa. Entre los principales coinciden en el cumplimiento de normativas, el comportamiento inadecuado de algunos visitantes, la influencia de factores climáticos, la competencia informal y la saturación de la oferta. Asimismo, se señalan limitaciones operativas como la insuficiencia de transporte, la falta de personal en temporadas altas y la necesidad de mejorar la coordinación entre instituciones.

Como alternativas de mejora, se propone fortalecer la capacitación del personal, regular tarifas, incrementar la presencia de seguridad, optimizar la señalización, incorporar herramientas tecnológicas y reforzar la infraestructura. En general, los entrevistados consideran que el crecimiento sostenible del destino depende de una gestión organizada y del respaldo permanente por parte del sector público.

Tabla 8 Sección 7

Formación y recomendaciones para el sector

N	Nombre del entrevistado	P1 ¿Qué capacitaciones o requisitos considera esenciales para quienes trabajan en turismo de aventura?	P2 ¿Qué recomendaciones propone para mejorar la articulación entre salud, bienestar y turismo de aventura?	Síntesis
1	Verónica Silva Barrionuevo (directora de Turismo y Cultura del GADBAS)	Primeros auxilios, rescate, buen manejo de equipos y certificaciones actualizadas.	Promover más información, evaluaciones previas en algunas actividades y reforzar la idea de que en Baños se puede vivir aventura cuidando la salud.	La formación continua es clave para evitar accidentes y garantizar un servicio responsable.
2	Wilson Uscocovich (Gerente -Tour Baños Adventure xtrems)	Formación basada en la experiencia práctica y conocimiento de requisitos regulatorios.	Recomendación de establecer programas de colaboración formal y continuo entre salud, bienestar y turismo.	La recomendación de "Mejorar" subraya una insatisfacción con el status de la articulación.
3	Allison Reyes (secretaria - Ivagatours)	Calidad del servicio al cliente, desarrollo de habilidades de comunicación e idiomas, y estrategias de marketing turístico.	Promocionar y validar el sector en base a la mejora tangible en el bienestar.	Prioriza las habilidades frontales. La recomendación es usar el testimonio de bienestar como argumento de venta.

4	Alisson Soria (ofertante de la actividad turística - Geotours Ecuador)	Necesidad de programas de capacitación constantes, rigurosos y actualizados.	Una gestión activa por parte del municipio que se traduzca en mayor apoyo financiero y logístico para generar más turismo.	Demanda calidad y continuidad en la formación. La recomendación pasa al sector público, exigiendo soporte municipal para el crecimiento.
5	Belén Roballo López (Guía - Sierra Selva)	Dominio de un segundo idioma.	Fomentar el compañerismo y la colaboración entre operadores, y mantener una estabilidad de precios para la sostenibilidad.	El idioma es un requisito clave. La recomendación de precios estables y compañerismo busca proteger el mercado de la competencia desleal.
6	Sarahí Ortega (secretaria-ofertante – DoguiTours)	Formación en orientación y manejo de clientes	Implementar un sistema de reporte y seguimiento que minimice la conflictividad y los malentendidos dentro de la localidad.	Sugiere implementar un sistema o mecanismo de reporte que permita mejorar la convivencia y prevenir conflictos durante las actividades.
7	Graciela Ávila (Ofertante - Llanganantes)	Capacitación centrada en la atención al cliente, organización y marketing.	Mejorar la comunicación interinstitucional y diseñar paquetes turísticos promocionales que destaquen el bienestar.	Su visión es comercial y organizativa. La recomendación conecta el bienestar con el producto (paquetes específicos), integrando el beneficio de salud.

8	Alejandro Campoverde (Promotor de ventas – Mundo Mágica)	Formación intensiva en técnicas de ventas, marketing estratégico y el desarrollo de habilidades de persuasión aplicadas al entorno comercial.	Obtención de mayor apoyo por parte del municipio e inversión en la mejora de la infraestructura vial.	La capacitación se centra en maximizar la venta. La recomendación exige al gobierno local la mejora de vías de acceso, vital para la logística turística.
9	Gina Quiñontuña (Encargada Comercial - Pailón Travel)	Se debe exigir a los operadores poseer todos los requisitos y capacitaciones necesarias, siendo el municipio el ente regulador.	Difundir la promoción de Baños por sus beneficios, e impulsar la especialización de jóvenes en el sector.	La formación pasa por la regulación obligatoria. La recomendación es doble; promoción externa de la marca (Baños) y desarrollo del talento joven interno.
10	Marco Montesdeoca Freire (Técnico en Seguridad Ciudadana)	Primero auxilios, rescate, conocimiento del terreno y manejo de equipos. Y algo importante: tener criterio para tomar decisiones rápidas.	Que se informe más a los turistas sobre los riesgos y beneficios. También que haya una evaluación rápida antes de actividades intensas para evitar accidentes.	Se reconoce que el turismo de aventura requiere personal debidamente capacitado, lo que refleja un enfoque preventivo donde la práctica de actividades se vincula con un bienestar seguro y responsable.

Nota: La tabla permite identificar las principales necesidades formativas y las propuestas planteadas por los actores estratégicos del sector.

Síntesis Sección 7 – Formación y recomendaciones para el sector.

Los entrevistados coinciden en que la capacitación es fundamental para garantizar la seguridad y calidad en las actividades de aventura. Entre los temas prioritarios se mencionan primeros auxilios, técnicas de rescate, manejo adecuado de equipos, dominio de idiomas, ventas, atención al cliente y cumplimiento de normativas técnicas. Asimismo, se propone fortalecer la articulación entre turismo, salud y bienestar mediante campañas informativas, evaluaciones previas en actividades de mayor exigencia y la promoción de Baños como un destino orientado a la salud integral. También se destaca la importancia de mejorar la comunicación institucional, fomentar la colaboración entre operadores y promover la formación especializada de jóvenes para potenciar el talento local.

Análisis

A partir de las entrevistas realizadas a los diferentes actores del sector turístico de Baños de Agua Santa, fue posible identificar con claridad las actividades de turismo de aventura más representativas y comprender cómo estas aportan beneficios concretos a la salud física y mental de los visitantes.

Los entrevistados señalaron de forma coincidente que actividades como rafting, canyoning, canopy, puenting, ciclismo de montaña y senderismo constituyen la base de la oferta de aventura del cantón. La constante mención de estas prácticas por parte de guías, ofertantes, operadores y autoridades evidencia su importancia y consolidación dentro del destino. Esto confirma que el proceso de identificación se desarrolló de manera adecuada, gracias al muestreo por bola de nieve, el cual facilitó el acceso a actores con experiencia directa en la dinámica turística local.

En cuanto a los aportes a la salud, las entrevistas permiten observar que las actividades de aventura no solo promueven el movimiento corporal y el contacto con la naturaleza, sino que también contribuyen a disminuir el estrés, favorecer la relajación, generar sensaciones de libertad y fortalecer la autoestima de los visitantes. Muchos actores describen la aventura como una experiencia catártica, capaz de liberar tensiones y mejorar el estado de ánimo, mientras algunos incluso aluden a procesos neuroquímicos asociados al bienestar. Así, los beneficios percibidos se vinculan tanto a la dimensión física como a la mental, cumpliendo absolutamente la segunda parte del objetivo.

Por otro lado, las respuestas de los entrevistados permiten observar que la seguridad, la coordinación interinstitucional y la capacitación constituyen pilares esenciales para que estas actividades se desarrollen adecuadamente y logren su impacto en el bienestar. La existencia de protocolos, equipamiento certificado, personal capacitado y controles municipales refuerza la idea

de que la experiencia de aventura en Baños está diseñada para brindar emociones intensas en un entorno seguro, lo cual incrementa su efecto positivo en los turistas.

Para finalizar, los testimonios revalidan que el turismo de aventura en Baños de Agua Santa no solo forma parte de la identidad del destino, sino que también se planea como un mecanismo real para promover la salud integral del visitante, al combinar actividad física, contacto con la naturaleza y beneficios psicológicos evidentes.

Discusión

Se evidencia que la seguridad, la experiencia del visitante y el bienestar físico-emocional constituyen los pilares fundamentales de la oferta de turismo de aventura del cantón. Esta percepción coincide con lo reportado por Carvalhinho & Marta (2020), quienes sustentan que los destinos de aventura consolidados comparten tres características centrales: protocolos de seguridad estandarizados, guías especializados y mecanismos de información al turista.

Los actores entrevistados en Baños destacan de manera reiterada la importancia de realizar revisiones periódicas del equipamiento, mantener procesos continuos de capacitación y fortalecer la comunicación con el visitante, aspectos que coinciden con lo señalado en la literatura especializada. No obstante, a diferencia del estudio de Carvalhinho & Marta (2020), enfocado en destinos con certificaciones internacionales consolidadas, en Baños se observa aún cierta variabilidad en la aplicación de normas y en el nivel de formalización de algunos operadores, lo que refleja diferencias tanto metodológicas como contextuales entre ambos escenarios.

De igual manera, se identifica una coincidencia relevante entre las entrevistas y los aportes científicos respecto al turismo de aventura como generador de bienestar mental y emocional. Los entrevistados señalan que estas actividades favorecen la relajación, disminuyen el estrés y mejoran

el estado de ánimo, lo cual guarda relación con el metaanálisis de Twohig-Bennett & Jones (2018), que evidencia efectos positivos de la exposición a entornos naturales. Aunque los investigadores utilizaron un enfoque cuantitativo amplio, y en este caso se trabajó desde percepciones cualitativas, se observa una correspondencia clara en los beneficios psicológicos reportados.

En cuanto al bienestar físico, los actores mencionan incrementos en la energía, mayor activación muscular y una sensación general de vitalidad tras la práctica de actividades de aventura. Estas observaciones coinciden con el estudio experimental de (Barton & Pretty, 2010), quienes demostraron que actividades físicas moderadas en ambientes naturales incrementan el bienestar corporal en tan solo 5 minutos de exposición. La metodología de estos autores consistió en comprobaciones fisiológicas antes y después de la actividad, mientras que las entrevistas en Baños recogen percepciones profesionales basadas en la observación diaria de turistas. Aun cuando existen diferencias en el enfoque metodológico, los resultados coinciden en que la práctica de actividad física en entornos naturales genera efectos inmediatos en la sensación de energía y en la percepción positiva de la salud.

Asimismo, los entrevistados resaltan la necesidad de mantener procesos constantes de capacitación, especialmente en rescate, primeros auxilios, dominio de idiomas, técnicas de guiado y manejo adecuado de equipos. Estas demandas se relacionan con lo expuesto por Casco (2013), quien señala que la formación continua y la certificación profesional de los guías constituyen elementos clave para fortalecer la seguridad y la competitividad de un destino turístico de aventura. A diferencia del caso de (Saaia, 2025), donde la autora identificó programas formales de certificación Outdoor Leadership, las entrevistas de Baños evidencian una brecha en la estandarización formativa, lo que constituye una oposición clave entre ambas realidades y abre oportunidades para el fortalecimiento institucional.

Los actores entrevistados también manifiestan inquietudes relacionadas con la saturación de actividades, la competencia informal, el aumento de la demanda en temporadas altas y los posibles impactos ambientales. Estas percepciones guardan relación con lo expuesto por Moscardo et al. (2016), quienes señalan que los destinos de aventura con alta afluencia enfrentan desafíos vinculados a la capacidad de carga, la fragmentación empresarial y la presión sobre ecosistemas frágiles. Aunque su estudio se aborda desde una perspectiva ecológica del turismo y en Baños el análisis se centra más en la gestión operativa, ambos coinciden en que la sostenibilidad requiere coordinación interinstitucional y control de la oferta no regulada.

En cuanto a la relación entre aventura y bienestar, los entrevistados destacan que Baños cuenta con condiciones particulares que integran experiencias de adrenalina con espacios de relajación, especialmente por la presencia de aguas termales y su entorno natural. Esta visión se vincula con lo planteado por Voigt & Pforr (2014), quienes indican que el turismo de bienestar evoluciona hacia propuestas híbridas que combinan actividad física y conexión con la naturaleza. No obstante, a diferencia de los modelos europeos y asiáticos basados en infraestructuras especializadas, en Baños esta integración surge de manera más natural y contextual, lo que marca una diferencia en la configuración del producto turístico.

En síntesis, al contrastar las entrevistas con la literatura internacional se observa que Baños comparte rasgos propios de destinos de aventura posicionados a nivel global, como el contacto directo con la naturaleza, la variedad de actividades y la percepción de bienestar en los visitantes. No obstante, se evidencian diferencias en cuanto al grado de institucionalización, regulación, infraestructura y estandarización formativa, elementos que Buckley (2006) señala como fundamentales para consolidar propuestas de aventura orientadas al bienestar sostenible.

4.2. Percepción de los visitantes sobre los efectos que estas actividades tienen en su bienestar integral.

Se aplicó una encuesta estructurada a una muestra total de 766 turistas, conformada por 384 visitantes nacionales y 382 visitantes internacionales. La recolección de datos se efectuó en los principales puntos turísticos y operadoras de aventura del cantón Baños de Agua Santa durante el año 2025, permitiendo conseguir información precisa sobre los beneficios físicos, psicológicos y emocionales que los turistas atribuyen a su experiencia de aventura. Este proceso constituye la base para la tabulación, análisis comparativo y discusión de los resultados que se presentan a continuación.

4.2.1. Encuestas aplicadas a nivel nacional

Tabla 9

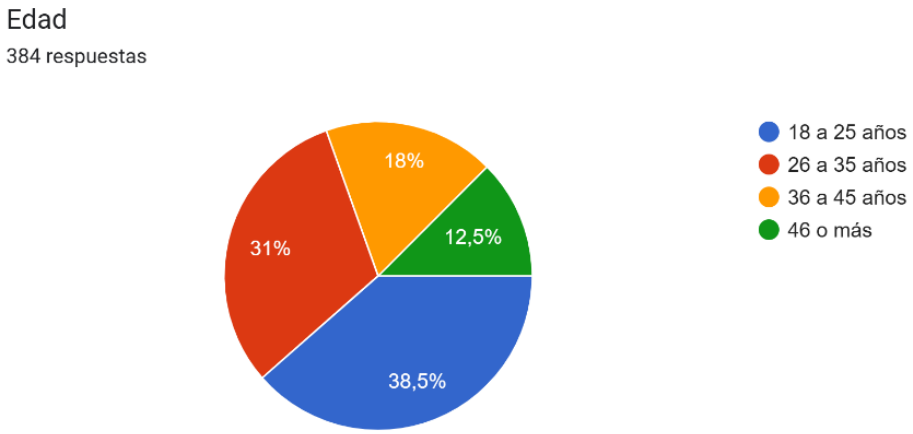
Distribución por edad de los turistas nacionales encuestados.

Edad	Frecuencia	%
18 a 25	148	38,5
26 a 35	119	31,0
36 a 45	69	18,0
46 o más	48	12,5
TOTAL	384	100 %

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a turistas nacionales durante actividades de turismo de aventura en Baños de Agua Santa, 2025.

Gráfico 1

Distribución por edad.



Nota. El gráfico muestra la distribución porcentual de los turistas nacionales según su edad; datos recopilados por el equipo investigador (2025).

Interpretación

Los resultados evidencian que el grupo de mayor presencia entre los turistas nacionales que visitan Baños de Agua Santa corresponde a jóvenes de 18 a 25 años, con un 38,5% de participación. En segundo lugar, se ubican los visitantes entre 26 y 35 años, que representan el 31%. Los rangos de 36 a 45 años y de 46 años en adelante registran el 18% y 12,5%, respectivamente.

Esta distribución destaca que el turismo de aventura en Baños atrae principalmente a personas jóvenes, probablemente debido a que estas edades muestran mayor interés por actividades físicas intensas, experiencias emocionales fuertes y vivencias recreativas que demandan energía y disposición al riesgo. La menor participación de edades superiores podría explicarse por la preferencia de estos grupos por actividades más tranquilas, la percepción de riesgo o limitaciones físicas asociadas a la edad. Estos resultados evidencian la importancia de orientar la oferta turística hacia la segmentación joven, sin descuidar estrategias de adaptación para motivar la participación de adultos mayores.

Tabla 10

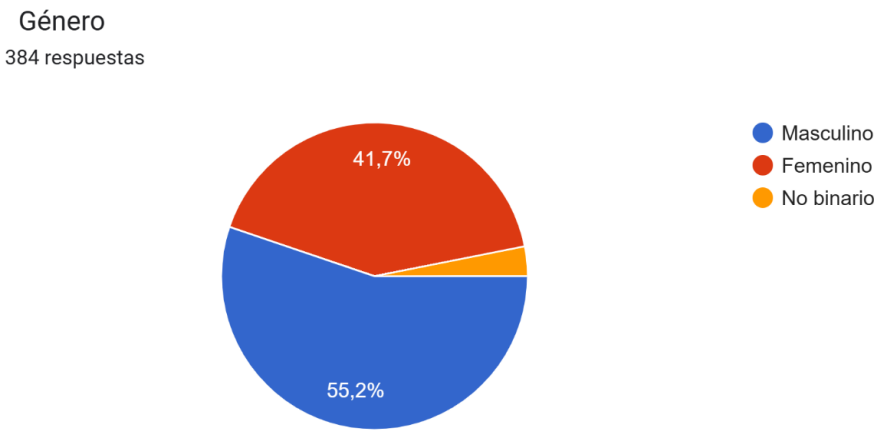
Distribución por género de los turistas nacionales encuestados

Género	Frecuencia	%
Masculino	212	55,2
Femenino	160	41,7
No binario	12	3,1
TOTAL	384	100 %

Nota. Representa los datos de encuestados según su género.

Gráfico 2

Distribución por género.



Nota. El gráfico presenta la proporción de encuestados según su género; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados de la encuesta sobre la distribución de género evidencian que, al parecer, existe una clara diferencia en la participación de los encuestados. El género Masculino se posiciona como el grupo predominante, aglutinando el 55,2% del total de las 384 respuestas. Esta superioridad numérica se diferencia marcadamente de la participación del género Femenino, que, si bien es significativa, se mantiene en un 41,7 La diferencia identificada permite inferir que las características del público objetivo o el contexto en el que se aplicó el instrumento podrían estar generando una mayor participación de hombres dentro de la muestra.

En cuanto al grupo no binario, este representa el 3,1% del total encuestado. Aunque su proporción es menor, este resultado evidencia la necesidad de fortalecer estrategias inclusivas que consideren la diversidad de identidades dentro del sector turístico.

A partir de estos datos, se puede interpretar que la actividad analizada presenta actualmente una mayor afinidad o accesibilidad para el público masculino.

Se sugiere que estudios posteriores o la segmentación de la oferta deberían tomar en cuenta esta composición demográfica. Es importante considerar si esta distribución se alinea con la población de interés o si podría introducir algún sesgo en los resultados generales.

Tabla 11

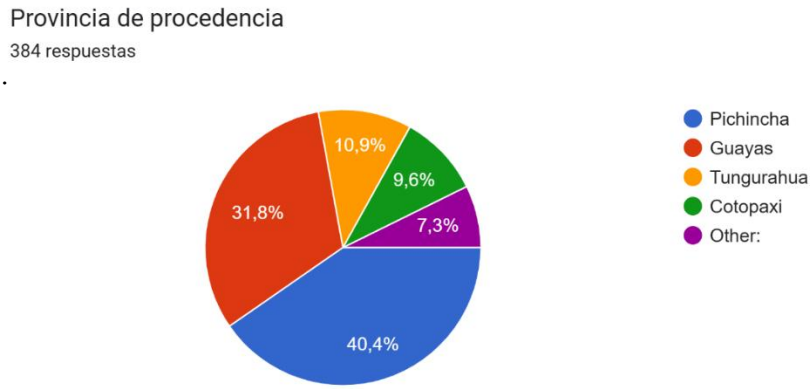
Distribución de los encuestados según su provincia de procedencia.

Provincia de Procedencia	Frecuencia	%
Pichincha	155	40,4
Guayas	122	31,8
Tungurahua	42	10,9
Cotopaxi	37	9,6
Otras	28	7,3
TOTAL	384	100 %

Nota. Los porcentajes de la tabla se obtienen a partir de 384 encuestados.

Gráfico 3

Distribución por Provincia de Procedencia.



Nota. El gráfico presenta la proporción de encuestados según su provincia de origen; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis de la provincia de origen pone visible una notable concentración de los encuestados en las áreas de mayor relevancia demográfica y económica del Ecuador, un factor que se sugiere es clave para entender la dinámica del estudio.

El grupo predominante, al parecer, proviene de Pichincha, que encabeza la distribución con un 40,4%. Esta alta proporción se infiere que refleja la superioridad de la capital como el principal polo de emisión de viajes, o el área de mayor alcance para la actividad objeto del estudio, dada su densidad poblacional y su centralidad económica.

Le sigue, con una participación considerable pero que se diferencia notablemente en magnitud, la provincia de Guayas, con un 31,8%. La suma de estos dos gigantes (Pichincha y Guayas) sugiere encarecidamente que la actividad analizada está siendo promovida por los mercados de consumo más grandes del país, lo cual se asume es un indicador directo del éxito de la promoción o el interés generado en estas urbes.

En un tercer nivel se evidencia una marcada relación con la proximidad territorial. La provincia de Tungurahua representa el 10,9% de los encuestados, mientras que Cotopaxi alcanza el 9,6%. Esta participación puede asociarse a la cercanía geográfica con el lugar donde se aplicó el instrumento, lo que facilita el acceso y la presencia de visitantes provenientes de estas zonas.

Por último, el grupo correspondiente a otras provincias registra el porcentaje más bajo, con un 7,3%, reflejando una menor incidencia de participación en comparación con las provincias cercanas. Esta baja proporción podría atribuirse a la distancia geográfica y a los costos logísticos asociados al desplazamiento, lo que se asume que limita su impacto en la muestra, generando un sesgo de localización.

Los resultados evidencian que la percepción estudiada está directamente ligada a la realidad demográfica y de movilidad de la población nacional. El hecho de que las provincias con mayor población y que auténticamente generan el mayor flujo de viajes (Pichincha y Guayas) dominen la muestra, y que las provincias adyacentes (Tungurahua y Cotopaxi) sigan en orden de importancia, manifiesta el porqué de los resultados: la accesibilidad, el volumen de población y la cercanía física al punto de interés son, al parecer, los factores más determinantes en la composición de los encuestados.

Tabla 12

Frecuencia con la que los encuestados realizan turismo de aventura.

Frecuencia con la que realiza turismo de aventura	**Frecuencia**	**%**
Primera vez	150	39,1
Ocasionalmente	129	33,6
Frecuentemente	71	18,5
Nunca	34	8,9
TOTAL	384	100 %

Nota. Los porcentajes de la tabla se obtienen directamente de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfico 4

Frecuencia con la que realiza turismo de aventura



.

Nota. El gráfico presenta la proporción de encuestados según la periodicidad con la que realizan turismo de aventura; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis de la frecuencia con la que los encuestados realizan turismo de aventura pone de manifiesto que la muestra se compone predominantemente de participantes novatos o esporádicos, un hecho que merece una consideración profunda para la estrategia de promoción de la salud física y mental.

El grupo mayoritario, pertenece a aquellos que realizan turismo de aventura por *Primera vez*, representando el 39,1% de la muestra. Esta alta proporción sugiere encarecidamente que el destino (Baños de Agua Santa) goza de un fuerte poder de captación de nuevos clientes, quienes se infiere que buscan probar las actividades como una experiencia puntual. Este dato podría explicarse por una promoción efectiva que atrae a quienes inician en la búsqueda de beneficios para la salud mental a través de la adrenalina.

Le sigue, con una intervención considerable pero que se diferencia en casi seis puntos porcentuales, el grupo que lo hace *Ocasionalmente*, con un 33,6%. La suma de los visitantes novatos y ocasionales alcanza un 72,7% de la muestra, lo que evidencia que la mayoría de los

encuestados no tiene el turismo de aventura como una práctica recurrente o integrada en su estilo de vida.

Por el contrario, los segmentos fidelizados o habituales son minoritarios: el 18,5% lo realiza Frecuentemente y solo un 8,9% Nunca ha practicado esta forma de turismo. El reducido porcentaje de personas que participan de manera frecuente evidencia un desafío para el destino, ya que implica la necesidad de transformar una experiencia ocasional en una práctica recurrente vinculada al bienestar.

Asimismo, el bajo nivel de respuestas en la opción "Nunca" indica que la mayoría de encuestados ya presenta afinidad hacia las actividades de aventura, lo que disminuye la posibilidad de sesgos relacionados con la no participación.

En conjunto, la distribución de resultados permite identificar que el principal reto para el destino radica en fortalecer la fidelización de los visitantes. El hecho de que la mayoría de los encuestados sean nuevos o esporádicos explica el porqué de estos resultados: el destino, al parecer, está logrando seducir a un gran número de principiantes, pero se recomienda desarrollar estrategias post-venta y programas de beneficios continuos que incentiven la repetición y que logren integrar el turismo de aventura como una herramienta frecuente para la salud física y mental.

Tabla 13

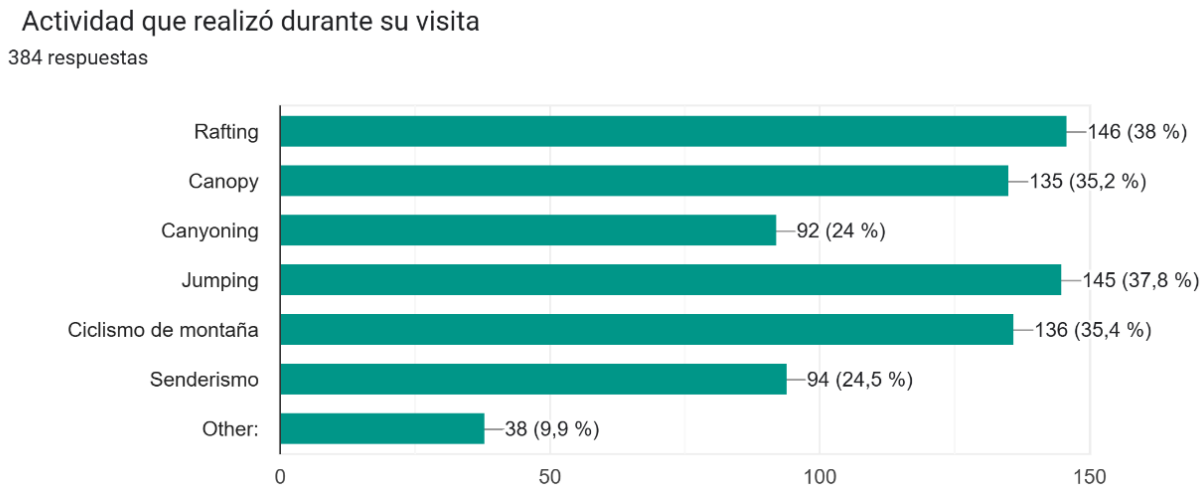
Actividad de turismo de aventura más realizada por los encuestados

Actividad que realizó durante su visita	Frecuencia	%
Rafting	146	38
Canopy	135	35,2
Jumping	145	37,8
Ciclismo de montaña	136	35,4
Senderismo	94	24,5
Canyoning	92	24
Otras:	38	9,9

Nota. Muestra las diferentes actividades de aventura seleccionadas por los visitantes, permitiendo la elección de múltiples opciones.

Gráfico 5

Actividad que realizó durante su visita



Nota. El gráfico de barras muestra la popularidad de las diferentes actividades de aventura seleccionadas por los visitantes; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis de las actividades preferidas por los encuestados revela una clara y contundente concentración de la demanda en experiencias de aventura de alta intensidad y gran visibilidad. Los resultados indican que la mayoría de los visitantes se enfocan en un conjunto principal de actividades. El Rafting muestra la mayor frecuencia con un 38,0%, lo que sugiere su posicionamiento como la actividad insignia y principal factor de atracción del destino.

De manera inmediata, el Jumping le sigue con un 37,8%, evidenciando una demanda significativa por experiencias que involucran un alto grado de adrenalina y desafío personal.

El Ciclismo de montaña (35,4%) y el Canopy (35,2%) se ubican a continuación, conformando un grupo de cuatro actividades que superan el 35% de participación. Esta alta y consistente concentración de respuestas menciona que la estrategia de promoción y la infraestructura del destino se han focalizado exitosamente en impulsar estas experiencias como el núcleo de la oferta turística.

La demanda por estas cuatro actividades principales es un reflejo directo del éxito en la captación de turistas que buscan emociones fuertes e inmediatas.

Por otro lado, la participación desciende significativamente en las actividades consideradas secundarias. El Senderismo (24,5%) y el Canyoning (24,0%) registran frecuencias que están aproximadamente 13 puntos porcentuales por debajo de las líderes. Esto sugiere que el perfil del turista en esta muestra prioriza las actividades rápidas y de alto impacto sobre aquellas que requieren mayor tiempo de inmersión o esfuerzo sostenido.

Dado que la naturaleza del visitante es generalmente la de un turista por primera vez u ocasional, este modelo de resultados resulta consistente. La distribución de frecuencias, por lo tanto, concluye que el destino debe considerar estrategias para diversificar la demanda e incrementar la participación en actividades menos saturadas.

Tabla 14

Motivo Principal por el cual realiza turismo de aventura.

¿Cuál es el motivo principal por el cual realiza turismo de aventura?	**Frecuencia**	**%**
Adrenalina y emoción	144	37,5
Compartir con familia o amigos	67	17,4
Relajación y bienestar	59	15,4
Conexión con la naturaleza	49	12,8
Superar miedos o desafíos personales	41	10,7
Recomendación o curiosidad	24	6,2
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de los encuestados según el motivo principal que los impulsa a realizar turismo de aventura.

Gráfico 6

Motivo principal por el cual realiza turismo de aventura



Nota. El gráfico presenta la proporción de encuestados según el motivo principal que los impulsa a realizar turismo de aventura; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis del motivo principal por el cual los encuestados realizan turismo de aventura revela una jerarquía clara de prioridades, con el factor emocional como el principal impulsor de la participación. Los resultados evidencian que el principal motivo de visita es la búsqueda de adrenalina y emociones intensas, representando el 37,5% de las respuestas. Esto confirma que el atractivo central del turismo de aventura en Baños se relaciona con experiencias de alta intensidad, coherente con las actividades más demandadas por los visitantes.

En segundo lugar, se ubica el deseo de compartir con familia o amigos (17,4%), seguido de la motivación vinculada a la relajación y el bienestar (15,4%). Estos datos permiten inferir que, además de la emoción, el componente social y la necesidad de desconexión también influyen en la decisión de viaje. Asimismo, la conexión con la naturaleza (12,8%) y la superación de desafíos personales (10,7%) reflejan intereses asociados al crecimiento personal y al contacto con el entorno. Por último, la recomendación o curiosidad (6,2%) registra el porcentaje más bajo, lo que sugiere que la mayoría de visitantes se moviliza por motivaciones propias más que por influencia externa.

Tabla 15

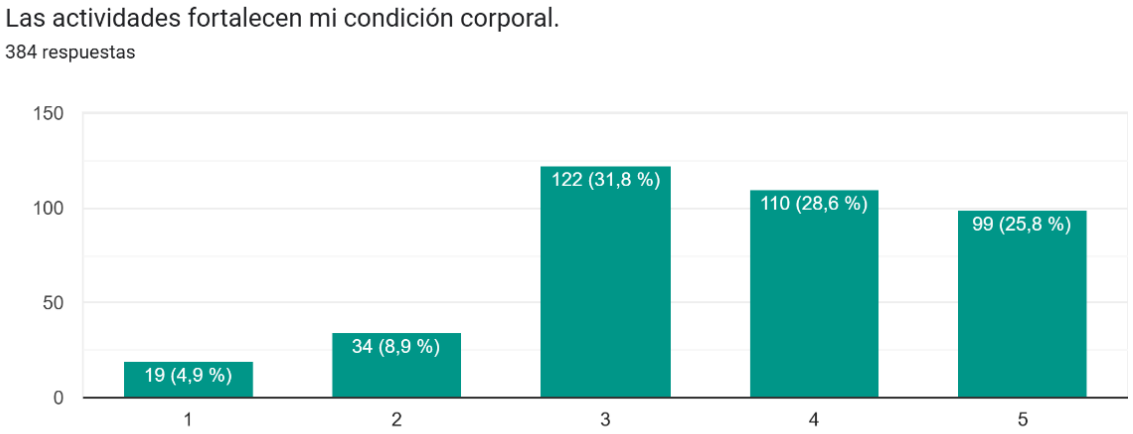
Percepción sobre Fortalecimiento de la Condición Corporal

Las actividades fortalecen mi condición corporal.	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	19	4,9
En desacuerdo	34	8,9
Neutral	122	31,8
De acuerdo	110	28,6
Totalmente de acuerdo	99	25,8
TOTAL	**384**	**100%**

Nota. La tabla muestra la distribución de las respuestas en una escala Likert donde 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo.

Gráfico 7

Las actividades fortalecen mi condición corporal



Nota. El gráfico presenta la distribución de los encuestados según su nivel de acuerdo con la afirmación sobre el fortalecimiento de su condición corporal; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis de la percepción de los encuestados sobre si las actividades fortalecen su condición corporal revela una distribución que tiende hacia el acuerdo, pero con una fuerte concentración en el punto central de la escala.

El valor más frecuente es el 3 *Neutral*, acaparando el 31,8% de las respuestas, lo que sugiere que una porción significativa de la muestra no tiene una convicción clara o experiencia suficiente para afirmar o negar un impacto directo de las actividades en su físico.

Este alto porcentaje de neutralidad puede estar influenciado por el hecho de que gran parte de los encuestados son visitantes ocasionales o por primera vez, y el efecto del turismo de aventura en el bienestar físico no es inmediatamente perceptible.

No obstante, al considerar los niveles de acuerdo *4* con 28,6% y *5* con 25,8%, se observa que el 54,4% de los participantes expresa un grado de acuerdo con la afirmación. Este resultado muestra que más de la mitad de los visitantes perciben un beneficio en su condición corporal derivado de la participación en las actividades.

Adicional a la neutralidad, el segmento que está en desacuerdo *valores 1 y 2* es minoritario, con solo el 13,8% de la muestra, lo que evidencia que la percepción negativa sobre el beneficio físico es baja.

En este caso, los resultados concluyen que existe una percepción positiva generalizada sobre el valor de las actividades para la condición física, aunque la alta concentración en el punto 3 menciona una oportunidad estratégica para el destino. Al ser la neutralidad el punto modal, se recomienda incluir en la promoción mensajes que refuercen y cuantifiquen los beneficios físicos a corto plazo de la práctica de las actividades, buscando mover a ese 31,8% del centro de la escala hacia los niveles de acuerdo (4 y 5), lo cual fortalecería la propuesta de valor del destino.

Tabla 16

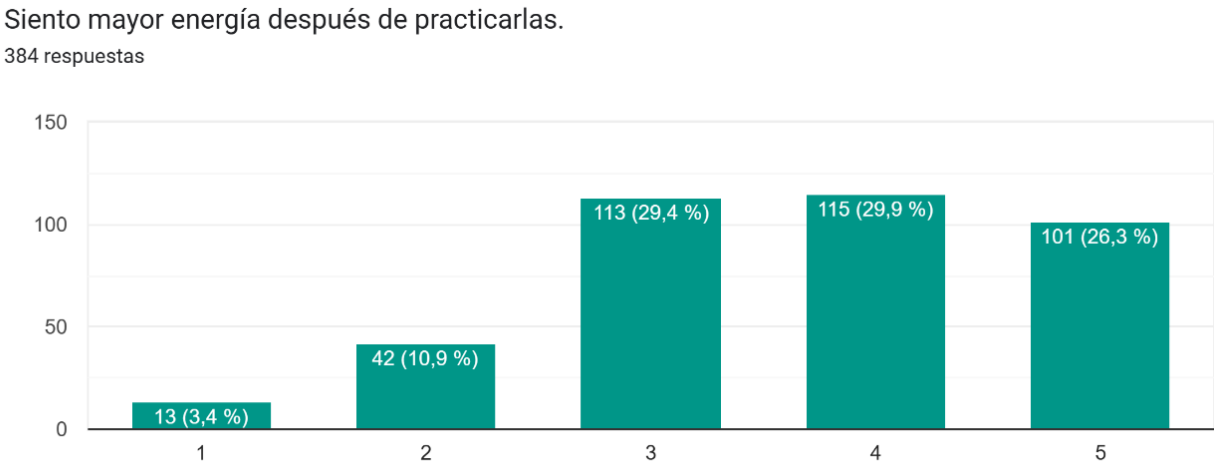
Percepción sobre el Aumento de Energía.

Siento mayor energía después de practicarlas.	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	13	3,4
En desacuerdo	42	10,9
Neutral	113	29,4
De acuerdo	115	29,9
Totalmente de acuerdo	101	26,3
TOTAL	**384**	**100%**

Nota. Refleja el nivel de energía después de realizar actividades físicas.

Gráfico 8

Siento mayor energía después de practicarlas



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados respecto a si experimentan un aumento de energía tras realizar las actividades; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis de la percepción de los encuestados sobre el aumento de energía tras practicar las actividades revela una inclinación significativamente positiva. Los resultados indican que la mayor parte de la muestra experimenta este beneficio. De hecho, al sumar los niveles de acuerdo (4 con 29,9% y 5 con 26,3%), se obtiene que un notable 56,2% de los participantes expresa sentir mayor energía, lo que evidencia que el turismo de aventura es percibido como una fuente efectiva

de revitalización. No obstante, se observa que el valor más frecuente se concentra entre las opciones 3 (Neutral) y 4, siendo el 4 el punto modal con 29,9%. Así pues, el valor 3 registra una alta participación con 29,4%. Esto significa que, la neutralidad y el acuerdo fuerte se encuentran casi empatados, por lo tanto, la percepción de un aumento energético no es unánime, sino que está balanceada entre una convicción clara y una postura de incertidumbre o moderada.

Por otra parte, el segmento que manifiesta estar en desacuerdo (valores 1 y 2) es acentuadamente minoritario, sumando solo un 14,3%. En este sentido, la idea de que las actividades producen cansancio excesivo o agotamiento presenta una incidencia reducida dentro de la muestra.

De igual manera, se identifica que el incremento en la energía es uno de los beneficios más valorados por los visitantes. Por ello, se sugiere que la comunicación del destino resalte este aspecto, posicionando las experiencias de aventura como una alternativa efectiva para revitalizar cuerpo y mente.

Tabla 17

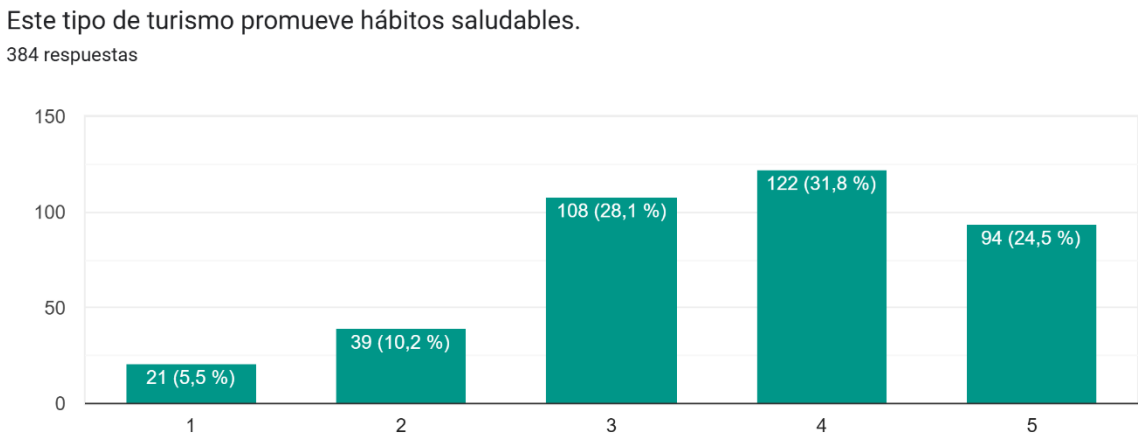
Percepción sobre la promoción de Hábitos Saludables.

Este tipo de turismo promueve hábitos saludables.	**Frecuencia**	**%**
Totalmente en desacuerdo	21	5,5
En desacuerdo	39	10,2
Neutral	108	28,1
De acuerdo	122	31,8
Totalmente de acuerdo	94	24,5
TOTAL	**384**	**100%**

Nota. La tabla muestra la distribución de las respuestas en una escala Likert, donde 1 representa el menor nivel de acuerdo y 5 el mayor nivel de acuerdo con la promoción de hábitos saludables.

Gráfico 9

Este tipo de turismo promueve hábitos saludables



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados respecto a la capacidad del turismo de aventura para promover hábitos saludables; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis de la percepción sobre si el turismo de aventura fomenta hábitos saludables muestra un fuerte consenso positivo entre los encuestados. Los resultados reflejan una tendencia favorable hacia el reconocimiento de este beneficio. Al agrupar las respuestas en los niveles de acuerdo (4 con 31,8% y 5 con 24,5%), se observa que el 56,3% de los encuestados considera que las actividades se relacionan con un estilo de vida saludable, lo que respalda el posicionamiento del destino en términos de bienestar.

No obstante, la mayor frecuencia se concentra en el nivel 4 (31,8%), lo que indica una aceptación positiva, aunque no absoluta. Asimismo, el nivel neutral (28,1%) mantiene una participación relevante, evidenciando que una parte de los visitantes aún no asocia de manera directa la experiencia de aventura con la incorporación de hábitos saludables en su vida. Por el contrario, los encuestados que expresa desacuerdo (valores 1 y 2) es marginal, sumando apenas el 15,7%. Constantemente, la desconfianza sobre el beneficio para la salud es mínima.

Finalmente, en este contexto se establece que la promoción debe explotar este reconocimiento del valor de la salud. Por lo tanto, se torna esencial diseñar comunicaciones que enfaticen la traslación de la "emoción de la aventura" a la "rutina de bienestar", a fin de motivar al 28,1% en posición neutral a asumir la aventura como una práctica constante y no solo vacacional.

Tabla 18

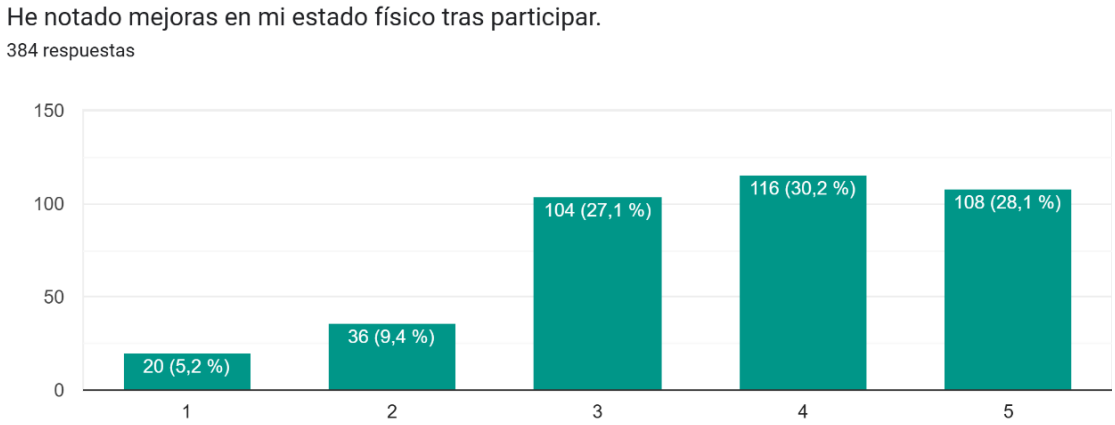
Percepción de Mejoras en el Estado Físico

He notado mejoras en mi estado físico tras participar.	**Frecuencia**	**%**
Totalmente en desacuerdo	20	5,2
En desacuerdo	36	9,4
Neutral	104	27,1
De acuerdo	116	30,2
Totalmente de acuerdo	108	28,1
TOTAL	**384**	**100,0**

Nota. La tabla presenta la distribución de las respuestas de acuerdo con la afirmación sobre mejoras físicas.

Gráfico 10

He notado mejoras en mi estado físico tras participar



Nota. El gráfico ilustra las respuestas de los encuestados respecto a si han experimentado mejoras tangibles en su condición física; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

En relación con la variable percepción de mejoras en el estado físico tras participar en la actividad, los resultados muestran una tendencia predominantemente positiva En primer lugar, el 30,2% de los encuestados manifestó estar de acuerdo y el 28,1% totalmente de acuerdo con la afirmación, lo que suma un 58,3% del total. Este resultado permite interpretar que, para la mayoría, las actividades realizadas generaron sensaciones positivas en su estado físico, posiblemente asociadas al movimiento corporal, la exposición al aire libre y la dinámica propia del turismo activo.

Por otro lado, el 27,1% se ubicó en una posición neutral, lo que podría indicar que no percibieron cambios significativos o que su nivel de participación fue moderado, limitando la identificación de mejoras físicas claras. Este grupo refleja que aún no existe una relación plenamente consolidada entre la experiencia y los beneficios corporales.

En contraste, un porcentaje menor expresó desacuerdo (9,4%) y total desacuerdo (5,2%). Estas respuestas pueden relacionarse con expectativas elevadas, condiciones personales de salud o experiencias de menor intensidad. Aunque minoritario, este grupo evidencia que el impacto no es uniforme para todos.

En general, la distribución sugiere una percepción mayoritariamente favorable respecto al estado físico; no obstante, también plantea la necesidad de ajustar estrategias, como una mejor orientación previa o propuestas adaptadas a distintos niveles de exigencia, para optimizar la experiencia de todos los visitantes.

Tabla 19

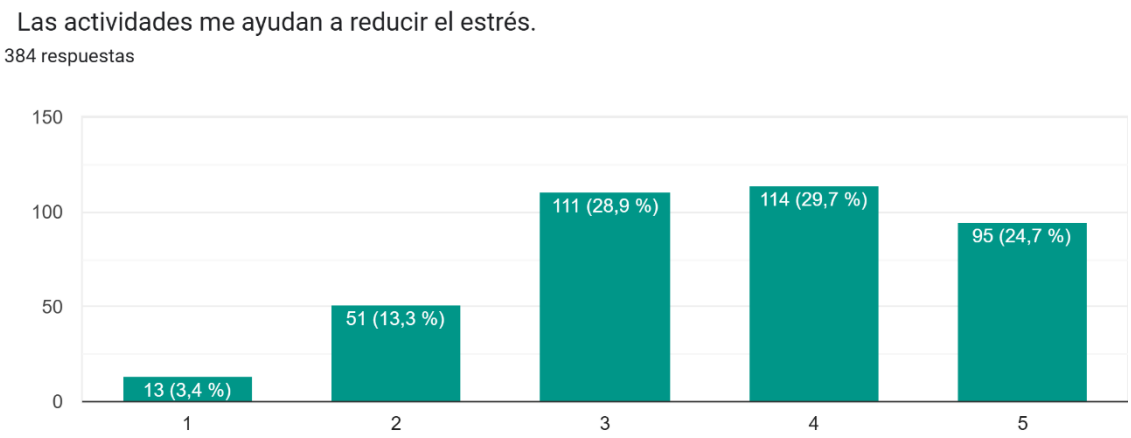
Percepción sobre la Reducción del Estrés

Las actividades me ayudan a reducir el estrés.	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	13	3,4
En desacuerdo	51	13,3
Neutral	111	28,9
De acuerdo	114	29,7
Totalmente de acuerdo	95	24,7
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de las respuestas en una escala Likert, representando de acuerdo con la capacidad de las actividades para reducir el estrés.

Gráfico 11

Las actividades me ayudan a reducir el estrés



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados respecto a la contribución de las actividades de aventura a la reducción del estrés; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Al examinar la percepción de los encuestados acerca de si las actividades les ayudan a disminuir el estrés, se identifica una inclinación mayoritariamente favorable. En efecto, el 29,7% afirmó estar de acuerdo y el 24,7% totalmente de acuerdo, lo que representa más de la mitad de los participantes. Esta superioridad permite plantear que las actividades desarrolladas generan un

ambiente propicio para la relajación, probablemente debido al contacto con la naturaleza y al carácter recreativo de la experiencia.

De igual manera, se identifica que el 28,9% de los encuestados adoptó una posición neutral, lo que puede interpretarse como una percepción poco definida o una vivencia emocional moderada. Este grupo no evidenció cambios significativos en sus niveles de estrés, posiblemente debido a una participación menos intensa o a una menor conexión con la actividad desarrollada.

En contraste, el 13,3% manifestó estar en desacuerdo y el 3,4% totalmente en desacuerdo, conformando un grupo reducido que no percibió efectos positivos en este aspecto. Dicho resultado podría derivarse de factores como incomodidad, preocupaciones personales durante la actividad o poca afinidad hacia experiencias que implican turismo activo. Desde esta perspectiva, es posible que estas personas no lograran integrarse plenamente al proceso, limitando así la percepción de beneficios emocionales.

En definitiva, los datos ponen de manifiesto que, aunque la mayoría de participantes reconoce un impacto positivo en la reducción del estrés, existe una porción que no experimentó ese beneficio. Esto resalta la importancia de fortalecer la mediación emocional, ofrecer actividades complementarias o adaptar el acompañamiento para mejorar la experiencia global y garantizar que un mayor número de visitantes identifique efectos saludables más evidentes.

Tabla 20

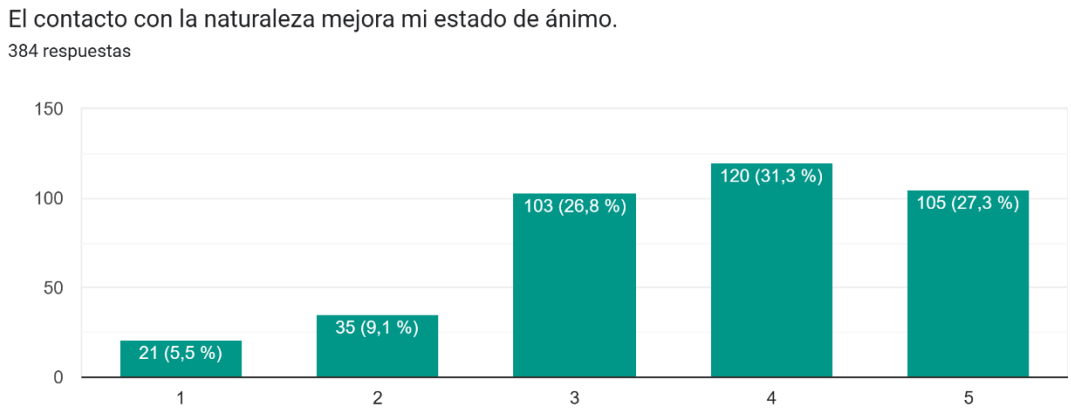
Percepción del estado de ánimo asociado al contacto con la naturaleza

El contacto con la naturaleza mejora mi estado de ánimo.	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	21	5,5
En desacuerdo	35	9,1
Neutral	103	26,8
De acuerdo	120	31,3
Totalmente de acuerdo	105	27,3
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de acuerdo con la capacidad de la naturaleza para mejorar el estado de ánimo.

Gráfico 12

El contacto con la naturaleza mejora mi estado de ánimo



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados respecto a la contribución del entorno natural en su bienestar emocional; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Al examinar la percepción respecto a si el contacto con la naturaleza contribuye a mejorar el estado de ánimo, se observa una tendencia claramente favorable. En primer lugar, el 31,3% de los encuestados eligió la opción 4 y el 27,3% la opción 5, lo que en conjunto representa el 58,6%. Este resultado evidencia que más de la mitad percibe un efecto emocional favorable asociado al contacto con el entorno natural. Esto sugiere que los espacios naturales cumplen un papel relevante

en la generación de calma, conexión y alivio mental.

Por otro lado, el 26,8% adoptó una postura neutral, lo que podría interpretarse como una experiencia emocional moderada o como una dificultad para relacionar directamente su bienestar con la presencia del entorno natural.

Finalmente, un 9,1% y un 5,5% manifestaron desacuerdo, conformando un grupo reducido que no identificó beneficios emocionales claros.

En términos generales, los datos confirman que la naturaleza aporta de manera positiva al bienestar emocional de la mayoría de los participantes. Sin embargo, la presencia de un grupo neutral y otro poco propicio abre la posibilidad de fortalecer la experiencia mediante actividades guiadas, espacios de contemplación o dinámicas sensoriales que permitan potenciar el vínculo emocional con el entorno natural.

Tabla 21

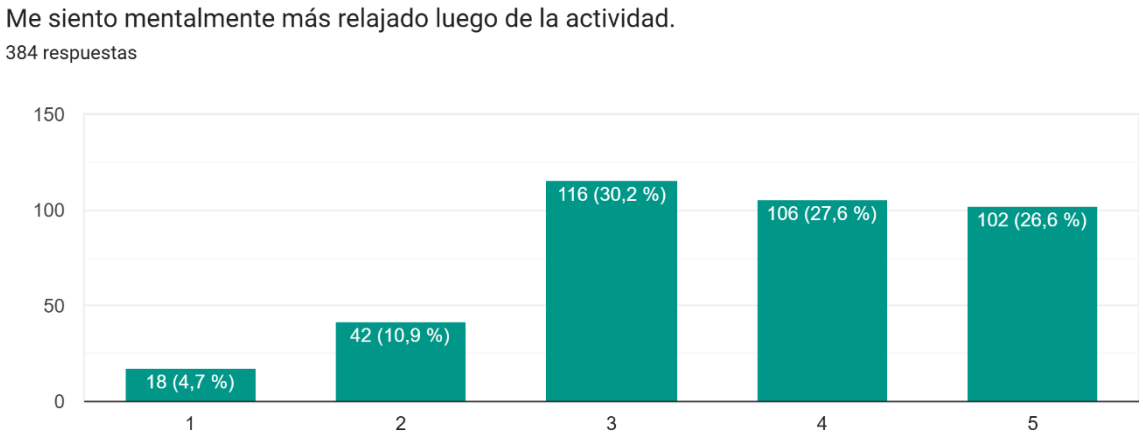
Percepción sobre la Relajación Mental Post-Actividad

Me siento mentalmente más relajado luego de la actividad.	**Frecuencia**	**%**
Totalmente en desacuerdo	18	4,7
En desacuerdo	42	10,9
Neutral	116	30,2
De acuerdo	106	27,6
Totalmente de acuerdo	102	26,6
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta la repartición de las respuestas de acuerdo con la sensación de relajación mental después de la actividad.

Gráfico 13

Me siento mentalmente más relajado luego de la actividad



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre el impacto de las actividades en su estado de relajación mental; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Al analizar la variable relacionada con la relajación mental posterior a la actividad, se aprecia un comportamiento que se inclina hacia respuestas positivas. En primer término, las respuestas ubicadas en los niveles 4 (27,6%) y 5 (26,6%) suman un 54,2%, lo que indica que más de la mitad de los encuestados reconoce un efecto de relajación importante. Este resultado respalda la idea de que las actividades recreativas y el cambio de entorno contribuyen a la recuperación mental y al descanso emocional.

No obstante, un 30,2% se mantuvo en una posición neutral, evidenciando que una parte relevante de los participantes no percibió de forma clara este beneficio. Esta conducta puede interpretarse como un estado de ambivalencia o como la ausencia de un cambio emocional claramente perceptible.

De hecho, es posible que estos participantes hayan experimentado una mejoría leve que no consideran suficiente para posicionarse en niveles altos de acuerdo, o que su experiencia haya estado condicionada por factores externos como preocupaciones personales o fatiga previa.

Por otro lado, las respuestas menos favorables, correspondientes al 10,9% en la opción 2 y 4,7% en la opción 1, conforman un grupo minoritario que declara no haber sentido relajación mental tras la actividad. Este grupo podría estar influenciado por factores como incomodidades durante la actividad, poca afinidad con la experiencia propuesta o niveles previos de estrés que no lograron disminuir.

En términos generales, los resultados muestran que las actividades generan un efecto positivo en la relajación mental de la mayoría; sin embargo, este impacto no es homogéneo. Por ello, se considera pertinente fortalecer el acompañamiento emocional, diversificar las propuestas y promover espacios de pausa o técnicas de respiración que potencien los beneficios en quienes aún no perciben mejoras claras

Tabla 22

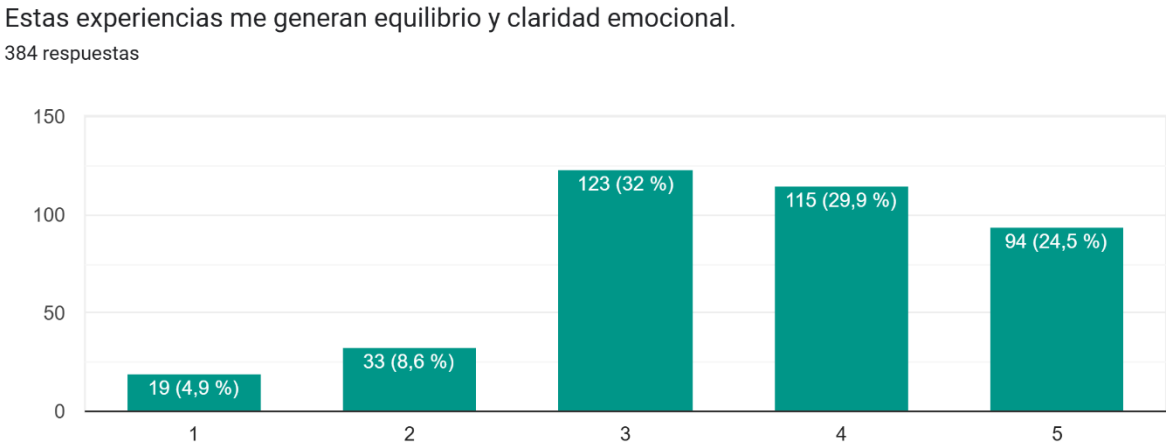
Percepción de Equilibrio y Claridad Emocional

Estas experiencias me generan equilibrio y claridad emocional.	**Frecuencia**	**%**
Totalmente en desacuerdo	19	4,9
En desacuerdo	33	8,6
Neutral	123	32,0
De acuerdo	115	29,9
Totalmente de acuerdo	94	24,5
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta la generación de equilibrio y claridad emocional.

Gráfico 14

Estas experiencias me generan equilibrio y claridad emocional



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre el impacto de las actividades en su estabilidad y claridad emocional; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Al observar la percepción de los encuestados respecto a si las experiencias vividas les proporcionan equilibrio y claridad emocional, se aprecia una distribución que apunta hacia una valoración mayoritariamente favorable. En este contexto, las opciones 4 y 5 registran el 29,9% y 24,5% respectivamente, alcanzando un 54,4% de valoraciones favorables. Este resultado sugiere que más de la mitad de los encuestados percibe que las actividades aportan estabilidad emocional, en concordancia con estudios que destacan los beneficios de experiencias recreativas en entornos distintos a la rutina habitual.

Sin embargo, el 32,0% se ubicó en la categoría neutral, lo que puede interpretarse como una percepción intermedia o como dificultad para reconocer cambios emocionales inmediatos. Es posible que estos efectos se manifiesten de manera progresiva y no sean identificados tras una sola experiencia. Por otra parte, las respuestas menos favorables —8,6% en la opción 2 y 4,9% en la opción 1— representan una minoría que no percibe equilibrio emocional derivado de la actividad. Este comportamiento puede deberse a vivencias personales de estrés acumulado, expectativas no

cumplidas o a una desconexión con el tipo de actividad realizada. Desde esta perspectiva, la actividad quizá no consiguió generar el impacto emocional esperado para este segmento.

Por todo lo anterior, los resultados ponen en evidencia que las experiencias desarrolladas generan, para la mayoría, sensaciones de estabilidad emocional y mayor claridad mental. Aun así, la presencia de un grupo considerable en la categoría neutral invita a reflexionar sobre la posibilidad de incorporar prácticas de introspección, pausas reflexivas o dinámicas sensoriales que potencien la conexión emocional y permitan que un mayor número de participantes reconozca beneficios más profundos.

Tabla 23

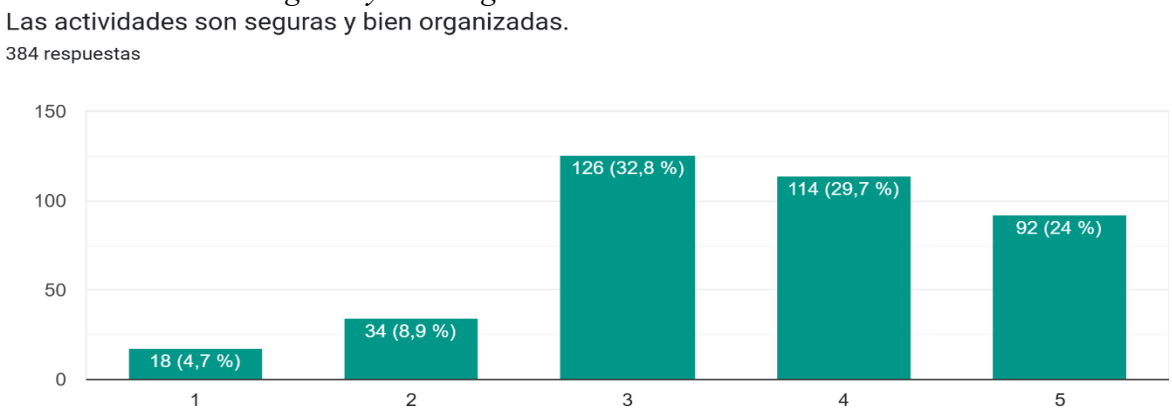
Percepción de Seguridad y Organización

Las actividades son seguras y bien organizadas.	**Frecuencia**	**%**
Totalmente en desacuerdo	18	4,7
En desacuerdo	34	8,9
Neutral	126	32,8
De acuerdo	114	29,7
Totalmente de acuerdo	92	24,0
TOTAL	384	100%

Nota. Representa la seguridad y organización de las actividades.

Gráfico 15

Las actividades son seguras y bien organizada



Nota. El gráfico ilustra sobre su nivel de satisfacción con los aspectos operativos de las actividades; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados muestran una valoración predominantemente positiva. Para comenzar, las opciones 4 y 5 representan el 29,7% y el 24,0%, respectivamente, acumulando un 53,7% de respuestas favorables. Este resultado permite afirmar que más de la mitad de los participantes percibe confianza en la planificación y en los protocolos de seguridad aplicados, lo cual representa un indicador relevante de satisfacción dentro de la experiencia turística.

No obstante, el 32,8% se ubicó en la categoría neutral, lo que podría explicarse por una percepción poco visible de los elementos organizativos o de seguridad. Es posible que estos aspectos no hayan sido evidentes durante la actividad o que no se presentaran situaciones que permitieran valorarlos de manera directa. Esta postura no implica necesariamente inconformidad, sino una apreciación moderada.

Por otro lado, el 8,9% y el 4,7% manifestaron desacuerdo, conformando un grupo reducido que considera insuficientes las medidas de organización y seguridad, posiblemente por experiencias puntuales o expectativas más exigentes en cuanto al manejo del riesgo. Asimismo, es posible que su experiencia personal haya estado influenciada por factores como el tipo de actividad realizada o el acompañamiento recibido.

Resumiendo lo dicho anteriormente, la distribución de respuestas pone de manifiesto que, si bien predomina una percepción positiva, existe una cantidad formidable de participantes que no logró identificar con claridad los elementos organizativos y de seguridad. Esto plantea el beneficio de reforzar la comunicación, visibilizar las medidas de seguridad y distribuir procesos más evidentes para asegurar que los participantes reconozcan plenamente el esfuerzo organizativo detrás de cada actividad.

Tabla 24

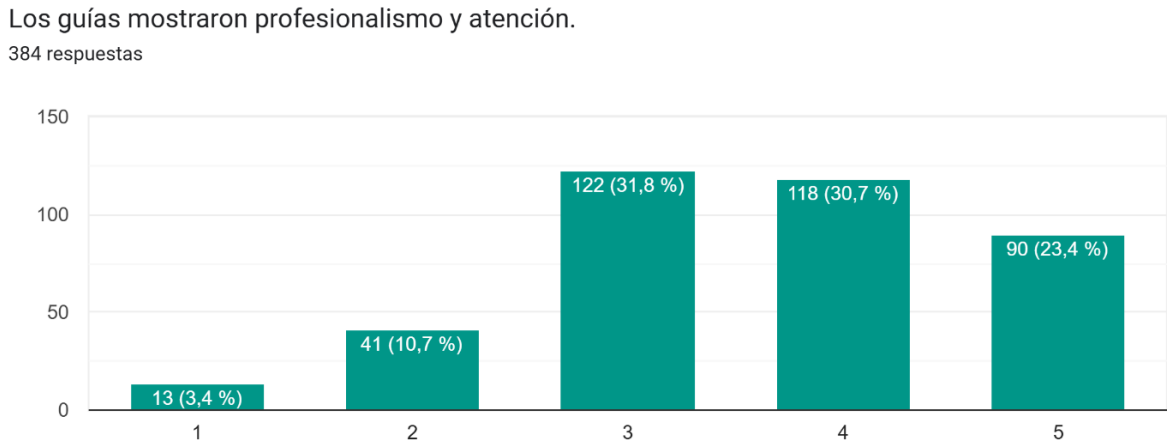
Percepción sobre el Profesionalismo de los Guías

Los guías mostraron profesionalismo y atención.	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	13	3,4
En desacuerdo	41	10,7
Neutral	122	31,8
De acuerdo	118	30,7
Totalmente de acuerdo	90	23,4
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de las respuestas de acuerdo con el profesionalismo y atención mostrados por los guías.

Gráfico 16

Los guías mostraron profesionalismo y atención



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre la calidad del servicio y la atención por parte del personal operativo; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Al revisar la percepción del profesionalismo y la atención brindada por los guías, se evidencia una tendencia favorable entre los participantes. En primer lugar, las alternativas 4 y 5 concentran el 30,7% y el 23,4%, sumando un 54,1% de opiniones favorables. Esto permite interpretar que más de la mitad de los encuestados percibe en los guías un desempeño profesional y un acompañamiento adecuado, elementos clave para una experiencia turística positiva.

Por su parte, el 31,8% se ubicó en una posición neutral. Este resultado podría deberse a una interacción limitada con los guías o a una experiencia que no generó impresiones particularmente destacables. En ese sentido, la neutralidad reflejaría una valoración intermedia más que una crítica directa.

Finalmente, el 10,7% y el 3,4% manifestaron desacuerdo, conformando un grupo reducido que posiblemente no percibió suficiente claridad, cercanía o seguridad en las indicaciones recibidas, o que mantenía expectativas más exigentes respecto al acompañamiento brindado.

En síntesis, la distribución de frecuencias refleja claramente que la mayoría percibe a los guías como profesionales y atentos, aunque persiste un grupo que no alcanza a identificar estas cualidades de forma plena. Por ello, fortalecer la comunicación, mejorar la interacción personalizada y asegurar una presencia más activa de los guías durante todo el recorrido podría contribuir a elevar aún más la percepción positiva entre los participantes.

Tabla 25

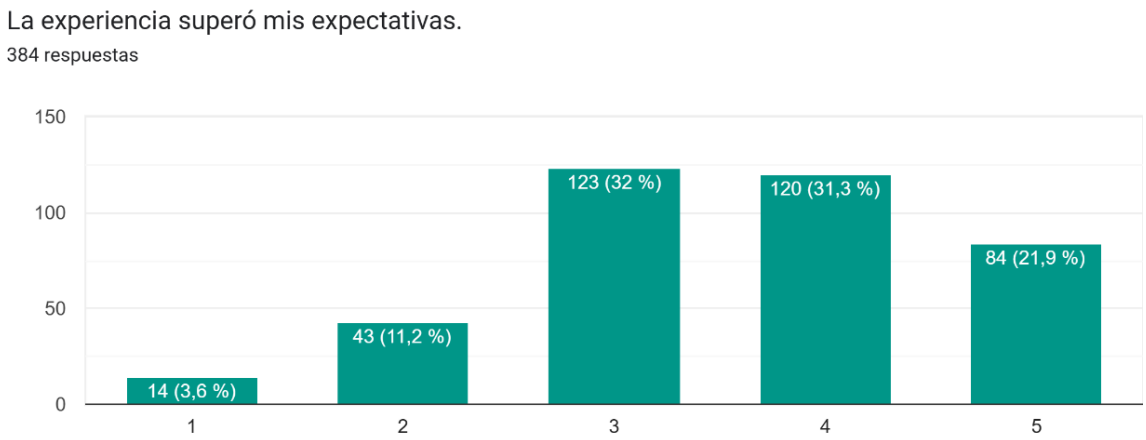
Percepción sobre la Superación de Expectativas

La experiencia superó mis expectativas.	**Frecuencia**	**Porcentaje (%)**
Totalmente en desacuerdo	14	3,6
En desacuerdo	43	11,2
Neutral	123	32,0
De acuerdo	120	31,3
Totalmente de acuerdo	84	21,9
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta el nivel de acuerdo con la superación de expectativas.

Gráfico 17

La experiencia superó mis expectativas



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre el nivel de satisfacción general de la experiencia de aventura; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis de la percepción sobre si la experiencia superó las expectativas establece un patrón de respuesta dividido entre una aprobación satisfactoria y una fuerte neutralidad.

Los datos indican que el valor modal predominante es el 3 (Neutral), acaparando un significativo 32,0% de las respuestas. Este hecho sugiere que un tercio de los encuestados percibe que la experiencia fue buena, sin embargo, no alcanzó un nivel que trascendiera su expectativa inicial; esto es esencial para comprender que el factor "sorpresa" o "deleite" no es una constante.

No obstante, al fortalecer los niveles de acuerdo (valores 4 con 31,3% y 5 con 21,9%), se totaliza un 53,2% de la muestra. Esto significa que más de la mitad de los visitantes considera que la experiencia superó, al menos en parte, sus expectativas iniciales. En conjunto, los datos reflejan un predominio claro de valoraciones favorables.

Por otro lado, el grupo que manifestó desacuerdo (opciones 1 y 2) representa apenas el 14,8%, lo que indica que los niveles de inconformidad son reducidos dentro de la muestra.

En síntesis, los resultados respaldan un alto grado de satisfacción con el destino; sin embargo, la presencia de un segmento neutral sugiere la necesidad de fortalecer ciertos aspectos para consolidar una percepción plenamente positiva. Por lo tanto, la alta concentración en el valor 3 demanda una estrategia que busque intencionalmente el factor sorpresa o el valor añadido en la experiencia del cliente (ej. un detalle inesperado del guía, una mejora de la infraestructura), a fin de motivar al segmento neutral (32,0%) a elevar su calificación a los niveles de acuerdo más altos y, así, garantizar una recomendación más entusiasta.

Tabla 26

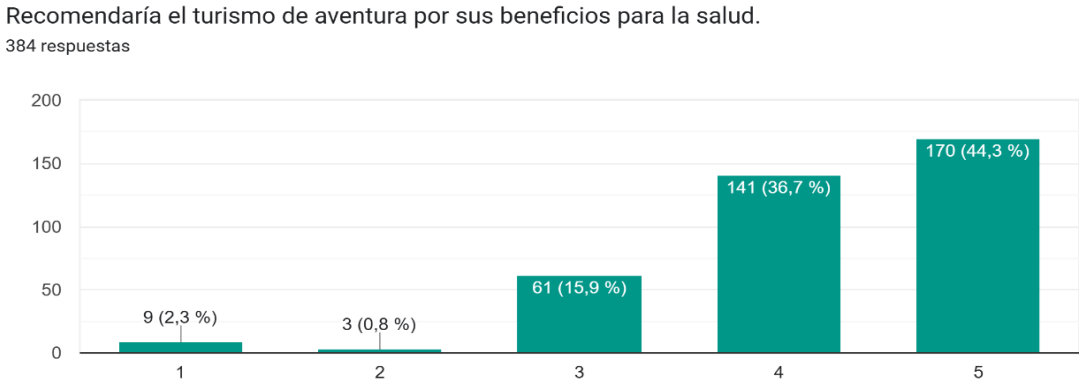
Intención de Recomendación por Beneficios para la Salud

Recomendaría el turismo de aventura por sus beneficios para la salud.	**Frecuencia**	**%**
Totalmente en desacuerdo	9	2,3
En desacuerdo	3	0,8
Neutral	61	15,9
De acuerdo	141	38,7
Totalmente de acuerdo	170	44,3
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta la distribución del nivel de acuerdo con la intención de recomendar el turismo de aventura por sus beneficios para la salud.

Gráfico 18

Recomendaría el turismo de aventura por sus beneficios para la salud.



Nota. El gráfico ilustra la distribución respecto a su intención de recomendar el destino, enfocándose en el valor de salud; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Al evaluar la intención de los encuestados de recomendar el turismo de aventura debido a sus beneficios para la salud, se observa una marcada inclinación hacia las respuestas positivas. En este horizonte, las opciones 4 y 5 concentran el 38,7% y el 44,3%, respectivamente, lo que suma un 83% de participantes que estaría dispuesto a recomendar esta práctica. Este grado de aceptación permite sostener que las actividades realizadas son valoradas de manera muy positiva en relación con el bienestar, consolidando la idea de que el turismo de aventura aporta beneficios tanto físicos como emocionales.

En cambio, el 15,9% se ubicó en una postura neutral. Esto indica que, si bien no descartan recomendar la experiencia, tampoco muestran una convicción total sobre sus efectos. Probablemente su vivencia fue intermedia o consideran que los resultados dependen de aspectos personales como la condición física, la edad o sus preferencias recreativas.

Las respuestas desfavorables —3,0% en desacuerdo y 2,3% totalmente en desacuerdo— conforman un grupo reducido. Esta minoría podría estar vinculada a participantes que no percibieron mejoras claras o que no se identifican con este tipo de actividades.

En términos generales, los datos evidencian que la mayoría no solo reconoce los aportes del turismo de aventura a la salud, sino que además estaría dispuesta a recomendarlo. Esto abre la posibilidad de reforzar estrategias promocionales que destaquen sus beneficios y consoliden su posicionamiento como alternativa de bienestar integral.

Tabla 27

Resumen general de la interpretación – turistas nacionales.

Sección 1: Datos demográficos	
Variable	**Interpretación General**
Edad	Predomina el grupo joven, especialmente entre 18 y 35 años, porque este segmento tiene mayor interés en experiencias intensas, mayor condición física y mayor tolerancia al riesgo controlado. Los adultos mayores participan menos porque buscan actividades más tranquilas o perciben mayor peligro en actividades extremas.
Género	Se observa una participación masculina levemente superior, lo que podría vincularse a construcciones culturales que tradicionalmente relacionan a los hombres con actividades de mayor intensidad o riesgo. No obstante, la presencia femenina también resulta significativa, evidenciando el creciente interés de mujeres jóvenes por este tipo de experiencias. En cuanto al grupo no binario, su representación es menor, situación que podría estar asociada a una limitada visibilización o a la necesidad de fortalecer enfoques más inclusivos dentro de la oferta turística.
Procedencia	Las provincias de Pichincha y Guayas registran el mayor número de visitantes, lo cual se explica principalmente por su alta concentración poblacional y por la conectividad vial directa hacia el cantón Baños de Agua Santa, facilitando el desplazamiento y la frecuencia de viaje.
Sección 2: Datos Motivacionales	
Frecuencia con la que realizan turismo de aventura	La mayoría lo practica por primera vez u ocasionalmente. Esto ocurre porque Baños es un destino atractivo para "turismo de experiencia", pero no necesariamente para actividades repetitivas. También influye que el turismo de aventura requiere gasto económico y disponibilidad física, por lo cual no se practica semanalmente o mensualmente.
Motivo principal para participar	La adrenalina y la búsqueda de emoción son las motivaciones más fuertes, porque las actividades de aventura generan sensaciones únicas como euforia, liberación de estrés y sensación de logro. También influyen factores sociales (viajar con amigos o familia) y el deseo de conexión con la naturaleza. En general, predominan motivaciones internas como superación personal y diversión.
Sección 3: Preferencias y gustos	
Actividad realizada	Las actividades más realizadas son rafting, canopy, jumping y ciclismo. Esto se debe a que generan adrenalina inmediata, son accesibles en precio y están muy promocionadas en Baños. Actividades de menor intensidad física o emocional, como senderismo o canyoning, tienen menor preferencia porque los turistas jóvenes buscan experiencias "extremas" más que actividades recreativas tradicionales.

Sección 4: Percepción de Bienestar	
Fortalecimiento corporal	La mayoría percibe beneficios físicos, pero un número considerable se mantiene neutral. Esto ocurre porque los turistas se enfocan más en la emoción que en identificar mejoras corporales. Además, muchos realizan la actividad solo una vez, por lo que no pueden medir cambios en su cuerpo. Aun así, quienes participaron en actividades más intensas sí reportan fortalecimiento muscular, resistencia y sensación de energía.
Bienestar emocional y reducción del estrés	La mayoría de turistas expresa sentirse más relajada, tranquila y emocionalmente renovada después de las actividades de aventura. Esto sucede porque la adrenalina genera liberación de endorfinas, mejora del estado de ánimo y sensación de logro personal. Además, el contacto directo con la naturaleza, la desconexión de la rutina y la superación de retos físicos aportan significativamente al bienestar mental.

Nota. La tabla resume la interpretación general de los resultados obtenidos de los turistas nacionales.

Análisis

Los resultados generales muestran una tendencia clara; el turismo de aventura en Baños de Agua Santa cautiva principalmente a turistas nacionales jóvenes, quienes buscan vivencias intensas, emociones extremas y contacto directo con la naturaleza. Esta predominancia se manifiesta por la etapa de vida de este grupo, caracterizada por disposición física, interés por retos y apertura a nuevas experiencias.

En cuanto a la motivación, los datos revelan que el principal motor de participación es la búsqueda de adrenalina y emoción. Esto confirma que Baños se posiciona como un destino ideal para quienes desean romper la rutina, experimentar sensaciones fuertes y vivir actividades que combinan riesgo controlado con diversión. Las motivaciones sociales y de bienestar complementan esta tendencia, fortaleciendo la percepción positiva del destino.

Las actividades más demandadas están directamente relacionadas con la oferta más promocionada, accesible y visualmente atractiva del cantón, como el jumping y el rafting. Esto evidencia que la aventura extrema continúa siendo el eje central del turismo local.

Respecto al bienestar, aunque una parte de los turistas reconoce beneficios físicos, otros mantienen una postura neutral, lo cual se debe a la corta duración de las actividades o a que no acuden con un enfoque deportivo, sino recreativo y emocional

Tomando en cuenta los datos analizados, los turistas nacionales sí tienden a confiar el turismo de aventura debido a los beneficios percibidos: reducción del estrés, conexión con la naturaleza, sensaciones de logro, mejora del estado de ánimo y experiencias únicas que enriquecen su bienestar general. Esto reafirma a Baños de Agua Santa como uno de los destinos más atractivos del país para vivir experiencias saludables, emocionantes y memorables.

4.2.2. Encuestas aplicadas a nivel internacional

Tabla 28

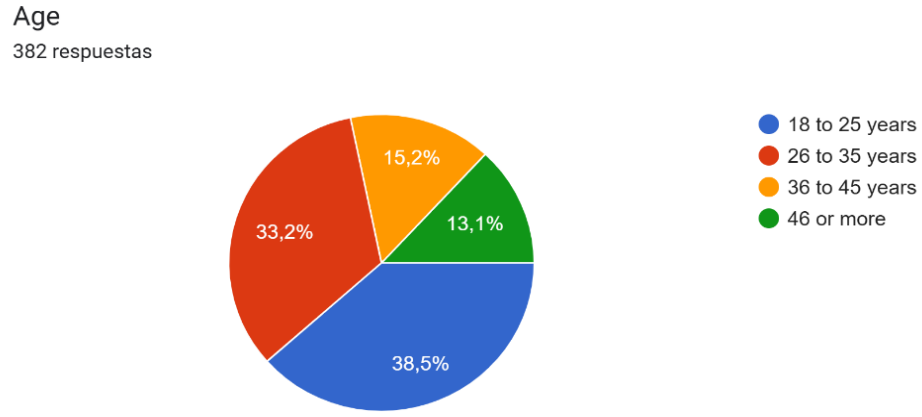
Distribución de Edad de los Encuestados

Age	Frecuencia	%
18 to 25 years	147	38,5
26 to 35 years	127	33,2
36 to 45 years	58	15,2
46 or more	50	13,1
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de los encuestados por rango de edad, utilizada para definir el perfil demográfico.

Gráfico 19

Distribución de Edad



Nota. El gráfico representa la distribución de edad de los turistas internacionales encuestados; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados muestran que el grupo de turistas internacionales más representativo corresponde a personas de 18 a 25 años, quienes constituyen el 38,5% de la muestra.

Le sigue el rango de 26 a 35 años con un 33,2%, mientras que los grupos de 36 a 45 años y 46 o más registran porcentajes menores, con 15,2% y 13,1% respectivamente.

Esta distribución evidencia que el turismo de aventura en Baños de Agua Santa atrae principalmente a visitantes jóvenes del extranjero, lo cual puede explicarse por su mayor interés en experiencias intensas, deportivas y recreativas, así como por su disposición a asumir retos físicos y actividades que implican adrenalina. Además, este segmento suele viajar con mayor frecuencia por motivos de ocio y cuenta con mayor flexibilidad para desplazarse hacia destinos que combinan naturaleza, emoción y cultura.

Por el contrario, la menor participación de turistas internacionales de mayor edad puede deberse a factores como limitaciones físicas, menor afinidad con actividades de riesgo o preferencia por experiencias más tranquilas, lo que destaca la importancia de diversificar la oferta turística con alternativas adaptadas a diferentes perfiles etarios.

Tabla 29

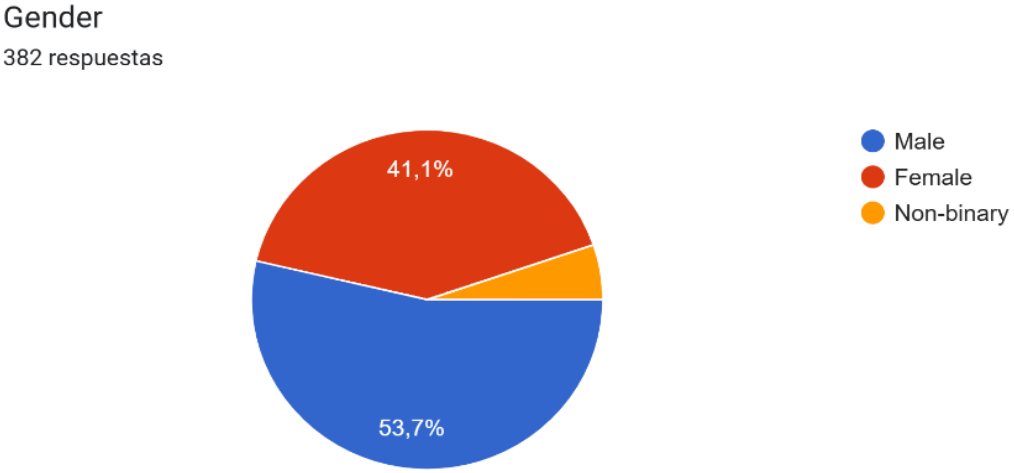
Distribución por Género de los Encuestados.

Gender	**Frecuencia**	**%**
Male	205	53,7
Female	157	41,1
Non-binary	20	5,2
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de los encuestados según el género autodefinido, utilizado para definir el perfil demográfico.

Gráfico 20

Distribución por Género



Nota. El gráfico ilustra la proporción de encuestados en cada categoría de género, definiendo el perfil etario dominante; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El examen de la distribución por género de los encuestados revela una ligera preponderancia del género masculino en la muestra. Los datos indican que los participantes identificados como *Male* representan el 53,7% del total. En contraparte, el género *Female* constituye una proporción significativa con el 41,1%. Ello implica que el turismo de aventura en este destino atrae a ambos géneros de manera relativamente equilibrada, aunque con una mayor penetración en el mercado masculino.

Adicionalmente, el segmento *Non-binary* representa una proporción menor pero relevante del 5,2%. Este hecho sugiere que la encuesta logra capturar la diversidad de género, sin embargo, dado el alto porcentaje de participantes en los segmentos más jóvenes (18 a 35 años), esta distribución podría ser un reflejo tanto del perfil de la actividad como de la demografía actual de los jóvenes viajeros.

En resumen, el patrón de resultados establece una base de clientes con una ligera inclinación hacia el género masculino, no obstante, el mercado femenino y el no binario son lo

suficientemente grandes como para justificar estrategias de marketing específicas. Por lo tanto, se recomienda analizar la segmentación de la demanda por género para determinar si existen preferencias distintas en cuanto a actividades o motivaciones de bienestar.

Tabla 30

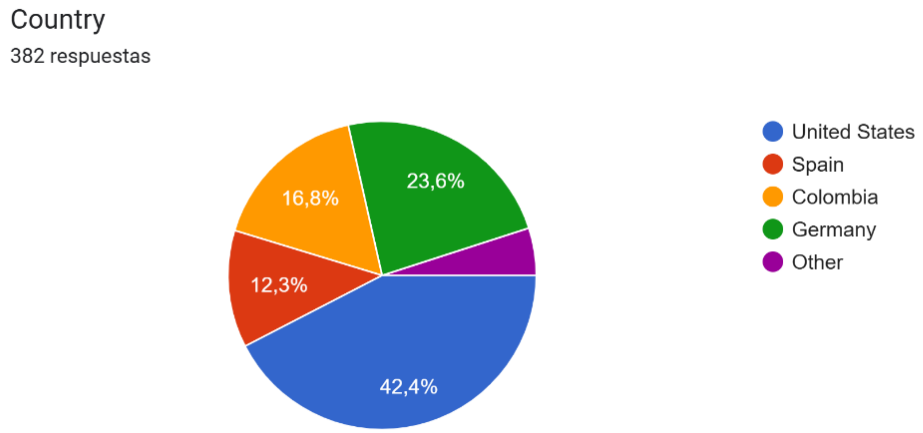
Distribución por País de Origen de los Encuestados.

Country	Frecuencia	%
United States	162	42,4
Spain	47	12,3
Colombia	64	16,8
Germany	90	23,6
Other	19	4,9
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla muestra la procedencia de los turistas encuestados, información que permitió identificar el perfil geográfico predominante dentro del mercado internacional.

Gráfico 21

Distribución por País de Origen



Nota. El gráfico ilustra la proporción de encuestados de los principales países de origen, definiendo el perfil geográfico dominante; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados muestran que la mayor proporción de turistas internacionales proviene de *United States*, representando el 42,4% del total de encuestados. Le siguen *Germany* con el 23,6%, *Colombia* con el 16,8% y *Spain* con el 12,3%, mientras que el 4,9% corresponde a *Other* países.

Se interpreta que la presencia de visitantes provenientes de Estados Unidos y Alemania responde, en gran medida, a su mayor frecuencia de viajes al exterior, mejor capacidad económica y preferencia por destinos que ofrecen naturaleza y actividades de aventura, características propias de Baños de Agua Santa.

De igual manera, la participación relevante de turistas de Colombia y España puede vincularse con la afinidad cultural e idiomática, lo que facilita la decisión de escoger al Ecuador como destino turístico. Además, la proporción menor del grupo "Other" evidencia que, aunque el destino recibe visitantes de diferentes partes del mundo, la mayor concentración se mantiene en países con tradición viajera y conexiones previas con Ecuador. Esto apunta la necesidad de fortalecer estrategias de promoción dirigidas a mercados emergentes, sin descuidar los países que ya muestran alta afluencia.

Tabla 31

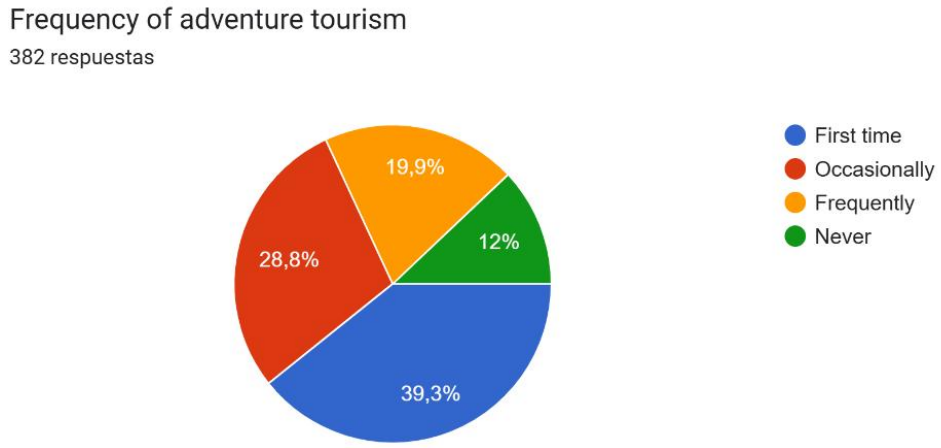
Frecuencia con la que Realizan Turismo de Aventura

Frequency of adventure tourism	**Frecuencia**	**%**
First time	150	39,3
Occasionally	110	28,8
Frequently	76	19,9
Never	46	12,0
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de los encuestados según la periodicidad con la que practican el turismo de aventura.

Gráfico 22

Frecuencia con la que los encuestados realizan turismo de aventura



Nota. El gráfico ilustra la proporción de encuestados según la periodicidad con la que realizan turismo de aventura; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados muestran que el 39,3% de los turistas internacionales realiza actividades de turismo de aventura por *First time*, lo cual evidencia que una gran parte del público extranjero se allega a esta modalidad por primera vez durante su visita a Baños de Agua Santa.

Asimismo, un 28,8% indica que lo hace *Occasionally*, mientras que el 19,9% participa en estas actividades *Frequently*. Finalmente, el 12% menciona *Never*, reflejando que no solía involucrarse en turismo de aventura antes de su visita.

Los resultados de esta encuesta permiten identificar diversos patrones de comportamiento turístico. Por un lado, el predominio de visitantes que realizan turismo de aventura por primera vez se puede explicar porque Baños de Agua Santa es reconocido internacionalmente como un destino seguro, económico y adecuado para iniciarse en actividades como rafting, canyoning, puenting o ciclismo de montaña. Además, se identificó que tanto jóvenes como adultos se sienten motivados a practicar turismo de aventura en Baños debido a que el destino cuenta con operadoras autorizadas, personal capacitado y circuitos accesibles, aspectos que generan mayor confianza y

disminuyen la percepción de riesgo.

Asimismo, el hecho de que varios visitantes lo practiquen de manera ocasional o recurrente demuestra que el cantón no solo atrae a quienes viven su primera experiencia, sino que también logra mantener el interés de turistas que ya tienen trayectoria en este tipo de actividades. Esto puede corresponder a que Baños ofrece variedad de niveles de dificultad, actividades personalizables y escenarios naturales ideales para quienes buscan emociones continuas o retos físicos más avanzados.

Finalmente, la proporción correspondiente al grupo *Never* puede explicarse porque algunos visitantes llegan interesados inicialmente en otros atractivos, como termas, paisajes naturales o recorridos culturales.

Sin embargo, durante su estancia se ven motivados a explorar nuevas actividades gracias a la influencia de otros turistas, recomendaciones de locales o la desarrollada promoción que existe en el cantón. En conjunto, estos resultados evidencian la necesidad de mantener estrategias de promoción segmentada que permitan captar tanto a turistas inexpertos como a aquellos con un nivel de aventura más avanzado.

Tabla 32

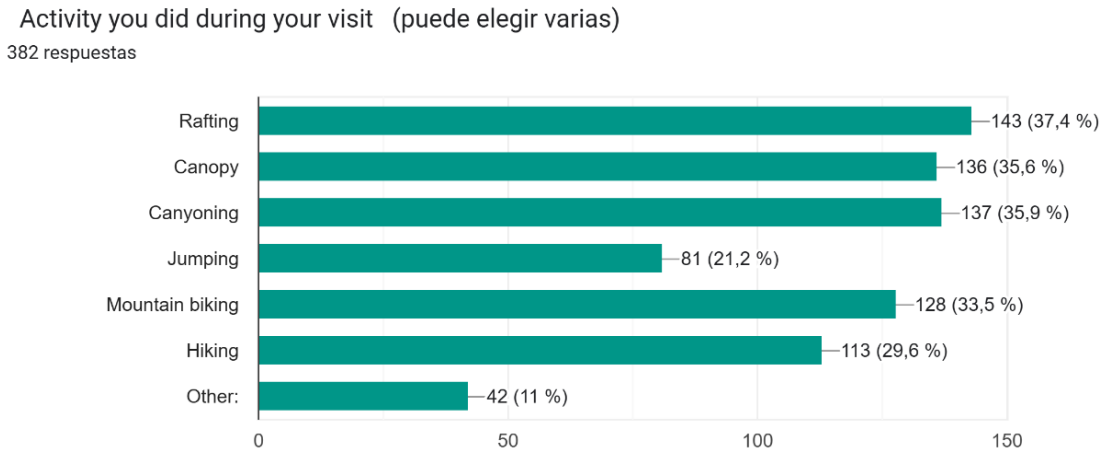
Actividad que realizó durante su visita.

Activity you did during your visit	Frecuencia	%
Rafting	143	37,4
Canopy	136	35,6
Canyoning	137	35,9
Jumping	81	21,2
Mountain biking	128	33,5
Hiking	113	29,6
Other:	42	11,0

Nota. La tabla presenta las actividades seleccionadas por los encuestados, permitiendo la elección de múltiples opciones (pregunta de opción múltiple).

Gráfico 23

Actividades seleccionadas por los encuestados



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre las actividades realizadas durante su visita; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados evidencian que las actividades más realizadas por los turistas internacionales fueron *Rafting* (37,4%), *Canyoning* (35,9%) y *Canopy* (35,6%), lo que demuestra una clara preferencia por actividades que combinan adrenalina, interacción con el agua y contacto directo con escenarios naturales.

Asimismo, se observa que actividades como el jumping (21,2%) y aquellas agrupadas en la categoría "otras" (11%) presentan una participación menor, lo que evidencia que responden a intereses más específicos dentro del mercado turístico.

Esta tendencia puede relacionarse con el reconocimiento que tiene Baños de Agua Santa como un destino destacado en actividades acuáticas y aéreas, atrayendo a visitantes que buscan experiencias intensas en un entorno natural con condiciones de seguridad. La oferta de operadoras certificadas, circuitos accesibles y costos competitivos impulsa la preferencia por opciones como rafting, canyoning y canopy. En cambio, propuestas como mountain biking y hiking mantienen

una demanda importante al combinar aventura con menor nivel de riesgo. La menor elección del jumping u otras actividades podría vincularse con una mayor percepción de riesgo o menor difusión.

Tabla 33

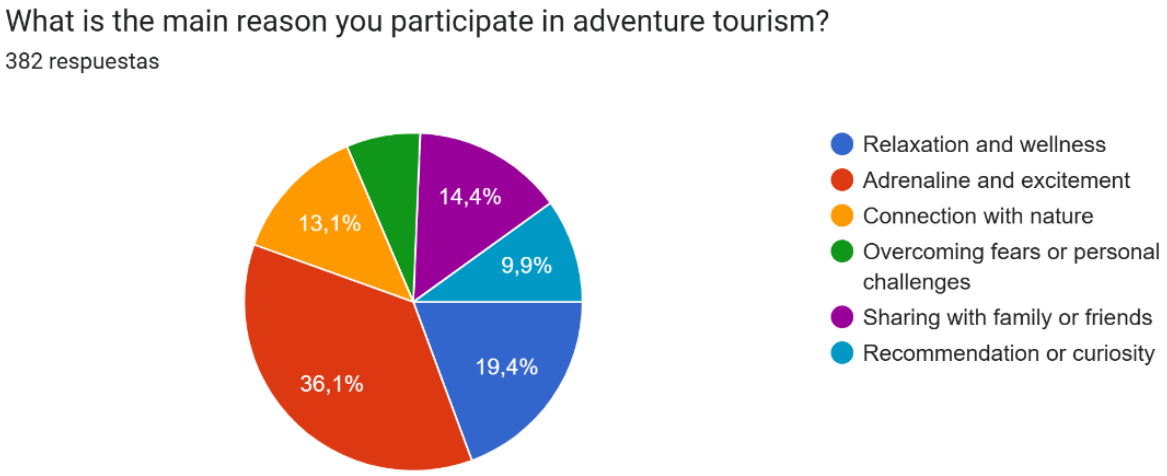
Motivo Principal por el cual realiza turismo de aventura.

What is the main reason you participate in adventure tourism?	**Frecuencia**	**%**
Adrenaline and excitement	138	36,1
Relaxation and wellness	74	19,4
Sharing with family or friends	55	14,4
Connection with nature	50	13,1
Overcoming fears or personal challenges	38	9,9
Recommendation or curiosity	27	7,1
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de los encuestados según el motivo principal que los impulsa a realizar turismo de aventura.

Gráfico 24

Motivo principal que los impulsa a realizar turismo de aventura



Nota. El gráfico presenta la proporción de encuestados según el motivo principal que los impulsa a realizar turismo de aventura; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados muestran que el motivo predominante para realizar turismo de aventura es *Adrenaline and excitement*, con un 36,1% del total de participantes. Este porcentaje revela que una parte importante de los turistas internacionales busca experiencias intensas, dinámicas y cargadas de emoción, características que posicionan a Baños de Agua Santa como un destino ideal para este tipo de actividades. En segundo lugar, aparece *Relaxation and wellness* (19,4%), lo que enseña que muchos visitantes también buscan desconectarse, reducir el estrés y aprovechar la naturaleza como espacio de bienestar.

se identificó que el 14,4% de los visitantes participa en actividades de aventura para compartir con familiares o amigos, lo que evidencia el valor social de estas experiencias como espacios para fortalecer lazos afectivos. De igual forma, el 13,1% manifestó que su principal motivación es la conexión con la naturaleza, resaltando la importancia del entorno natural del cantón para quienes buscan vivencias más auténticas y tranquilas.

Asimismo, el 9,9% señaló que realiza estas actividades para superar miedos o retos personales, reflejando que la aventura también impulsa la confianza y el crecimiento individual. Finalmente, el 7,1% indicó que su decisión estuvo influenciada por recomendaciones o curiosidad, lo que confirma el peso de las opiniones y la imagen del destino. En conjunto, estos resultados muestran que Baños de Agua Santa atrae a un público diverso, con intereses que van desde la adrenalina hasta el bienestar y la convivencia.

Esto evidencia la necesidad de conservar una oferta variada y adaptable que responda a distintos intereses y niveles de intensidad dentro del turismo de aventura.

Tabla 34

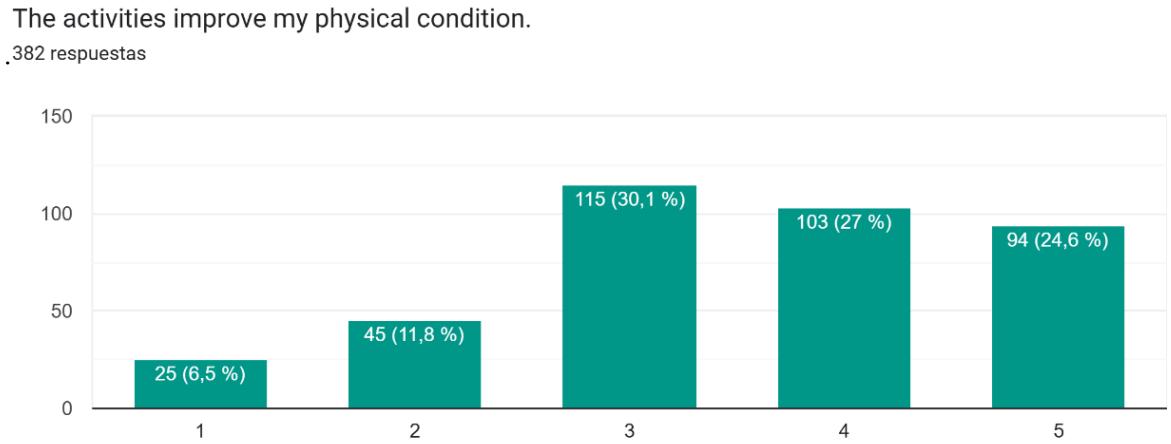
Percepción de Mejora en la Condición Física

The activities improve my physical condition.	Frecuencia	%
Strongly disagree	25	6,5
Disagree	45	11,8
Neutral	115	30,1
Agree	103	27,0
Strongly agree	94	24,6
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de las respuestas en una escala Likert, donde 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo con la mejora de la condición física.

Gráfico 25

La mejora de la condición física.



Nota. El gráfico presenta el nivel de percepción de los turistas internacionales respecto al bienestar físico; datos recopilados por nuestro equipo de investigación (2025).

Interpretación

Se observa que la mayor proporción se ubicó en la categoría Neutral (30,1%), seguida de Agree (27%) y Strongly agree (24,6%). En conjunto, el 51,6% manifestó algún grado de acuerdo en que las actividades aportan a su condición física, mientras que el desacuerdo fue menor (11,8% Disagree y 6,5% Strongly disagree).

Estos resultados indican que, aunque más de la mitad percibe beneficios físicos, existe un grupo que mantiene una posición intermedia. Esto puede relacionarse con la intensidad variable

de las actividades: algunas implican esfuerzo moderado y otra mayor exigencia. Por ello, la percepción de mejora depende tanto del tipo de experiencia realizada como de la condición física previa de cada visitante.

Este comportamiento puede deberse a la diversidad en la intensidad de las actividades desarrolladas, las cuales, aunque implican esfuerzo físico, no presentan el mismo nivel de exigencia. Actividades como el senderismo o el canopy demandan una intensidad moderada, mientras que experiencias como el rafting o el canyoning requieren un mayor esfuerzo corporal. En este contexto, los turistas con una condición física inicial más baja tienden a percibir mejoras más notorias, mientras que aquellos acostumbrados a la actividad física regular pueden no evidenciar cambios significativos.

De igual manera, el porcentaje considerable de respuestas favorables (De acuerdo + Totalmente de acuerdo = 51,6%) sugiere que el turismo de aventura en Baños de Agua Santa contribuye de forma positiva al bienestar físico de los visitantes. Esto se explica por la combinación de movimiento constante, uso activo del cuerpo y contacto con entornos naturales que promueven la actividad física.

Por el contrario, los bajos niveles de desacuerdo indican que solo una minoría de los encuestados considera que estas actividades no generan mejoras físicas, lo cual podría relacionarse con expectativas elevadas, la corta duración de las experiencias o la participación en actividades de menor exigencia.

En términos generales, los resultados confirman que las actividades de aventura aportan beneficios al estado físico de los turistas; no obstante, la percepción de mejora está condicionada por el tipo de actividad realizada y por el nivel de condición física previo de cada participante.

Tabla 35

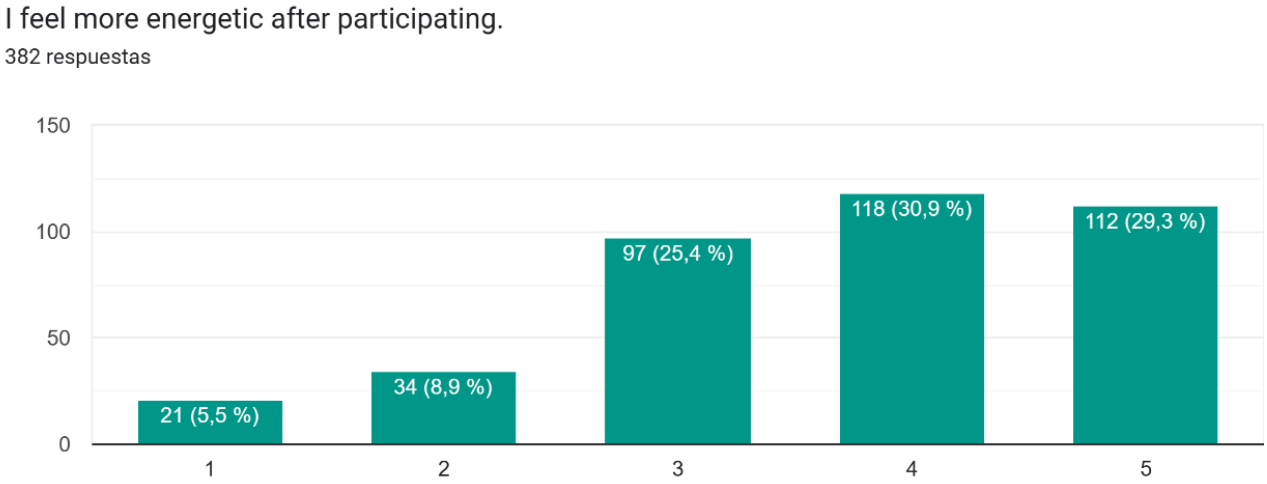
Percepción de Fortalecimiento de la Condición Corporal

I feel more energetic after participating.	Frecuencia	%
Strongly disagree	19	4,9
Disagree	34	8,9
Neutral	122	31,8
Agree	110	28,6
Strongly agree	99	25,8
TOTAL	384	100%

Nota. La tabla presenta el nivel de acuerdo con el fortalecimiento de la condición corporal.

Gráfico 26

Las actividades fortalecen mi condición corporal



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre la percepción de que las actividades fortalecen su condición corporal; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados revelan que la mayor parte de los encuestados se situó en la categoría *Neutral* con un 31,8%, lo que sugiere que una proporción considerable de turistas no percibe una mejora evidente en su condición corporal tras realizar actividades de aventura.

No obstante, agrupar las categorías de acuerdo (28,6% Agree y 25,8% Strongly agree), se evidencia que más de la mitad de los encuestados percibe que estas actividades contribuyen al

fortalecimiento físico. Por el contrario, los niveles de desacuerdo fueron bajos, con 8,9% en Disagree y 4,9% en Strongly disagree.

Esta tendencia puede comprenderse considerando que la oferta de aventura en Baños de Agua Santa presenta distintos grados de exigencia. Mientras opciones como hiking o canopy implican un esfuerzo moderado, otras como rafting, canyoning o mountain biking requieren mayor resistencia y condición física, lo que influye en la percepción de cada visitante. Por esta razón, quienes participaron en actividades intensas probablemente percibieron cambios más claros en su condición corporal, mientras que aquellos que realizaron actividades de baja exigencia o de corta duración podrían no haber sentido una mejora significativa.

Además, el predominio de respuestas en posiciones intermedias (*Neutral y Agree*) sugiere que la percepción de fortalecimiento depende también del estado físico previo del turista.

Se comprende que los visitantes con una buena condición física previa pueden no notar cambios significativos, mientras que quienes llevan un estilo de vida menos activo tienden a valorar más el esfuerzo realizado durante las actividades. Asimismo, el tiempo reducido de muchas experiencias —que suelen ser de un día o pocas horas— puede influir en que algunos no perciban mejoras físicas evidentes.

En términos generales, los resultados permiten señalar que el turismo de aventura aporta al fortalecimiento corporal; sin embargo, esta percepción depende de la intensidad de la actividad, del estado físico inicial y de las expectativas individuales de cada turista

Tabla 36

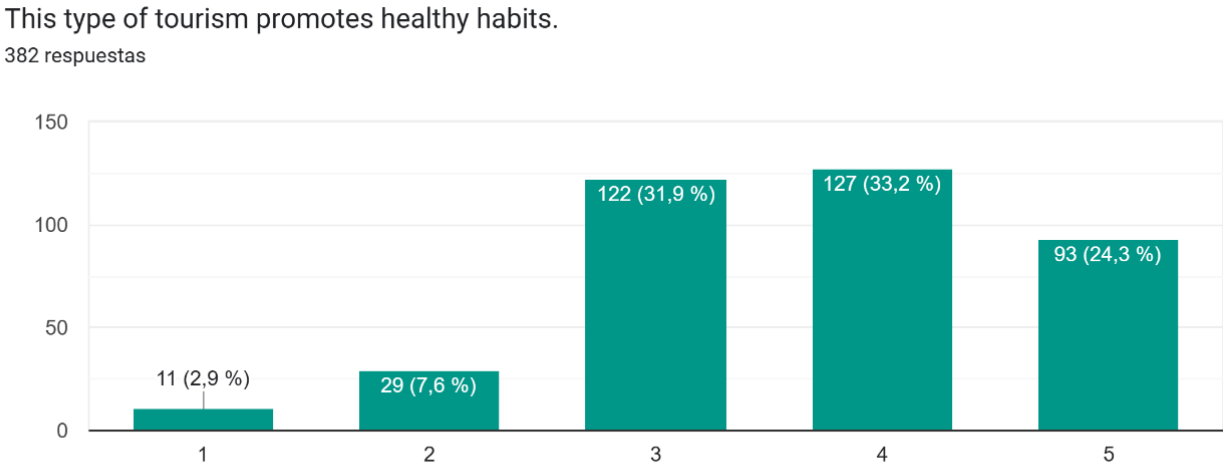
Percepción de Aumento de Energía Post-Actividad

This type of tourism promotes healthy habits.	Frecuencia	%
Strongly disagree	21	5,5
Disagree	34	8,9
Neutral	97	25,4
Agre	118	30,9
Strongly agree	112	29,3
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta el aumento de energía después de participar.

Gráfico 27

El aumento de energía después de participar



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre la percepción de un aumento de energía como resultado de las actividades; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados evidencian que la mayor proporción de los turistas se ubica en niveles altos de acuerdo: *Agree* representa el 30,9% y *Strongly agree* el 29,3%. En conjunto, más del 60% de los encuestados afirma sentirse con mayor energía después de participar en actividades de aventura.

Se identificó que el 25,4% mantiene una postura neutral, mientras que un porcentaje reducido manifestó desacuerdo (8,9% Disagree y 5,5% Strongly disagree). Estos resultados permiten interpretar que, en general, las actividades de aventura influyen positivamente en la energía percibida por los turistas internacionales.

Esta percepción puede relacionarse con la liberación de adrenalina y otras sensaciones asociadas al bienestar inmediato, así como con el contacto con la naturaleza y la actividad física constante. No obstante, las respuestas neutrales podrían explicarse por diferencias individuales en condición física o nivel de cansancio previo. El bajo desacuerdo indica que solo una minoría no experimentó un incremento de energía, posiblemente por exigencia física elevada o expectativas personales distinta.

Tabla 37

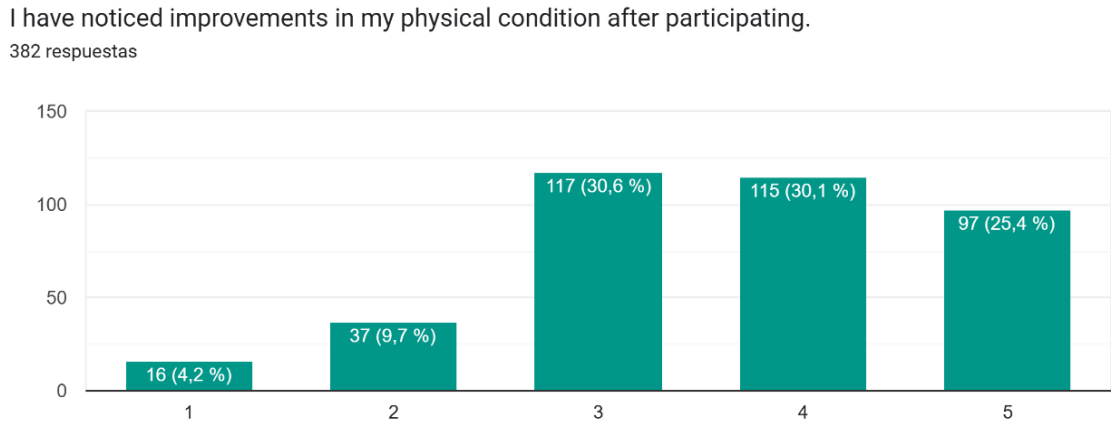
Percepción de Mejoras Notables en la Condición Física

I have noticed improvements in my physical condition after participating.	**Frecuencia**	**%**
Strongly disagree	16	4,2
Disagre	37	9,7
Neutral	117	30,6
Agree	115	30,1
Strongly agree	97	25,4
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de acuerdo con haber notado mejoras en la condición física.

Gráfico 28

Mejoras físicas tangibles después de la participación.



Nota. El gráfico ilustra la distribución sobre la percepción de mejoras físicas tangibles después de la participación; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados justifican que una parte significativa de los encuestados percibe mejoras en su condición física tras participar en actividades de aventura. La categoría *Neutral* obtuvo el porcentaje más alto (30,6%), seguida de cerca por *Agree* con 30,1% y *Strongly agree* con 25,4%.

Se evidenció que el 55,5% de los turistas manifestó algún grado de acuerdo en haber percibido una mejora física tras participar en actividades de aventura. En contraste, los niveles de desacuerdo fueron bajos (9,7% Disagree y 4,2% Strongly disagree), lo que refleja una valoración mayoritariamente positiva.

Este comportamiento puede explicarse porque muchas de las actividades en Baños de Agua Santa implican movimiento continuo, esfuerzo muscular y contacto con la naturaleza, especialmente en opciones de mayor intensidad como rafting o mountain biking.

No obstante, la presencia de respuestas neutrales sugiere que no todos identifican cambios claros, posiblemente por su condición física previa, la duración limitada de las experiencias o expectativas personales. El reducido desacuerdo podría relacionarse con quienes participaron en

actividades menos exigentes o no percibieron efectos inmediatos en su estado corporal. En síntesis, los resultados reflejan que las actividades de turismo de aventura favorecen de manera significativa al bienestar físico de los turistas internacionales, no obstante, la percepción de mejora depende tanto de la intensidad de las actividades realizadas como de las características físicas y expectativas personales de cada participante.

Tabla 38

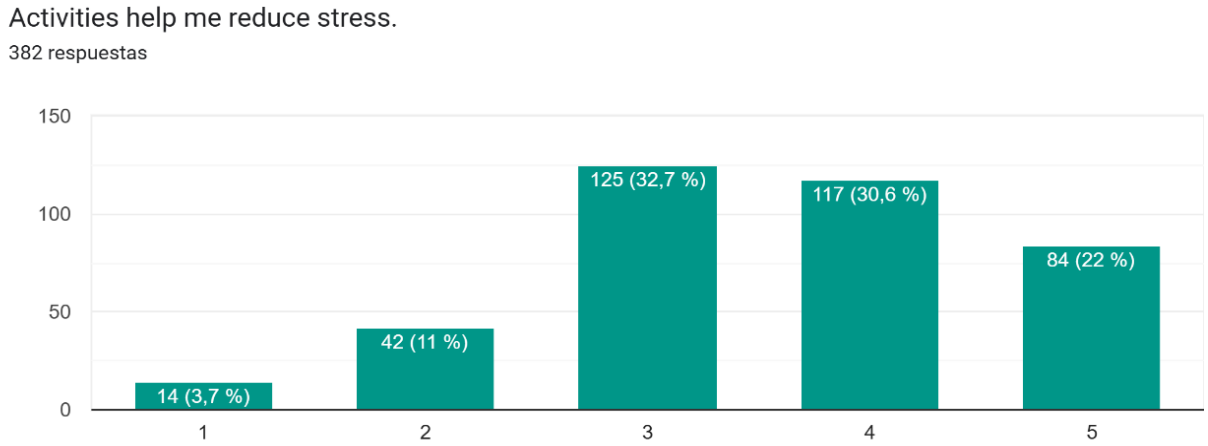
Percepción de Reducción de Estrés Post-Actividad

Activities help me reduce stress.	Frecuencia	%
Strongly disagree	14	3,7
Disagree	42	11,0
Neutral	125	32,7
Agree	117	30,6
Strongly agree	84	22,0
TOTAL	382	100%

Nota. Las actividades ayudan a reducir el estrés.

Gráfico 29

Actividades ayudan a reducir el estrés.



Nota. Percepción de que las actividades de aventura contribuyen a la reducción del estrés; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados muestran que una parte considerable de los encuestados considera que las actividades de aventura contribuyen a reducir sus niveles de estrés. La categoría *Neutral* obtuvo el porcentaje más alto (32,7%), mientras que las respuestas positivas presentan que el 30,6% de los turistas seleccionó la opción Agree y el 22% Strongly agree, lo que significa que el 52,6% reconoce en algún nivel el efecto relajante de las actividades realizadas.

Por el contrario, los porcentajes de desacuerdo fueron menores, con 11% en Disagree y 3,7% en Strongly disagree, lo que indica que solo una parte reducida de los visitantes no percibió este beneficio en su experiencia.

Se comprende que esta tendencia puede relacionarse con el contacto directo con la naturaleza, la actividad física y las experiencias dinámicas que ayudan a liberar tensiones acumuladas. Al centrarse en el momento presente, muchas de estas actividades favorecen una desconexión mental y una sensación de descanso emocional. Además, los paisajes naturales, el aire puro y el entorno abierto fortalecen la percepción de calma y bienestar.

Sin embargo, el porcentaje significativo en la categoría Neutral indica que no todos percibieron cambios claros en su nivel de estrés, posiblemente por la corta duración de las actividades o por su estado emocional previo. En cuanto al desacuerdo, podría corresponder a quienes participaron en experiencias más exigentes o intensas que generaron cansancio o tensión en lugar de relajación.

En conclusión, los resultados evidencian que el turismo de aventura en Baños de Agua Santa opera como un recurso efectivo para la reducción del estrés, sin embargo, la magnitud de este beneficio depende de factores como la experiencia personal, la intensidad de la actividad y el estado emocional previo de cada turista.

Tabla 39

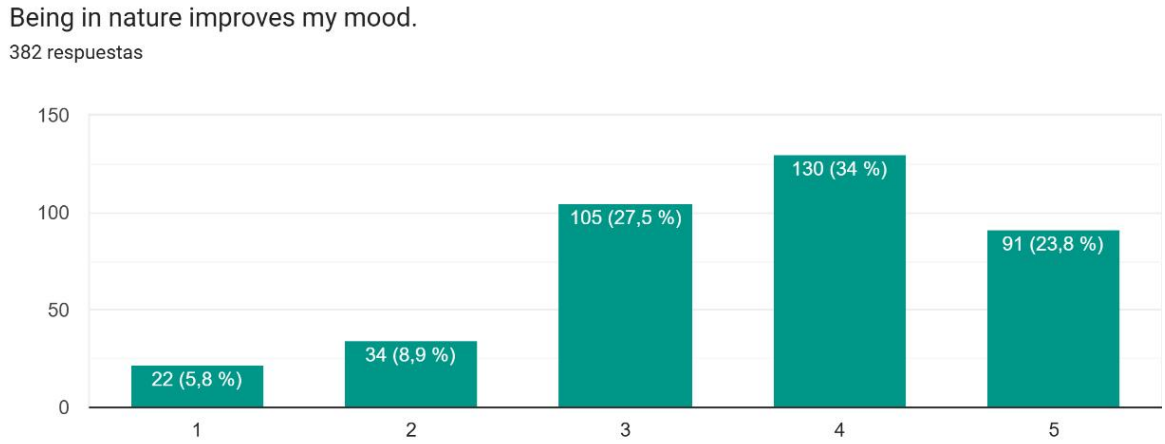
Percepción de Mejora del Estado de Ánimo por la Naturaleza

Being in nature improves my mood.	Frecuencia	%
Strongly disagre	22	5,8
Disagree	34	8,9
Neutral	105	27,5
Agree	130	34,0
Strongly agree	91	23,8
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta el contacto con la naturaleza mejora el estado de ánimo.

Gráfico 30

El contacto con la naturaleza mejora el estado de ánimo



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre la percepción del valor terapéutico y emocional del contacto con el entorno natural; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados comprueban que la mayoría de los turistas internacionales percibe que estar en la naturaleza mejora su estado de ánimo. Se evidenció que el 34% de los encuestados seleccionó Agree y el 23,8% Strongly agree, sumando un 57,8% que reconoce que el entorno natural influye positivamente en su bienestar emocional. Por su parte, el 27,5% se mantuvo en una postura neutral, mientras que el desacuerdo fue reducido (8,9% Disagree y 5,8% Strongly disagree).

Estos resultados reflejan que el paisaje natural de Baños de Agua Santa cumple un papel relevante en la experiencia del visitante, ya que el contacto con áreas verdes, ríos y espacios abiertos favorece sensaciones de calma y disfrute. No obstante, las respuestas neutrales pueden relacionarse con expectativas personales, estado emocional previo o con experiencias más centradas en la adrenalina que en la contemplación del entorno.

Por otra parte, la minoría que expresó desacuerdo podría haber tenido experiencias menos placenteras, debido a cansancio, incomodidad física, condiciones climáticas adversas o preferencias personales que no se ajustan al disfrute del entorno natural.

Finalmente, los resultados reafirman que la naturaleza constituye un elemento clave del bienestar emocional en Baños de Agua Santa, favoreciendo significativamente a la mejora del estado de ánimo de la mayoría de los turistas internacionales que participan en actividades de aventura.

Tabla 40

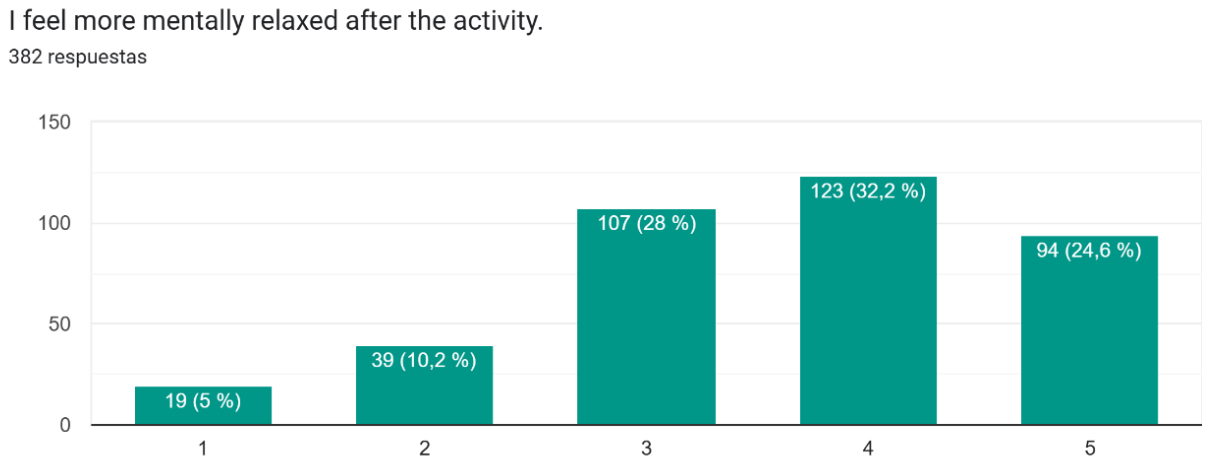
Percepción de Relajación Mental Post-Actividad

I feel more mentally relaxed after the activity.	**Frecuencia**	**%**
Strongly disagree	19	5,0
Disagree	39	10,2
Neutral	107	28,0
Agree	123	32,2
Strongly agree	94	24,6
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta el aumento de relajación mental después de participar.

Gráfico 31

Aumento de relajación mental después de participar



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre la percepción de una mayor relajación mental como resultado de las actividades; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados revelan que una proporción significativa de los turistas internacionales experimenta relajación mental después de participar en actividades de aventura. En primer lugar, se evidenció que el 34% de los encuestados seleccionó Agree y el 23,8% Strongly agree, sumando un 57,8% que reconoce que el entorno natural influye positivamente en su bienestar emocional. Por su parte, el 27,5% se mantuvo en una postura neutral, mientras que el desacuerdo fue reducido (8,9% Disagree y 5,8% Strongly disagree).

Estos resultados reflejan que el paisaje natural de Baños de Agua Santa cumple un papel relevante en la experiencia del visitante, ya que el contacto con áreas verdes, ríos y espacios abiertos favorece sensaciones de calma y disfrute. No obstante, las respuestas neutrales pueden relacionarse con expectativas personales, estado emocional previo o con experiencias más centradas en la adrenalina que en la contemplación del entorno.

Tabla 41

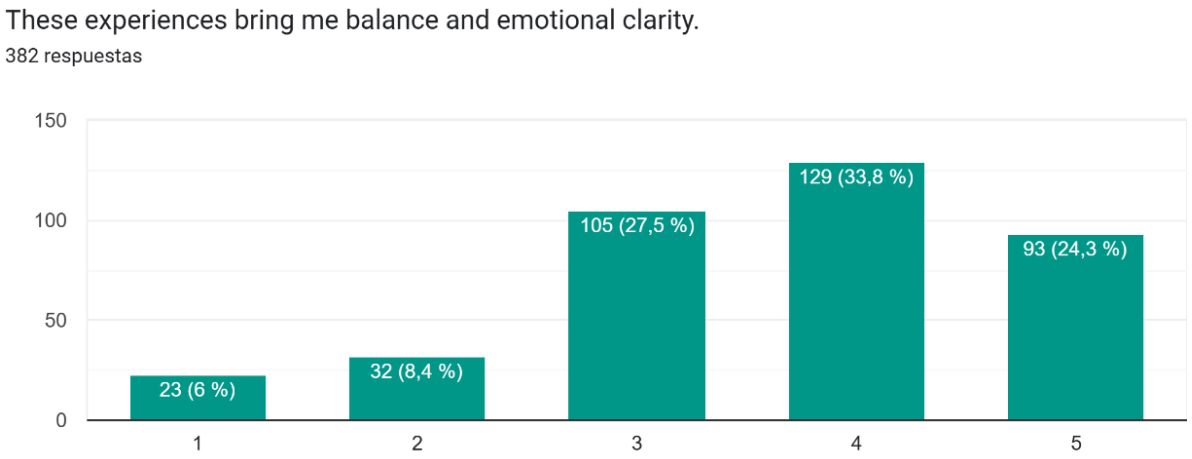
Percepción de Equilibrio y Claridad Emocional

These experiences bring me balance and emotional clarity.	Frecuencia	%
Strongly disagree	23	6,0
Disagree	32	8,4
Neutral	105	27,5
Agree	129	33,8
Strongly agree	93	24,3
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de las respuestas de acuerdo con que las actividades generan equilibrio y claridad emocional.

Gráfico 32

Actividades generan equilibrio y claridad emocional



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre la percepción de que las actividades de aventura contribuyen al equilibrio y la claridad emocional; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

El análisis de la percepción sobre si las actividades generan equilibrio y claridad emocional revela un consenso positivo dominante, posicionando este beneficio como un valor terapéutico clave del destino. Los datos indican que la opción 4 (*Agree*) es el valor metódico predominante, acumulando un significativo 33,8% de las respuestas, seguido por el 5 (*Strongly agree*) con 24,3%.

Ello implica que, al consolidar estos dos niveles de acuerdo, el 58,1% de la muestra

certifica que las actividades no solo son recreativas, sino que tienen un impacto positivo y profundo en su salud mental. Conjuntamente, esta alta proporción establece que el esfuerzo físico y la inmersión en la naturaleza, sumados a la adrenalina, actúan como un poderoso mecanismo de reajuste emocional. Por consiguiente, este resultado es vital para la promoción, al vincular la aventura directamente con la salud integral.

Aun con este acuerdo dominante, el valor 3 (*Neutral*) conserva una presencia relevante con el 27,5%. Esta proporción sugiere que más de uno de cada cuatro participantes no siente un efecto tan definido de equilibrio y claridad como para afirmarlo con convicción. En contraste, la proporción de encuestados en desacuerdo (valores 1 y 2) es baja, sumando solo el 14,4%.

En conclusión, el patrón de resultados avala sólidamente la propuesta de valor emocional del destino. Por lo tanto, se recomienda que la promoción utilice un lenguaje enfocado en el "bienestar consciente" y la "desconexión transformadora", a fin de motivar al segmento neutral a mostrarse conforme el valor terapéutico del esfuerzo y la inmersión.

Tabla 42

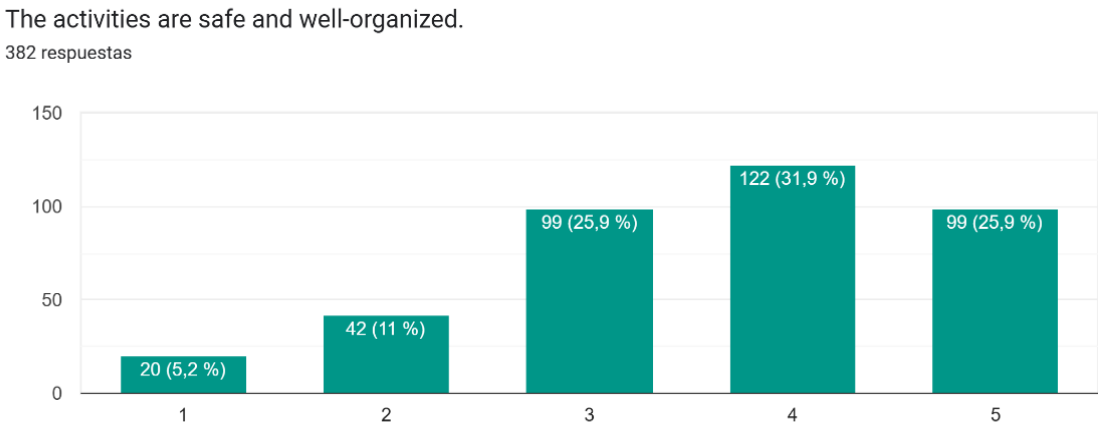
Percepción de Seguridad y Organización

The activities are safe and well-organized.	Frecuencia	%
Strongly disagree	20	5,2
Disagree	42	11,0
Neutral	99	25,9
Agree	122	31,9
Strongly agree	99	25,9
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la seguridad y organización de las actividades.

Gráfico 33

Seguridad y organización de las actividades



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre la percepción de los estándares operativos de seguridad y organización; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados dejan ver que una parte significativa de los turistas internacionales percibe que las actividades de aventura ofrecidas en Baños de Agua Santa son seguras y están bien organizadas. Las categorías *Agree* (31,9%) y *Strongly agree* (25,9%) agrupan más de la mitad de las respuestas (57,8%), lo que sugiere un nivel considerable de confianza en la gestión operativa de las actividades turísticas. Por otra parte, el 25,9% se ubica en la categoría Neutral, mientras que el grupo que manifiesta desacuerdo (*Disagree* 11% y *Strongly disagree* 5,2%) constituye una minoría.

Estos hallazgos evidencian que los visitantes reconocen esfuerzos importantes por parte de las operadoras locales en aspectos como protocolos de seguridad, certificación de guías, uso de equipamiento adecuado y cumplimiento de normativas. Además, la percepción positiva podría estar influenciada por la reputación consolidada del destino, que se ha posicionado internacionalmente como un espacio adecuado para el turismo de aventura responsable.

Sin embargo, la proporción notable de respuestas *Neutral* pone de manifiesto que algunos turistas no consiguieron identificar con claridad la calidad de la organización o los mecanismos de seguridad implementados. Esto puede explicarse por visitas breves, actividades de baja complejidad o falta de interacción directa con los instructores, lo que limita la percepción de estructura operativa.

Por otro lado, el porcentaje minoritario de desacuerdo sugiere que un pequeño grupo pudo haber experimentado situaciones que generaron dudas respecto a la seguridad, como condiciones climáticas adversas, equipos percibidos como insuficientes o instrucciones que no fueron completamente claras. Estos casos, aunque aislados, ofrecen indicios de áreas donde la gestión turística podría reforzarse para garantizar experiencias uniformemente seguras.

En suma, los resultados reflejan que la mayoría de los turistas internacionales valora positivamente la seguridad y la organización de las actividades de aventura en Baños de Agua Santa. No obstante, la presencia de respuestas neutrales y negativas permite deducir la necesidad de fortalecer la comunicación de protocolos, ajustar procesos y mejorar la percepción general de orden y seguridad en todas las operadoras.

Tabla 43

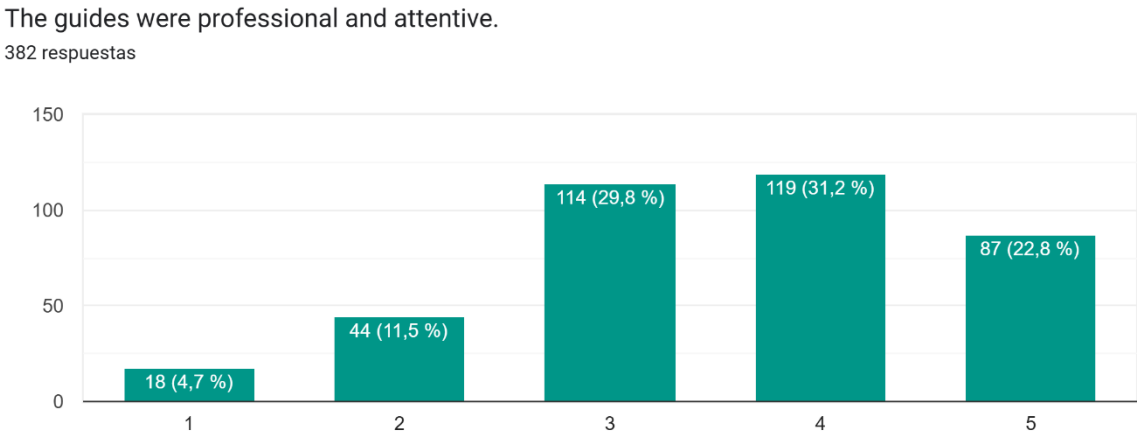
Percepción del Profesionalismo y Atención de los Guías

The guides were professional and attentive.	**Frecuencia**	**%**
Strongly disagree	18	4,7
Disagree	44	11,5
Neutral	114	29,8
Agree	119	31,2
Strongly agree	87	22,8
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta la distribución de las respuestas en una escala Likert de 5 puntos, donde 1 es Totalmente en desacuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo con el profesionalismo de los guías.

Gráfico 34

El profesionalismo de los guías



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre la calidad del servicio ofrecido por los guías del tour; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados revelan que la mayoría de los turistas internacionales percibe a los guías de Baños de Agua Santa como profesionales y atentos. Las categorías *Agree* (31,2%) y *Strongly agree* (22,8%) concentran más de la mitad de las respuestas (54%), lo que sugiere un nivel sólido de satisfacción con el desempeño del personal de guianza. Además, un 29,8% seleccionó la opción Neutral, mientras que las categorías de desacuerdo (Disagree 11,5% y Strongly disagree 4,7%) representan una proporción menor.

Esta distribución evidencia que los visitantes reconocen elementos clave del servicio, tales como la claridad en las instrucciones, la atención personalizada, el acompañamiento constante y el dominio técnico de las actividades de aventura. De manera similar, estos resultados ponen de manifiesto que la capacitación continua y la experiencia acumulada del personal influyen positivamente en la percepción de profesionalismo. Asimismo, la interacción cercana entre guías y participantes suele generar un ambiente de confianza que contribuye al disfrute de la experiencia.

Por otra parte, el porcentaje dominante de respuestas Neutral sugiere que algunos turistas no lograron evaluar claramente el desempeño del guía. Esto puede deberse a factores como un contacto limitado, grupos numerosos que reducen la atención individual o actividades de baja complicación que requieren poca interacción directa. En estos casos, los visitantes no observan suficientes elementos para emitir una valoración clara.

En cuanto al grupo que manifestó desacuerdo, es posible que haya experimentado situaciones específicas que generaron percepciones negativas, tales como explicaciones poco claras, tiempos de espera prolongados, falta de acompañamiento o diferencias en el estilo de comunicación. Aunque estas experiencias no representan a la mayoría, permiten inferir que aún existen áreas de mejora en la estandarización del trato y la atención al visitante.

En conjunto, los resultados reflejan que el profesionalismo y la atención de los guías constituyen un aspecto bien valorado por la mayoría de turistas internacionales, aunque persisten oportunidades para fortalecer la uniformidad del servicio y garantizar experiencias positivas para todos los visitantes.

Tabla 44

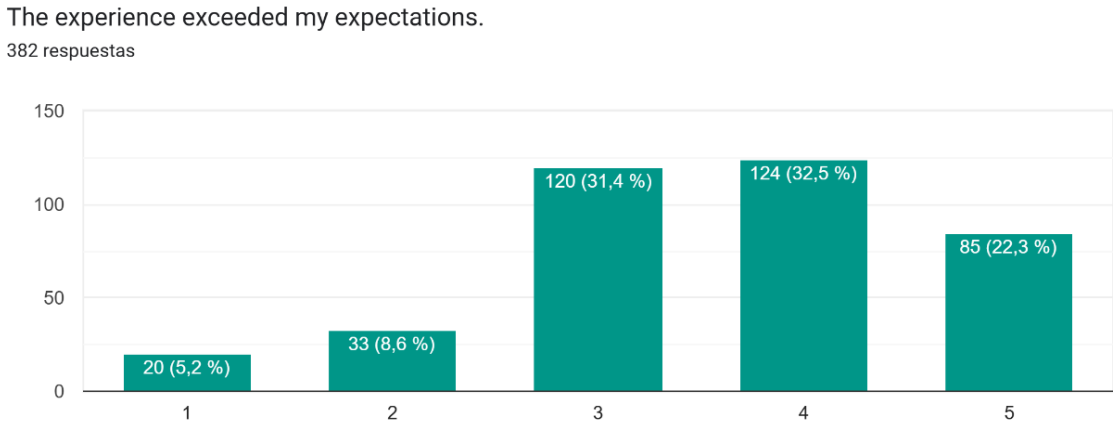
Percepción sobre la Superación de Expectativas

The experience exceeded my expectations.	**Frecuencia**	**%**
Strongly disagree	20	5,2
Disagree	33	8,6
Neutral	120	31,4
Agree	124	32,5
Strongly agree	85	22,3
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla presenta si la experiencia superó las expectativas del turista internacional.

Gráfico 35

Expectativas del turista internacional.



Nota. El gráfico ilustra la distribución de las respuestas de los encuestados sobre el nivel de satisfacción general y si la experiencia superó sus expectativas previas; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados evidencian que una parte importante de los turistas internacionales considera que su experiencia en Baños de Agua Santa superó sus expectativas iniciales. Las categorías *Agree* (32,5%) y *Strongly agree* (22,3%) agrupan más de la mitad de las respuestas (54,8%), lo que sugiere una valoración altamente positiva del destino. El 31,4% de los encuestados se ubicó en la opción Neutral, mientras que el 13,8% manifestó desacuerdo (8,6% Disagree y 5,2% Strongly disagree). Estos resultados permiten inferir que, en general, la oferta turística de Baños de Agua Santa, especialmente la relacionada con la aventura, logra generar experiencias que en muchos casos superan las expectativas iniciales de los visitantes. Este comportamiento puede asociarse a la riqueza del entorno natural, la diversidad de actividades, la atención recibida y la percepción de seguridad. No obstante, el porcentaje en Neutral indica que algunos turistas vivieron experiencias acordes a lo esperado, sin considerarlas superiores. El desacuerdo, aunque reducido, sugiere aspectos puntuales por mejorar. En conjunto, se confirma que el destino suele dejar una impresión positiva, aunque existen oportunidades para fortalecer la calidad integral del servicio.

Tabla 45

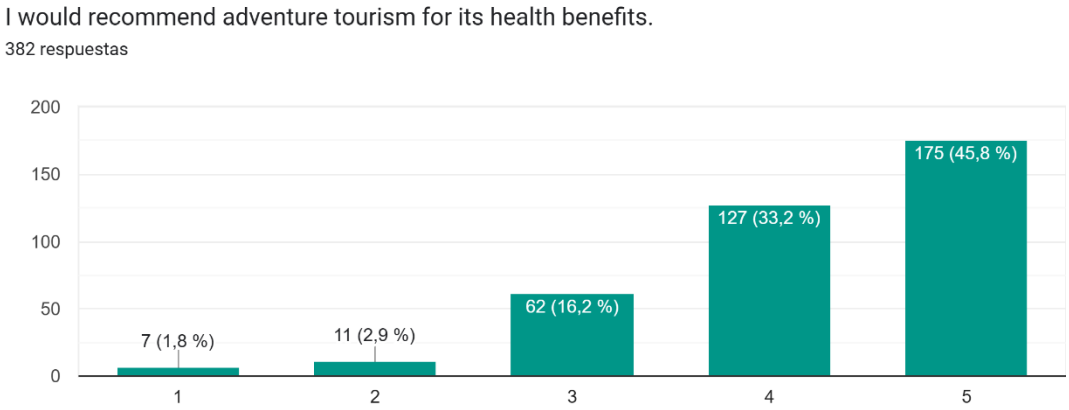
Intención de Recomendación por Beneficios para la Salud

I would recommend adventure tourism for its health benefits.	Frecuencia	%
Strongly disagree	7	1,8
Disagree	11	2,9
Neutral	62	16,2
Agree	127	33,2
Strongly agree	175	45,8
TOTAL	382	100%

Nota. La tabla la recomendación del turismo de aventura por sus beneficios para la salud.

Gráfico 36

Recomendación del turismo de aventura por sus beneficios para la salud



Nota. El gráfico ilustra la distribución de la intención de recomendación de la actividad, enfocada específicamente en sus atributos de salud y bienestar; información levantada por el equipo de investigación (2025).

Interpretación

Los resultados obtenidos ponen de relieve que la mayoría de los turistas internacionales estarían dispuestos a recomendar el turismo de aventura por los beneficios que aporta a la salud. se evidenció que el 45,8% seleccionó Strongly agree y el 33,2% Agree, sumando un 79% de valoraciones favorables. Un 16,2% se ubicó en Neutral y apenas el 4,7% manifestó desacuerdo, lo que confirma una percepción mayoritariamente positiva.

Estos resultados permiten interpretar que los visitantes reconocen que las actividades de aventura no solo brindan entretenimiento, sino que también aportan al bienestar físico y emocional, gracias a la combinación de movimiento, naturaleza y experiencias dinámicas. No obstante, la presencia de respuestas neutrales y un mínimo desacuerdo puede relacionarse con expectativas personales, nivel de exigencia física o factores externos. En general, se reafirma que Baños de Agua Santa es percibido como un destino que contribuye al bienestar integral de sus visitantes.

Tabla 46

Resumen general de la interpretación – turistas internacionales

Sección 1: Datos demográficos	
Variable	**Interpretación General**
Edad	Predomina el grupo joven, especialmente entre 18 y 35 años, lo que indica que los turistas extranjeros buscan experiencias intensas y dinámicas propias del turismo de aventura. Los grupos de mayor edad participan en menor proporción, probablemente porque prefieren actividades de menor exigencia física o de carácter más contemplativo.
Género	La participación masculina es ligeramente superior a la femenina, aunque la diferencia no es muy marcada. Esto muestra que las actividades de aventura atraen a ambos géneros, con una presencia cada vez mayor de mujeres interesadas en experiencias de riesgo controlado
Procedencia	La mayoría de turistas proviene de Estados Unidos y de países europeos como Alemania y España, seguidos por visitantes de países latinoamericanos. Esto refleja la buena conectividad y el posicionamiento de Baños como destino de aventura reconocido en estos mercados, mientras que otros países aportan un flujo menor pero diversificado de visitantes
Sección 2: Datos motivacionales	
Frecuencia con la que realizan turismo de aventura	La mayoría practica turismo de aventura por primera vez o de forma ocasional, lo que evidencia que Baños funciona como puerta de entrada para iniciarse en este tipo de experiencias. Un grupo más reducido lo realiza con frecuencia, asociado a viajeros con mayor experiencia y gusto permanente por la adrenalina

Motivo principal para participar	Predomina la búsqueda de adrenalina y emoción como razón central para realizar las actividades. En segundo plano aparecen motivaciones relacionadas con la relajación, la conexión con la naturaleza y el deseo de compartir con familia o amigos. También se observan motivos vinculados a superar miedos personales y a recomendaciones de otros viajeros.
Sección 3: Preferencias y gustos	
Actividad realizada	Las actividades más demandadas por los turistas internacionales son el rafting, el canyoning y el canopy, que combinan altos niveles de adrenalina con contacto directo con ríos, cascadas y alturas. En menor medida se practican ciclismo de montaña, caminatas y saltos de cuerda, preferidos por quienes buscan desafíos físicos moderados o experiencias específicas dentro del destino
Sección 4: Percepción de bienestar	
Fortalecimiento corporal	La mayoría de turistas percibe que las actividades de aventura contribuyen de manera positiva a su condición física, al exigir esfuerzo muscular, coordinación y resistencia. No obstante, una parte de los visitantes mantiene una percepción neutra, posiblemente porque realizaron recorridos de menor intensidad o porque participaron en una sola actividad puntual
Bienestar emocional y reducción del estrés	En general, los turistas internacionales señalan que las experiencias de aventura les ayudan a liberar tensiones, sentirse más tranquilos y desconectarse de la rutina cotidiana. El contacto con los paisajes naturales de Baños y la sensación de logro tras completar la actividad influyen directamente en la reducción del estrés y en la mejora del bienestar emocional.

Nota. La tabla resume la interpretación general de los resultados obtenidos de los turistas internacionales.

Análisis

Los resultados muestran que los turistas extranjeros que visitan Baños para actividades de aventura corresponden principalmente al grupo joven de 18 a 35 años, lo que coincide con la tendencia mundial de que este segmento busca experiencias intensas y dinámicas. La participación masculina es escasamente superior a la femenina, evidenciando un interés equitativo entre ambos

géneros por actividades de adrenalina. En cuanto a la procedencia, predominan visitantes de Estados Unidos y países europeos, lo cual refleja el posicionamiento internacional de Baños y su buena conectividad con estos mercados.

Se identificó que gran parte de los visitantes practica turismo de aventura por primera vez o de manera ocasional, lo que posiciona a Baños de Agua Santa como un destino propicio para iniciarse en este tipo de experiencias. La motivación principal es la búsqueda de adrenalina, seguida del interés por relajarse, disfrutar de la naturaleza y compartir momentos con otros. Actividades como rafting, canyoning y canopy destacan por su intensidad y por ofrecer vivencias que no siempre están disponibles en los países de origen de los turistas.

En cuanto al bienestar, los visitantes internacionales manifiestan percibir mejoras físicas vinculadas al esfuerzo realizado. A nivel emocional, muchos señalan sentirse menos estresados, más tranquilos y satisfechos tras culminar las actividades. En conjunto, Baños se consolida como un espacio donde la aventura se combina con beneficios físicos y emocionales Si bien muchos participan por primera vez, la satisfacción registrada sugiere un alto potencial de recomendación y de retorno. Estos resultados fortalecen a Baños como un destino de aventura competitivo a nivel mundial y con clara capacidad para atraer a públicos jóvenes, diversos y motivados por vivencias transformadoras.

Discusión

La discusión de resultados evidencia que el turismo de aventura en Baños de Agua Santa mantiene un patrón demográfico claro tanto a nivel nacional como internacional: los visitantes entre 18 y 35 años conforman el grupo predominante, lo cual coincide con investigaciones como la de Herrera et al. (2023) quienes señalan que el turista de aventura ecuatoriano es mayoritariamente joven, con alta predisposición a realizar actividades físicas intensas y a buscar

experiencias asociadas al riesgo controlado. Este perfil se mantiene también entre turistas extranjeros, cuyos rangos etarios y motivaciones reflejan tendencias globales de viaje juvenil donde la adrenalina, la exploración y el bienestar emocional se integran como elementos centrales de la experiencia turística, según lo planteado por Brymer et al. (2024), quienes afirman que la aventura es especialmente atractiva para segmentos jóvenes que buscan vivencias transformadoras en la naturaleza.

En ambos mercados, las actividades más demandadas —rafting, canyoning, canopy, puenting, ciclismo de montaña y senderismo— refuerzan la idea de que Baños ha logrado posicionarse como un destino de aventura consolidado. Estas preferencias se alinean con la literatura de Coventry et al. (2021) quienes explican que las actividades al aire libre que combinan esfuerzo físico y contacto directo con la naturaleza generan beneficios inmediatos en la salud mental, especialmente en la reducción del estrés y la mejora del estado de ánimo. A partir de las encuestas aplicadas, observamos que tanto turistas nacionales como internacionales coinciden en que estas experiencias les permiten despejar la mente, disminuir el estrés y sentirse renovados. Estas percepciones se relacionan con los planteamientos actuales del turismo de bienestar, que reconocen a la naturaleza como un entorno que favorece la regulación emocional y el equilibrio personal. OMT (2025).

En el caso de los visitantes nacionales, se evidencia una valoración positiva en el aspecto físico, ya que muchos manifiestan sentirse con mayor energía, mejor disposición corporal y satisfacción luego de realizar actividades como rafting, canopy o caminatas. Estos hallazgos coinciden con estudios de Santander (2025), que respaldan esta percepción al señalar que la actividad física en espacios naturales contribuye a mejorar la circulación, fortalecer el sistema inmunológico y reducir los niveles de estrés. Por lo tanto, las experiencias de aventura en Baños

no solo son vistas como entretenimiento, sino también como prácticas que aportan a la salud integral. A esto se suma lo señalado por el Ministerio del Ambiente de Perú (2025), que vincula claramente la práctica de actividad física en la naturaleza con mejoras cardiovasculares y mayor estabilidad emocional. Este conjunto de evidencias científicas valida las percepciones recogidas en las encuestas y confirma que las prácticas de aventura en Baños no solo se viven como distracción, sino también como prácticas con efectos comprobados en la salud integral.

En cuanto a los turistas internacionales, la apreciación de los beneficios emocionales resulta aún más marcada. La combinación del paisaje andino-amazónico, los ríos encañonados, las cascadas y las aguas termales refuerza la imagen de Baños como un espacio ideal para desconectarse de la rutina y recuperar el equilibrio mental. Esta tendencia coincide con estudios recientes de Ramos & Chávez (2023). que señalan que los viajeros buscan cada vez más destinos que integren actividad física, contacto con la naturaleza y bienestar emocional como parte de su experiencia turística. Además, estudios sobre terapias de naturaleza, como el de Twohig-Bennett & Jones (2018), confirman que caminar, respirar aire puro y exponerse a ecosistemas naturales reduce la ansiedad, la depresión y mejora la calidad del sueño, efectos que se reflejan en las altas valoraciones del bienestar en las encuestas aplicadas.

Sin embargo, también identificamos que un pequeño grupo de turistas nacionales mantiene una percepción neutra respecto a los beneficios en la salud. Esto podría explicarse por la falta de información clara que vincule directamente las actividades de aventura con el bienestar físico y mental, o porque algunos visitantes priorizan el aspecto recreativo sobre el saludable. Este hallazgo coincide con lo señalado por Guailla (2022), quien en su análisis del turismo de salud en Baños concluye que los visitantes participan en actividades de bienestar sin necesariamente reconocerlas como tales debido a la ausencia de un discurso explícito que las vincule con la salud.

Este vacío informativo sugiere la necesidad de fortalecer la interpretación, señalética y comunicación del destino para incorporar de manera clara los beneficios físicos y mentales de la aventura, siguiendo lo recomendado por Garrido (2022), quien sostiene que la construcción de productos turísticos debe incluir mensajes que alineen expectativas, experiencia y valor emocional.

Los resultados obtenidos a partir de encuestas tanto nacionales como internacionales evidencian un alto potencial de desarrollo turístico, ya que Baños de Agua Santa tiene la capacidad de posicionarse como un destino de aventura orientado al bienestar, donde se combinen en una misma oferta las actividades de alto impacto emocional con prácticas saludables y de relajación. Este aspecto se alinea con lo expuesto por Lacueva et al. (2025), quienes señalan que el turismo de bienestar se sustenta en la combinación de actividad física, relajación y sostenibilidad, una fórmula que Baños posee de manera natural. Además, al contrastar con estudios de otros destinos ecuatorianos como el de quienes destacan que el turismo de bienestar se fundamenta en la integración de ejercicio físico, descanso consciente y sostenibilidad ambiental, elementos que Baños reúne de forma natural. De igual manera, al diferenciar con investigaciones realizadas en otros destinos del Ecuador, como la de Toaquiza (2023), se observa que existe un creciente interés por experiencias asociadas a la relajación, la salud y el equilibrio emocional, lo cual refuerza la oportunidad de integrar ambos segmentos en Baños.

Finalmente, la composición de los beneficios percibidos por los turistas con los aportes de la literatura especializada destaca que el turismo de aventura en Baños no solo se configura como un producto recreativo, sino como un mecanismo eficaz para promover estilos de vida activos, conciencia corporal, bienestar mental y conexión con la naturaleza. Según Colino (2023) este enfoque dual —aventura y salud— se convierte en una fortaleza estratégica para el destino, especialmente en un contexto turístico global orientado hacia experiencias regenerativas y

transformadoras. La evidencia analizada demuestra que Baños tiene las condiciones necesarias para posicionarse como un referente nacional e internacional de turismo de aventura con enfoque de bienestar, siempre que se fortalezcan los discursos, estrategias de promoción e innovación de productos integrales que articulen el movimiento del cuerpo, las emociones y la naturaleza en una experiencia coherente y saludable.

4.3. Estrategias integrales de promoción de productos turísticos que vinculen específicamente elementos de la salud física y mental en la oferta de aventura de Baños de Agua Santa.

A partir del diagnóstico realizado, se planteó una propuesta integral basada en el modelo del marketing mix, orientada a fortalecer la oferta turística de Baños de Agua Santa mediante experiencias que integran la aventura con el bienestar integral; en este sentido, el producto se concibe como una experiencia turística saludable que combina actividades de aventura y contacto con la naturaleza, el precio se define desde un enfoque de accesibilidad y valor percibido, y la plaza se apoya en la articulación con actores turísticos locales y plataformas digitales; de forma complementaria, se analizó la promoción turística vigente en el cantón, lo que permitió identificar oportunidades de mejora y establecer las bases para una estrategia de promoción que incorpore la salud física y mental como un valor diferenciador del turismo de aventura.

4.3.1. Estado actual de la oferta turística de aventura en Baños de Agua Santa que se relaciona con la salud física y mental de los visitantes.

Baños de Agua Santa mantiene una oferta turística consolidada y ampliamente reconocida por su turismo de aventura, con una diversidad de actividades que lo posicionan como referente nacional e incluso internacional dentro de este segmento. Esta posición se sostiene, principalmente, en sus condiciones naturales privilegiadas, que facilitan prácticas al aire libre y permiten construir experiencias vinculadas con movimiento, contacto con la naturaleza y vivencias intensas. Sin embargo, el diagnóstico evidencia que el mayor desafío no está en la ausencia de actividades, sino en cómo se está comunicando y estructurando la oferta. Actualmente, predomina un enfoque promocional centrado en adrenalina y riesgo, sin destacar de manera clara los beneficios físicos y emocionales que estas actividades pueden generar en el visitante.

Tabla 47

Matriz FODA de la oferta de turismo de aventura en Baños de Agua Santa

	FORTALEZA
ESTRATEGIAS FO	➢ Amplia diversidad de actividades de turismo de aventura, reconocidas a nivel nacional e internacional, lo que posiciona a Baños como un destino líder en este segmento. ➢ Condiciones naturales privilegiadas que favorecen la práctica de actividades al aire libre con efectos positivos en la salud física y mental de los visitantes. ➢ Existencia de un marco legal y normativo específico para el turismo de aventura en Ecuador, que respalda la seguridad, la gestión de riesgos y la protección integral del turista. ➢ Alta afluencia de turistas nacionales e internacionales durante todo el año, lo que garantiza una demanda constante para el desarrollo de nuevos productos turísticos orientados al bienestar.
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIA**
➢ Tendencia global creciente hacia el turismo de bienestar y experiencias turísticas que promueven la salud física, mental y el contacto con la naturaleza. ➢ Posibilidad de diversificar la oferta turística local mediante la integración explícita del bienestar físico y mental en la promoción del turismo de aventura, generando valor agregado. ➢ Interés institucional y académico por generar estrategias sostenibles, innovadoras y replicables en otros .3destinos con características similares. ➢ Potencial para atraer nuevos segmentos de mercado vinculados al turismo consciente, regenerativo y saludable, ampliando la competitividad de Baños.	➢ Diseñar productos de turismo de aventura que integren explícitamente beneficios para la salud física y mental, aprovechando la diversidad de actividades y las condiciones naturales del destino para responder a la creciente demanda de turismo de bienestar. ➢ Posicionar al destino como un referente de “aventura saludable”, alineando su alta afluencia turística con las tendencias post pandemia orientadas al contacto con la naturaleza y al bienestar integral. ➢ Utilizar la normativa y los estándares de seguridad como un valor agregado en la promoción turística, fortaleciendo la confianza del visitante y la imagen del destino.

	FORTALEZA
ESTRATEGIAS FA	➢ Amplia diversidad de actividades de turismo de aventura, reconocidas a nivel nacional e internacional, lo que posiciona a Baños como un destino líder en este segmento. ➢ Condiciones naturales privilegiadas que favorecen la práctica de actividades al aire libre con efectos positivos en la salud física y mental de los visitantes. ➢ Existencia de un marco legal y normativo específico para el turismo de aventura en Ecuador, que respalda la seguridad, la gestión de riesgos y la protección integral del turista. ➢ Alta afluencia de turistas nacionales e internacionales durante todo el año, lo que garantiza una demanda constante para el desarrollo de nuevos productos turísticos orientados al bienestar.
AMENAZAS	**ESTRATEGIA**
➢ Competencia creciente de otros destinos nacionales e internacionales que ya integran de manera explícita el turismo de aventura con el turismo de bienestar. ➢ Riesgo de saturación de la oferta turística basada únicamente en actividades de aventura, sin innovación en el discurso promocional ni diferenciación del producto. ➢ Percepción de riesgo asociada a las actividades de aventura, que puede disuadir a segmentos de turistas interesados en experiencias de bienestar si no se comunica adecuadamente la seguridad. ➢ Insuficiente articulación de políticas públicas específicas que integren de manera sostenida el turismo de aventura con el turismo de salud y bienestar a nivel local – nacional.	➢ Diferenciar a Baños de Agua Santa frente a otros destinos mediante una propuesta integrada de aventura, naturaleza y bienestar, utilizando su variedad de actividades como ventaja competitiva ➢ Reducir la percepción de riesgo asociada a las actividades de aventura mediante el fortalecimiento y comunicación de los protocolos de seguridad ➢ Innovar la oferta turística incorporando componentes de recuperación física y mental para evitar la saturación del producto basado únicamente en adrenalina

	DEBILIDADES
ESTRATEGIA DO	➢ Enfoque predominante de la promoción turística en la adrenalina y el riesgo, sin comunicar de forma clara los beneficios físicos y emocionales que generan las actividades de aventura ➢ Productos de aventura con limitada incorporación de enfoques de bienestar integral ➢ Escasa información para los turistas sobre los aportes del turismo de aventura al bienestar integral, lo que reduce la percepción de valor del destino ➢ Falta de estrategias articuladas entre instituciones locales y actores turísticos para posicionar a Baños como un destino integral de aventura y bienestar.
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIA**
➢ Tendencia global creciente hacia el turismo de bienestar y experiencias turísticas que promueven la salud física, mental y el contacto con la naturaleza ➢ Posibilidad de diversificar la oferta turística local mediante la integración explícita del bienestar físico y mental en la promoción del turismo de aventura, generando valor agregado ➢ interés institucional y académico por generar estrategias sostenibles, innovadoras y replicables en otros destinos con características similares ➢ Potencial para atraer nuevos segmentos de mercado vinculados al turismo consciente, regenerativo y saludable, ampliando la competitividad de Baños.	➢ Reorientar el discurso promocional del turismo de aventura, integrando mensajes sobre beneficios físicos y mentales para superar la promoción centrada solo en la adrenalina ➢ Desarrollar productos turísticos integrados que combinen aventura y bienestar, aprovechando el interés institucional y académico por el turismo sostenible1 ➢ Implementar mecanismos informativos dirigidos al visitante que expliquen los aportes de cada actividad al bienestar integral, incrementando el valor percibido del destino.

	DEBILIDADES
ESTRATEGIA DA	➢ Enfoque predominante de la promoción turística en la adrenalina y el riesgo, sin comunicar de forma clara los beneficios físicos y emocionales que generan las actividades de aventura ➢ Productos de aventura con limitada incorporación de enfoques de bienestar integral. ➢ Escasa información para los turistas sobre los aportes del turismo de aventura al bienestar integral, lo que reduce la percepción de valor del destino ➢ Falta de estrategias articuladas entre instituciones locales y actores turísticos para posicionar a Baños como un destino integral de aventura y bienestar.
AMENAZAS	**ESTRATEGIA**
➢ Competencia creciente de otros destinos nacionales e internacionales que ya integran de manera explícita el turismo de aventura con el turismo de bienestar. ➢ Riesgo de saturación de la oferta turística basada únicamente en actividades de aventura, sin innovación en el discurso promocional ni diferenciación del producto. ➢ Percepción de riesgo asociada a las actividades de aventura, que puede disuadir a segmentos de turistas interesados en experiencias de bienestar si no se comunica adecuadamente la seguridad. ➢ Insuficiente articulación de políticas públicas específicas que integren de manera sostenida el turismo de aventura con el turismo de salud y bienestar a nivel local – nacional.	➢ Establecer lineamientos mínimos de promoción que integren aventura y bienestar, evitando el rezago competitivo frente a destinos que ya aplican este enfoque. ➢ Fortalecer la comunicación de seguridad y beneficios del turismo de aventura para disminuir la percepción de riesgo derivada de la falta de información al turista. ➢ Impulsar la coordinación entre operadores turísticos e instituciones locales para reducir la debilidad organizativa y prevenir impactos negativos por falta de políticas integradas.

Nota. El análisis FODA y el cruce de variables resalta que Baños de Agua Santa tiene condiciones favorables para fortalecer el turismo de aventura, y que integrar el enfoque de bienestar permite diferenciar el destino.

4.3.2. Criterio metodológico de ponderación

La ponderación de las estrategias derivadas del cruce FODA se realizó considerando la frecuencia, coherencia y reiteración de los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a los turistas y las entrevistas a actores turísticos.

Se utilizó la siguiente escala de ponderación:

- **3= Alta ponderación**: estrategia fuertemente respaldada por percepciones coincidentes de turistas y entrevistados.
- **2 = Media ponderación**: estrategia parcialmente respaldada.
- **1 = Baja ponderación**: estrategia con respaldo limitado**.**

Tabla 48

Priorización de estrategias del cruce FODA

Código	Tipo	Estrategia Derivada del cruce FODA	Ponderación
FO1	F-O	Integrar explícitamente el bienestar físico y mental en la promoción del turismo de aventura.	3
FO2	F-O	Diseñar producto turístico de aventura con enfoque integral de salud.	3
FO3	F-O	Posicionar a Baños como destino de aventura saludable aprovechando sus condiciones naturales.	3
DO1	D-O	Reorientar el discurso promocional desde la adrenalina hacia los beneficios físicos y emocionales.	3
DO2	D-O	Implementar información clara sobre los aportes del turismo de aventura al bienestar integral.	3
DO3	D-O	Fortalecer las articulaciones entre operadores e institucionales locales.	2
FA1	F-A	Comunicar seguridad y beneficios del turismo de aventura para reducir la percepción de riesgo.	3
FA2	F-A	Diferenciar la oferta turística frente a otros destinos mediante el enfoque de bienestar.	3
FA3	F-A	Innovar el producto para evitar la saturación de la oferta basada solo en aventura.	2
DA1	D-A	Superar la promoción centrada únicamente en riesgo para evitar rezago competitivo.	3
DA2	D-A	Reducir la desinformación del turista sobre los efectos positivos en la salud.	3
DA3	D-A	Establecer lineamientos mínimos de promoción integradora aventura–bienestar.	2

Nota. La ponderación permitió seleccionar las estrategias con mayor respaldo, asegurando coherencia entre el diagnóstico y los resultados obtenidos.

4.3.3. Estrategias definidas a partir de la ponderación del cruce FODA

Tabla 49

Estrategia de marketing mix para el turismo de aventura y bienestar

Variable	Descripción de la estrategia propuesta
Producto	El producto se plantea como una experiencia de "aventura saludable", que combina emoción, seguridad y sostenibilidad. No solo busca ofrecer actividades dinámicas, sino también responder a la necesidad actual del turista de mejorar su condición física, reducir el estrés y fortalecer su bienestar emocional. (FO2, FO3, FA2).
Precio	La fijación del precio se basa en el valor que el visitante percibe, considerando el bienestar integral como un elemento diferenciador. Se proponen paquetes que integren actividades de aventura, acompañamiento especializado y servicios complementarios orientados a la salud, justificando el costo en función de los beneficios físicos y mentales que obtiene el turista. (FO1, DA2).
Plaza (Distribución)	La comercialización se realizará mediante operadores turísticos locales, puntos de información y plataformas digitales oficiales, garantizando que el visitante acceda a información clara sobre seguridad, beneficios y características del producto. Se priorizan canales directos y virtuales que fortalezcan la imagen de Baños como destino de aventura saludable. (FO3, FA1).
Promoción	La promoción dejará de enfocarse únicamente en la adrenalina y el riesgo, para resaltar los aportes al bienestar físico y emocional. Se destacarán aspectos como la seguridad, la disminución del estrés, el equilibrio personal y la conexión con la naturaleza, posicionando a Baños de Agua Santa como un destino diferenciado dentro del turismo de aventura. (DO1, DO2, FA1, DA1).

Nota. La ponderación se realizó para priorizar las estrategias del cruce FODA, considerando el respaldo obtenido a partir de la información levantada en encuestas y entrevistas.

Análisis

En el componente Producto, se prioriza el diseño de experiencias integrales de turismo de aventura orientadas al bienestar físico y mental, coherente con la percepción positiva del visitante respecto a los beneficios de estas actividades.

El componente Precio se fundamenta en la valoración expresada por los turistas, quienes asocian el bienestar con un mayor valor percibido de la experiencia, justificando estrategias de paquetes integrados accesibles.

La Plaza se articula con la necesidad, identificada en las entrevistas, de fortalecer la coordinación entre operadores locales y canales digitales para mejorar el acceso a la información.

Finalmente, la Promoción sintetiza las estrategias mejor ponderadas, enfocándose en comunicar de manera clara los beneficios físicos, mentales y de seguridad, permitiendo posicionar a Baños de Agua Santa como un destino de aventura orientado al bienestar.

4.3.4. Componentes clave de una estrategia promocional que articule de manera efectiva los beneficios para la salud física y mental derivados del turismo de aventura, a través del diseño de un producto turístico.

Este proceso se sustentó en el diseño de productos turísticos diferenciados, dirigidos al turista nacional y al turista internacional, identificación de las principales actividades de turismo de aventura ofrecidas en el cantón Baños de Agua Santa y en la percepción de los visitantes sobre los efectos de estas actividades en su bienestar físico y emocional, lo que permitió orientar la propuesta hacia una estrategia promocional basada en el valor agregado del destino.

4.3.4.1. Producto turístico para el turista internacional



Design of the Tourism Product "Adventure Wellness Route"

Tabla 50

Caracterización del producto

Elemento de Caracterización	Descripción Sintetizada del Producto
Nombre del Producto	Adventure Wellness Route
Tipo de Producto	Paquete turístico integral de aventura con enfoque en bienestar físico y mental
Ubicación	Cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua – Ecuador
Duración	3 días / 2 noches
Modalidad de Circuito	Circuito mixto (urbano–natural), con inicio y cierre en el centro del cantón
Nivel de Dificultad	Moderado, con actividades progresivas y controladas
Segmento Objetivo	Jóvenes y adultos, turistas extranjeros interesados en experiencias activas, naturaleza y equilibrio emocional
Propuesta de Valor	Integración de turismo de aventura con beneficios orientados al fortalecimiento físico, regulación emocional y conexión consciente con el entorno natural.
Componentes Principales	Aventura (rafting, canopy, canyoning, ciclismo, puenting), recreación temática, contemplación paisajística, experiencia gastronómica local
Enfoque Diferencial	Reconfigura la aventura tradicional como experiencia saludable, superando el enfoque exclusivo en adrenalina
Estructura Experiencial	Desarrollo progresivo: activación corporal inicial, retos de superación y cierre con actividades de relajación y contemplación
Servicios Incluidos	Hospedaje, alimentación, transporte interno, guianza especializada, acceso a atractivos, seguro y soporte operativo
Impacto Esperado en el Visitante	Mejora en percepción de bienestar físico y mental, alta satisfacción, intención de recomendación y recordación del paquete
Viabilidad Económica	Estructurado para grupos de 15 personas, con margen proyectado positivo y evaluación de rentabilidad en posicionamiento y ventas

Nota. La tabla describe las características principales del producto turístico.

El paquete turístico “Adventure Wellness Route” ha sido diseñado como una propuesta integral que combina el turismo de aventura con el bienestar físico y mental, permitiendo a los visitantes vivir experiencias activas, seguras y conscientes en uno de los destinos más emblemáticos del Ecuador: Baños de Agua Santa, en la provincia de Tungurahua.

A lo largo de un recorrido de tres días y dos noches, los visitantes participan en actividades representativas del turismo de aventura como senderismo, ciclismo de montaña, canopy, canyoning, puenting y rafting, complementadas con recorridos turísticos tradicionales que forman parte de la identidad local, tales como el Animal Park, Dinos Park, la Ruta de las Cascadas, el Mega Adventure Park, la Casa del Árbol, Mano de Dios y la visita a una chocolatera artesanal.

Estas experiencias han sido organizadas de manera progresiva, permitiendo la activación corporal, el manejo de emociones, el contacto directo con la naturaleza y espacios de recuperación física y mental.

De esta manera, “Adventure Wellness Route” se consolida como una alternativa innovadora que integra aventura, naturaleza y salud, fortaleciendo el posicionamiento de Baños de Agua Santa como un destino de experiencia turística integral.

Tabla 51

Diseño del Circuito Turístico

Circuito: "Adventure Wellness Route"	
Ubicación: Cantón Baños de Agua Santa – Provincia de Tungurahua	
Tipo de Circuito	Circuito turístico mixto (urbano–natural), con inicio y finalización en el centro de Baños de Agua Santa. El recorrido combina desplazamientos terrestres, senderos naturales y tramos acuáticos, integrando actividades de aventura, naturaleza y recreación tradicional del destino.
Accesibilidad y Dificultad	Dificultad moderada, diseñada para turistas con condición física promedio. El circuito contempla actividades de esfuerzo progresivo, pausas de descanso, acompañamiento guiado y protocolos de seguridad, garantizando una experiencia segura y controlada.
Temática del Recorrido	El circuito se desarrolla bajo la temática de turismo de aventura con enfoque en salud física y mental, en coherencia con las estrategias de mayor ponderación de cruce FODA, las cuales reflejan la percepción del visitante sobre los beneficios del contacto con la naturaleza, el movimiento corporal y equilibrio personal.
Puntos de Interés	El recorrido integra los principales atractivos turísticos del cantón, entre los que se incluyen: Parque Central de Baños, Dinos Park, Animal Park, Ruta de las Cascadas, tarabita, Mega Adventure Park, Laberinto de Espejos, rutas de ciclismo de montaña, canopy, canyoning, puenting, Casa del Árbol, Mano de Dios, chocolatera artesanal y rafting en el río Pastaza. Estos puntos permiten una experiencia diversa, dinámica y representativa del destino.
Perfil del Visitante	Dirigido a turistas nacionales y extranjeros, jóvenes y adultos, interesados en experiencias activas, contacto con la naturaleza y bienestar integral. El circuito es ideal para visitantes que buscan aventura moderada, desconexión del estrés cotidiano y experiencias significativas en entornos naturales.
Duración y Experiencia	Duración total de 3 días y 2 noches, permitiendo una vivencia completa del destino. La experiencia se estructura de manera progresiva: activación física inicial, retos de aventura y cierre con actividades de contemplación y recuperación, asegurando una experiencia equilibrada, enriquecedora y sostenible.

Nota. Presenta el diseño general del circuito turístico "Adventure Wellness Route", orientado a integrar actividades de aventura, naturaleza y bienestar en el cantón Baños de Agua Santa.

4.3.4.1.1. Guion turístico para acompañar el producto turístico

Bienvenida

El producto turístico *"Adventure Wellness Route",* da inicio con una percepción orientada a preparar a los visitantes para una experiencia de turismo de aventura con enfoque en bienestar físico y mental, priorizando la seguridad, la disposición emocional y la conexión con el entorno natural.

A lo largo de este recorrido exploraremos escenarios únicos como la Ruta de las Cascadas, el Animal Park, la Casa del Árbol, Mano de Dios y espacios naturales que invitan a la contemplación y la calma. Además, viviremos experiencias de aventura como senderismo, ciclismo de montaña, canopy, canyoning, puenting y rafting, actividades que no solo activan el cuerpo, sino que también fortalecen la confianza, la concentración y la conexión con el entorno.

Punto de encuentro

Iniciaremos nuestro recorrido en el parque central de Baños de Agua Santa. Este punto de encuentro representa el corazón turístico del cantón, desde donde se articulan las principales rutas, actividades y experiencias que han consolidado a Baños como un referente de naturaleza, emocional y bienestar.

Descripción de Espacios Turísticos de Uso Recreativo

Ilustración 3

Parque Central del cantón Baños de Agua Santa



Nota. Espacio emblemático del destino que funciona como punto de inicio y encuentro del circuito turístico propuesto; tomada por el equipo de investigación (2025).

Parque Central de Baños de Agua Santa

Tipo: Arquitectura

Subtipo: Espacio Público

El Parque Central de Baños de Agua Santa es un lugar ofrece un ambiente adecuado para la organización inicial del recorrido. En este espacio se realiza la charla introductoria sobre seguridad, bienestar físico y mental, permitiendo preparar a los visitantes antes de iniciar las actividades de aventura, favoreciendo la concentración y la disposición emocional.

Ilustración 4

Dinos Park



Nota. Atractivo recreativo integrado al circuito turístico, orientado al entretenimiento y la experiencia familiar.; tomada por DinosauriosPark (2023).

Dinos Park

Tipo: Arquitectura

Subtipo: Infraestructura recreativa

Dinos Park es un parque temático que combina recreación y aprendizaje a través de réplicas de dinosaurios a tamaño real, ubicadas en un entorno natural. El recorrido se realiza mediante senderos accesibles que permiten una caminata ligera, favoreciendo una actividad física moderada mientras se estimula la curiosidad y el aprendizaje. Esta experiencia genera un ambiente tranquilo que aporta al bienestar emocional y a la recreación en contacto con la naturaleza. **Aquí podrán disfrutar de:** Caminatas recreativas, educación temática**,** relajación emocional.

Ilustración 5

Animal Park



Nota. Atractivo turístico que promueve el contacto con la naturaleza y la recreación en entornos controlados; tomada por el equipo de investigación (2025).

Animal Park

Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas

Subtipo: Centros de Exhibición de Flora y Fauna

Animal Park es un atractivo turístico enfocado en la conservación y el cuidado de especies animales, donde los visitantes pueden conocer e interactuar de forma responsable con la fauna. Este espacio combina aprendizaje y recreación, permitiendo una experiencia más consciente y cercana a la naturaleza. Además, el entorno tranquilo contribuye a generar bienestar emocional y momentos de relajación.

Aquí podrán disfrutar de: Observación de fauna, educación ambiental, bienestar emocional y relajación.

Ilustración 6

Ruta de las Cascadas



Nota. Recorrido natural representativo del destino; tomada por el equipo de investigación (2025).

Ruta de las Cascadas

Tipo: Ríos

Subtipo: Cascada

La Ruta de las Cascadas es uno de los recorridos turísticos más emblemáticos de Baños de Agua Santa, caracterizado por la presencia de múltiples cascadas y miradores naturales a lo largo del trayecto. Este recorrido combina desplazamiento, caminatas y observación del paisaje.

El sonido del agua y el entorno natural favorecen la desconexión mental, mientras que las caminatas contribuyen a la activación física moderada y al equilibrio emocional.

Aquí podrán disfrutar de: Observación de cascadas, paisajes y conexión con la naturaleza

Ilustración 7

Mega Adventure Park



Nota. Centro de actividades de aventura que forma parte de la oferta turística activa del cantón; tomada por Guía Oficial de Turismo (2026)

Mega Adventure Park

Tipo: Arquitectura

Subtipo: Infraestructura recreativa

Mega Adventure Park está especializado en actividades de turismo de aventura, que ofrece experiencias de altura y destreza física en un entorno seguro. Este espacio está diseñado para estimular la superación personal y el control emocional. Las actividades que se realizan fortalecen la confianza, la coordinación y la resistencia física, generando sensaciones de logro y bienestar psicológico

Aquí podrán disfrutar de: Actividades de aventura controlada y **s**uperación personal.

Ilustración 8

Laberinto de Espejos



Nota. Atractivo recreativo complementario que aporta diversidad a la experiencia turística del circuito; tomada por Vuelton (2024).

Laberinto de Espejos

Tipo: Arquitectura

Subtipo: Infraestructura recreativa.

El Laberinto de Espejos es un atractivo recreativo que propone una experiencia sensorial y cognitiva mediante recorridos visuales y espaciales. Este espacio estimula la percepción, la atención y la orientación.

La actividad favorece la concentración mental y el entretenimiento, aportando un componente lúdico al itinerario turístico.

Aquí podrán disfrutar de: Actividad recreativa y diversión y concentración.

Ilustración 9

Ciclismo de montaña



Nota. Actividad de turismo de aventura que fomenta la actividad física y el contacto con el entorno natural; tomada por Geotours (2023).

Ciclismo de Montaña

Tipo: Montañas - Bosques

Subtipo: Montañas – Media montaña

El ciclismo de montaña se desarrolla en senderos naturales y vías rurales de Baños de Agua Santa, permitiendo realizar una actividad física de intensidad moderada en contacto directo con la naturaleza. Esta práctica favorece el fortalecimiento del sistema cardiovascular, mejora la coordinación y aumenta la resistencia física. Al mismo tiempo, el entorno natural ayuda a liberar el estrés y mejorar el estado de ánimo del visitante.

Aquí podrán disfrutar: Fortalecimiento muscular y bienestar mental.

Ilustración 10

Canopy extremo



Nota. Actividad de aventura incluida en el circuito, orientada a la superación personal y la experiencia activa; tomada por Geotours (2023).

Canopy Extremo

Tipo: Bosques

Subtipo: Montano bajo

El canopy permite el desplazamiento aéreo a través de cables suspendidos. Esta actividad combina adrenalina controlada y seguridad técnica. La experiencia favorece la superación del miedo, el fortalecimiento de la autoestima

Aquí podrán disfrutar de: Aventura aérea y control emocional.

Ilustración 11

Canyoning



Nota. Actividad de turismo de aventura desarrollada en entornos naturales del cantón; tomada por Samarispa (2026).

Canyoning y Paquete Puenting

Tipo: Ríos

Subtipo: Cascada

El canyoning consiste en el descenso por cañones naturales con presencia de agua, mientras que el puenting implica un salto controlado desde una plataforma elevada. Ambas actividades representan retos físicos y mentales de alto impacto emocional.

Aquí podrán disfrutar de: Reto personal y control emocional

Ilustración 12

Casa del Árbol



Nota. Atractivo turístico icónico del cantón, integrado como punto representativo del circuito; tomada por Guía Oficial de Turismo (2026).

Casa del Árbol

Tipo: Arquitectura

Subtipo: Infraestructura recreativa

La Casa del Árbol es uno de los atractivos más icónicos de Baños de Agua Santa, reconocida por sus miradores y columpios con vistas panorámicas. Este espacio invita a la contemplación del paisaje andino. La visita promueve la calma, la reflexión y el bienestar emocional, constituyendo un punto de conexión con el entorno natural.

Aquí podrán disfrutar de: Observación panorámica, bienestar emocional y conexión con el paisaje.

Ilustración 13

Mano de Dios



Nota. Mirador turístico que aporta valor paisajístico y experiencial al recorrido propuesto; tomada por el equipo de investigación (2025).

Mano de Dios

Tipo: Arquitectura

Subtipo: Infraestructura recreativa

La Mano de Dios es una estructura turística representativa del cantón, desde donde se puede apreciar el paisaje natural en una vista elevada. Con el tiempo, se ha convertido en un ícono que forma parte de la identidad turística de Baños. La experiencia permite al visitante disfrutar de un momento de contemplación, generando sensaciones de calma y asombro que aportan al equilibrio emocional.

Aquí podrán disfrutar de: Contemplación del paisaje y relajación mental.

Ilustración 14

Chocolatera artesanal



Nota. Experiencia gastronómica local integrada al circuito como complemento cultural y recreativo; tomada por tomada por el equipo de investigación (2025).

Chocolatera Artesanal

Tipo: Acervo Cultural y Popular

Subtipo: Gastronomía

La chocolatera artesanal ofrece una experiencia sensorial que permite conocer el proceso de elaboración del chocolate a partir del cacao. La visita incluye degustación de productos locales. Esta actividad aporta un cierre relajado al itinerario, estimulando los sentidos y generando satisfacción y bienestar.

Aquí podrán disfrutar de: Experiencia sensorial, degustación de chocolate y relajación y disfrute.

Ilustración 15

Rafting en el río Pastaza



Nota. Actividad de turismo de aventura que combina ejercicio físico, naturaleza y experiencia controlada; tomada por GeoTours (2023).

Rafting en el río Pastaza

Tipo: Ríos

Subtipo: Ríos

El rafting se desarrolla en el río Pastaza, uno de los espacios más representativos para esta actividad en Baños de Agua Santa. Se practica en grupo, lo que fomenta la coordinación, la confianza y el trabajo en equipo. La interacción directa con el agua y la energía del río permite liberar tensiones y fortalecer la condición física, convirtiéndose en una experiencia dinámica y revitalizante.

Aquí podrán disfrutar de: Trabajo en equipo, actividad física intensa y control del estrés.

Despedida y Agradecimiento

Con esto finalizamos nuestro recorrido. Durante estos tres días compartimos actividades de aventura y visitamos lugares representativos que nos permitieron mantenernos activos, despejar la mente y fortalecer nuestra conexión con la naturaleza, reconociendo cómo estas experiencias aportan al bienestar físico y emocional.

Agradecemos su confianza y disposición para vivir cada actividad de manera segura y responsable. Esperamos que este itinerario haya sido más que una experiencia llena de emoción, y que se lleven no solo buenos recuerdos, sino también una reflexión sobre la importancia del equilibrio y el cuidado personal.

Ilustración 16

Mapa turístico del circuito de atractivos de Baños de Agua Santa



Nota. El mapa turístico presenta la localización de los principales atractivos que conforman el circuito turístico, con el fin de facilitar su identificación y comprensión dentro de la propuesta de diseño del producto turístico. **Fuente:** (Google Earth, 2026).

Tabla 52

Distribución del trayecto del circuito turístico por días.

DÍA	TRAYECTO	DISTANCIA APROX. (KM)	TIEMPO ESTIMADO	CARACTERÍSTICAS DEL TRAMO
Día 1	Parque Central – Dinos Park	2 km	8 min	Traslado urbano inicial en vía asfaltada, acceso directo y señalizado.
	Dinos Park – Animal Park	1.5 km	5 min	Trayecto corto en zona turística, entorno natural recreativo.
	Animal Park – Ruta de las Cascadas	4 km	15 min	Ruta escénica con miradores y vegetación abundante.
	Ruta de las Cascadas- Mega Adventure Park	3 km	10 min	Tramo natural cercano a actividades de aventura.
	Mega Adventure Park – Centro de Baños	5 km	15 min	Retorno progresivo hacia zona urbana consolidada.
	Centro de Baños – Laberinto de Espejos	0.5 km	3 min	Desplazamiento urbano corto, actividad recreativa complementaria.
	Laberinto – Zona de Ciclismo de Montaña	6 km	20 min	Transición hacia entorno rural y senderos naturales de media montaña.
Día 2	Ciclismo – Canopy Extremo	2 km	7 min	Acceso a bosque montano bajo, infraestructura de aventura controlada.
	Canopy – Zona Canyoning/Puenting	3 km	12 min	Área cercana a ríos y cañones naturales, terreno técnico.
	Zona de Aventura – Centro de Baños	5 km	15 min	Retorno urbano para descanso y alojamiento.
	Centro de Baños – Casa del Árbol	7 km	25 min	Ascenso en vía asfaltada con curvas y vistas panorámicas del valle andino.
	Casa del Árbol – Mano de Dios	2 km	8 min	Tramo en altura con miradores naturales.
Día 3	Mano de Dios – Chocolatera Artesanal	6 km	20 min	Descenso hacia zona urbana con actividad cultural-gastronómica.
	Centro de Baños – Río Pastaza (Rafting)	4 km	15 min	Acceso a zona fluvial, entorno natural con infraestructura para actividad acuática.
	Río Pastaza – Centro de Baños	4 km	15 min	Retorno final al punto base del circuito.

Nota. La tabla detalla el recorrido diario del circuito turístico propuesto, con el fin de garantizar una experiencia organizada, accesible y segura para el visitante.

Tabla 53

Diseño de itinerario del producto

DESCUBRE AVENTURA SIN LÍMITES	
Producto	"Adventure Wellness Route"
Duración	3 días / 2 noche
Dificultad	Moderada
Dia 1	
Hora	**Actividad**
08:00	Punto de encuentro en el parque central, charla introductoria sobre seguridad, respiración consciente y bienestar físico –mental
08:30	Visita a Dinos Park
10:30	Visita Animal Park
12:30	Almuerzo típico saludable
14:00	Recorrido de la Ruta de las Cascadas
15:30	Visita al Mega Adventure Park
18:00	Retorno a Baños
19:30	Cena y alojamiento en hospedaje Samari Spa Resort
Dia 2	
Hora	Actividad
08:00	Desayuno
09:00	Visita al Laberinto de Espejos
11:00	Ciclismo de Montaña
12:30	Almuerzo
14:00	Canopy Extremo
15:30	Canyoning y Paquete Puenting
18:00	Cena y alojamiento en hostería Monte Selva - Spa Termal
19:30	Tiempo libre
Dia 3	
Hora	Actividad
08:00	Desayuno
09:30	Casa del Árbol
10:30	Mano de Dios
12:00	Almuerzo
14:00	Chocolatera Artesanal
15:30	Rafting en el río Pastaza
18:00	Descanso activo
18:30	mensaje final de bienestar y despedida

Nota. La tabla muestra el itinerario del producto turístico, que integra actividades de aventura y bienestar.

Tabla 54

Hoja de Costos del Producto Turístico

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO / ACTIVIDAD	DÍAS	COSTO POR PERSONA (USD)	COSTO TOTAL
	Desayunos (hospedajes incluidos)	2	3.00	90.00
Alimentación	Almuerzos típicos saludables	3	3.00	135.00
	Cenas	2	3.00	90.00
	Samari Spa Resort	1	45.00	675.00
	Hostería Monte Selva – Spa Termal	1	45.00	675.00
	Ciclismo de montaña	1	10.00	150.00
	Canopy extremo	1	10.00	150.00
	Canyoning	1	10.00	150.00
	Puenting	1	10.00	150.00
Hospedaje	Rafting río Pastaza	1	10.00	150.00
	Dinos Park	1	4.00	60.00
	Animal Park	1	4.00	60.00
	Ruta de las Cascadas	1	3.00	45.00
	Mega Adventure Park	1	10.00	150.00
	Laberinto de Espejos	1	3.00	45.00
	Casa del Árbol – Mano de Dios	1	2.00	30.00
Recreativo	Chocolatera artesanal	1	3.00	45.00
Transporte	Transporte interno turístico	3	4.00	180.00
Guianza	Guía turístico especializado	3	4.00	180.00
Imprevistos	Botiquín de primeros auxilios – seguro de vida.	3	2.00	90.00
10% SERVICIOS				330
15% IVA				495
10% COMISIONES				330
TOTAL GENERAL				4.455÷ 15=**297**

Nota. *Los costos reflejan la estructuración del producto turístico para 15personas.*

Tabla 55

Presupuesto para el turista por persona

Concepto	Detalle del servicio incluido	Costo por persona
Hospedaje	2 noches en Samari Spa Resort y Hostería Monte Selva – Spa Termal	120.00
Alimentación	2 desayunos, 3 almuerzos y 2 cenas	30.00
Actividades de aventura	Ciclismo, canopy, canyoning, puenting y rafting	100.00
Atractivos turísticos	Dinos Park, Animal Park, Ruta de Cascadas, Mega Adventure Park, Casa del Árbol, Mano de Dios, chocolatera	40.00
Transporte turístico	Movilización interna durante los 3 días	25.00
Guianza especializada	Acompañamiento profesional	10.00
Servicios y seguros	Equipo, botiquín y soporte operativo, seguro de vida	20.00
Comisiones y gestión	Organización del paquete	50.00
SUBTOTAL		480
IVA 15 %		72
TOTAL A PAGAR POR PERSONA		**$395**

Nota. La tabla detalla el presupuesto estimado por persona del producto turístico, considerando los servicios incluidos, costos operativos y el valor total a pagar con IVA.

Tabla 56

Servicios y recomendaciones del paquete turístico

INCLUYE	NO INCLUYE	RECOMENDACIÓN
Alojamiento	Comidas y Bebidas extras, propinas, gastos personales no especificados en el paquete.	Llevar ropa cómoda
Guía		Zapatos cómodos para caminar
Transporte		Cámara fotográfica
Acceso a atractivos		Bloqueador solar
Alimentación		hidratación (botella/cantimplora
Seguro de vida		Snacks energéticos (frutos secos)

Nota. La tabla presenta los servicios, así como recomendaciones generales para garantizar una experiencia segura y satisfactoria durante el desarrollo de las actividades.

Tabla 57

Etapas para el diseño de la estrategia de comunicación del producto

ETAPA	¿QUÉ SE HACE?	CÓMO SE APLICA EN "RUTA DEL BIENESTAR AVENTURERO"	EJEMPLO PRÁCTICO EN EL PRODUCTO
1. Identificación de la audiencia objetivo	Determinar a quién va dirigido el mensaje (perfil, intereses, necesidades).	Delimitar turistas nacionales/extranjeros, jóvenes y adultos con interés en aventura moderada + bienestar físico y mental.	Dirigido a personas que buscan mantenerse activas, en contacto con la naturaleza y reducir el estrés durante una experiencia.
2. Definir los objetivos de la comunicación	Establecer qué se desea lograr con el mensaje (posicionar, vender, informar, fidelizar).	Plantear objetivos claros: posicionar el paquete como aventura saludable, incrementar intención de compra y mejorar recordación del nombre del producto.	La idea es que el visitante relacione a Baños con aventura y bienestar en una sola experiencia integral.
3. Diseñar el mensaje	Construir el contenido central: beneficios, promesa, tono, argumentos.	El contenido debe resaltar los beneficios de cada actividad, vinculándolos con la activación física, el equilibrio emocional y la desconexión mental.	Por ejemplo: "Vive una aventura segura que fortalece tu cuerpo y libera el estrés, combinando trekking, canopy, rafting y espacios de relajación".
4. Canales de comunicación:	Seleccionar dónde se difundirá (redes, aliados, puntos físicos, web, etc.).	La difusión se realizará a través de redes sociales, alianzas con operadoras, puntos de información turística y establecimientos de hospedaje.	Se pueden utilizar videos cortos por actividad, afiches informativos y promoción en páginas locales de turismo.
5. Fuente del mensaje	Definir quién comunica (marca, guía, operador, profesional aliado).	Priorizar voceros con credibilidad: guías certificados, operadoras de aventura y aliados del área de bienestar (ej. fisioterapeuta/coach).	El guía puede explicar los beneficios durante el recorrido y un aliado reforzar recomendaciones de cuidado y recuperación.
6. Evaluación de resultados	Se propone medir el impacto mediante encuestas al finalizar la experiencia.	Aplicar instrumentos simples: encuestas post-experiencia, comentarios en redes, registro de ventas y satisfacción por jornada.	Se evaluará la satisfacción, la percepción de bienestar, la intención de recomendación y el reconocimiento del nombre del paquete.

Nota. Describe las etapas principales para el diseño y aplicación de la estrategia de comunicación, vinculando los objetivos promocionales con acciones prácticas orientadas al posicionamiento del paquete.

4.3.4.1.2. Promoción del producto turístico integrado para la diversificación de la oferta turística de Baños de Agua Santa



Nota. La hoja promocional esta alineado con las estrategas de mayor ponderación identificadas en la investigación; tomada por (GeoTours, 2023; autoría de las investigadoras, 2025).

4.3.4.2. Producto turístico para el turista nacional



Diseño del Producto Turístico "Experiencia Progresiva de Aventura y Bienestar"

Tabla 58

Caracterización del producto

Elemento Estratégico	Síntesis del Producto "Ruta Integral de Aventura y Bienestar"
Nombre del Producto	Experiencia Progresiva de Aventura y Bienestar
Ubicación	Cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua – Ecuador
Duración	1 día (08h00 – 17h00)
Concepto Central	Producto turístico full day que integra aventura, naturaleza y bienestar físico–mental mediante un circuito progresivo de activación, reto y superación personal.
Estructura del Recorrido	Desayuno energético → Ruta de los Miradores → Ruta de las Cascadas (bicicleta) → Almuerzo → Canopy → Canyoning → Puenting → Cierre experiencial
Tipo de Experiencia	Turismo activo con enfoque en salud integral, combinando paisajismo, actividad física moderada y deportes de aventura controlados.
Nivel de Dificultad	Moderado, adaptable a condición física promedio, con acompañamiento técnico y protocolos de seguridad.
Segmento Objetivo	Jóvenes y adultos, turistas nacionales interesados en experiencias dinámicas, contacto con la naturaleza y liberación de estrés
Propuesta de Valor	Transformar la aventura tradicional en una experiencia saludable que fortalece resistencia física, equilibrio emocional y conexión consciente con el entorno natural
Diferenciación Competitiva	Integra adrenalina controlada con bienestar integral, superando la oferta basada únicamente en emoción extrema
Impacto Esperado	Incremento en satisfacción del visitante, mayor percepción de valor, intención de recomendación y posicionamiento del destino como aventura saludable
Viabilidad Operativa	Circuito con distancias cortas entre actividades, optimización de tiempos y articulación con operadoras locales certificadas

Nota. La tabla describe las características principales del producto turístico.

El producto turístico “Experiencia Progresiva de Aventura y Bienestar” se propone como una opción full day en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua. Esta propuesta integra actividades de turismo activo con un enfoque orientado al bienestar físico y mental. Durante toda la jornada, el visitante realiza un recorrido planificado que combina paisajes naturales y deportes de aventura de manera progresiva, iniciando con una activación suave, pasando por actividades de mayor intensidad y finalizando con un momento de equilibrio y relajación.

El itinerario contempla ciclismo en la Ruta de las Cascadas, canopy, canyoning y puenting, complementado con espacios adecuados para alimentación y descanso, garantizando seguridad y organización. Está dirigido principalmente a turistas nacionales, jóvenes y adultos que buscan experiencias dinámicas, contacto con la naturaleza y reducción del estrés. Así, la propuesta no solo ofrece aventura, sino que la transforma en una experiencia saludable, aportando valor agregado y fortaleciendo el posicionamiento de Baños como destino de aventura con enfoque integral en bienestar

Tabla 59

Diseño del Circuito Turístico

Circuito: Experiencia Progresiva de Aventura y Bienestar	
Ubicación: Cantón Baños de Agua Santa – Provincia de Tungurahua	
Tipo de Circuito	Circuito turístico mixto (urbano–natural) de modalidad full day, con inicio y cierre en el centro de Baños de Agua Santa. Integra desplazamientos cortos por carretera asfaltada, tramos panorámicos y actividades de aventura controlada en entornos naturales
Accesibilidad y Dificultad	Nivel de dificultad moderado. Diseñado para visitantes con condición física promedio. Combina caminatas ligeras, recorrido en bicicleta con pendiente descendente y actividades de aventura supervisadas por operadores certificados, bajo protocolos de seguridad establecidos.
Temática del Recorrido	Turismo de aventura con enfoque en bienestar físico y equilibrio emocional. El circuito promueve la activación cardiovascular, la superación personal y la conexión con el paisaje natural, articulando adrenalina controlada con experiencias de contemplación escénica
Puntos de Interés	Parque Central de Baños, Mirador Bellavista, Mirador La Virgen, Cabellera de la Virgen, Cascada Agoyán, Manto de la Novia, Pailón del Diablo, zona de canopy sobre el río Pastaza, área de canyoning y puente para puenting.
Perfil del Visitante	Orientado a turistas nacionales y extranjeros, jóvenes y adultos, interesados en experiencias activas de corta duración. Adecuado para personas que buscan aventura moderada, contacto con la naturaleza y actividades que generen bienestar físico y satisfacción emociona
Duración y Experiencia	Experiencia de 1 día (08:00 – 17:00). El recorrido se desarrolla de forma progresiva: activación ligera en miradores, dinamismo natural en la ruta de cascadas y culminación con deportes de aventura, garantizando una vivencia intensa pero equilibrada.

Nota. Presenta el diseño general del circuito turístico orientado a integrar actividades de aventura, naturaleza y bienestar en el cantón Baños de Agua Santa.

4.3.4.2.1. Guion turístico para acompañar el producto turístico

Bienvenida

El producto turístico "Experiencia Progresiva de Aventura y Bienestar" da inicio con una propuesta orientada a integrar naturaleza, aventura y equilibrio físico-mental en una jornada estructurada que prioriza la seguridad, la disposición emocional y la conexión con el entorno natural. Esta experiencia está diseñada para preparar a los visitantes mediante una activación progresiva que combina contemplación paisajística, movilidad moderada y actividades de aventura controlada.

A lo largo del recorrido exploraremos espacios representativos como la Ruta de los Miradores y la Ruta de las Cascadas, además de vivir experiencias de aventura como canopy, canyoning y puenting. Estas actividades no solo activan el cuerpo, sino que también fortalecen la confianza, la concentración y la capacidad de afrontar desafíos personales en un entorno natural seguro.

Punto de encuentro

Iniciaremos nuestro recorrido en el Parque Central de Baños de Agua Santa, considerado el corazón turístico del cantón. Este punto estratégico permitirá la organización del grupo, la inducción de seguridad y la preparación previa a la jornada, consolidándose como el espacio de articulación de las principales rutas y actividades que caracterizan al destino como referente de naturaleza, aventura y bienestar integral.

Descripción de Espacios Turísticos de Uso Recreativo

Ilustración 17

Ruta de los Miradores



Nota: Contribuye a la movilidad ligera, reduce el estrés y genera conexión directa con el paisaje natural, fomentando la apreciación del entorno; tomada por Geotours (2023).

Ruta de los Miradores

Tipo: Paisaje Natural

Subtipo: Miradores Panorámicos

La Ruta de los Miradores es un recorrido escénico que permite contemplar amplias vistas de Baños de Agua Santa y del volcán Tungurahua. A lo largo del trayecto se visitan puntos como el Mirador Bellavista y el Mirador La Virgen, desde donde se aprecia el paisaje montañoso, el valle y la estructura urbana del cantón. Es una actividad de corta duración que incluye caminatas suaves y momentos de contemplación, por lo que resulta accesible y de baja exigencia física.

En este espacio se puede disfrutar de la observación del paisaje, fotografía, contacto con la naturaleza y momentos de tranquilidad que aportan al bienestar emocional.

Ilustración 18

Ruta de las Cascadas



Nota. Recorrido natural representativo del destino; tomada por el equipo de investigación (2025).

Ruta de las Cascadas

Tipo: Ríos

Subtipo: Cascada

La Ruta de las Cascadas es uno de los recorridos turísticos más emblemáticos de Baños de Agua Santa, caracterizado por la presencia de múltiples cascadas y miradores naturales a lo largo del trayecto. Este recorrido combina desplazamiento, caminatas y observación del paisaje.

El sonido del agua y el entorno natural favorecen la desconexión mental, mientras que las caminatas contribuyen a la activación física moderada y al equilibrio emocional.

Aquí podrán disfrutar de: Observación de cascadas, paisajes y conexión con la naturaleza

Ilustración 19

Canopy extremo



Nota. Actividad de aventura incluida en el circuito, orientada a la superación personal y la experiencia activa; tomada por Geotours (2023).

Canopy Extremo

Tipo: Bosques

Subtipo: Montano bajo

El canopy permite el desplazamiento aéreo a través de cables suspendidos. Esta actividad combina adrenalina controlada y seguridad técnica. La experiencia favorece la superación del miedo, el fortalecimiento de la autoestima

Aquí podrán disfrutar de: Aventura aérea y control emocional.

Ilustración 20

Canyoning



Nota. Actividad de turismo de aventura desarrollada en entornos naturales del cantón; tomada por Samarispa (2026).

Canyoning y Paquete Puenting

Tipo: Ríos

Subtipo: Cascada

El canyoning consiste en el descenso por cañones naturales con presencia de agua, mientras que el puenting implica un salto controlado desde una plataforma elevada. Ambas actividades representan retos físicos y mentales de alto impacto emocional.

Aquí podrán disfrutar de: Reto personal y control emocional

Ilustración 21

Puenting Baños de Agua Santa



Nota: Activa la adrenalina de manera segura, refuerza la autoconfianza y genera una sensación de logro y liberación de estrés; tomada por Geotours (2023).

Puenting Baños de Agua Santa

Tipo: Bosques

Subtipo: Montano bajo

El puenting es una de las actividades más representativas del turismo de aventura en Baños. Consiste en lanzarse desde un puente, asegurado con arnés y cuerda elástica, viviendo una caída controlada bajo estrictas medidas de seguridad. Más allá de la adrenalina, esta experiencia permite enfrentar miedos y fortalecer la confianza personal. En lugares como el puente San Francisco y el puente de la Virgen, la actividad se desarrolla con infraestructura adecuada y personal capacitado, garantizando seguridad y acompañamiento profesional.

Aquí podrán disfrutar de: Sensaciones extremas, liberación de adrenalina, superación de miedos, fortalecimiento de la autoconfianza, contacto con la naturaleza y bienestar emocional a través de experiencias intensas y controladas.

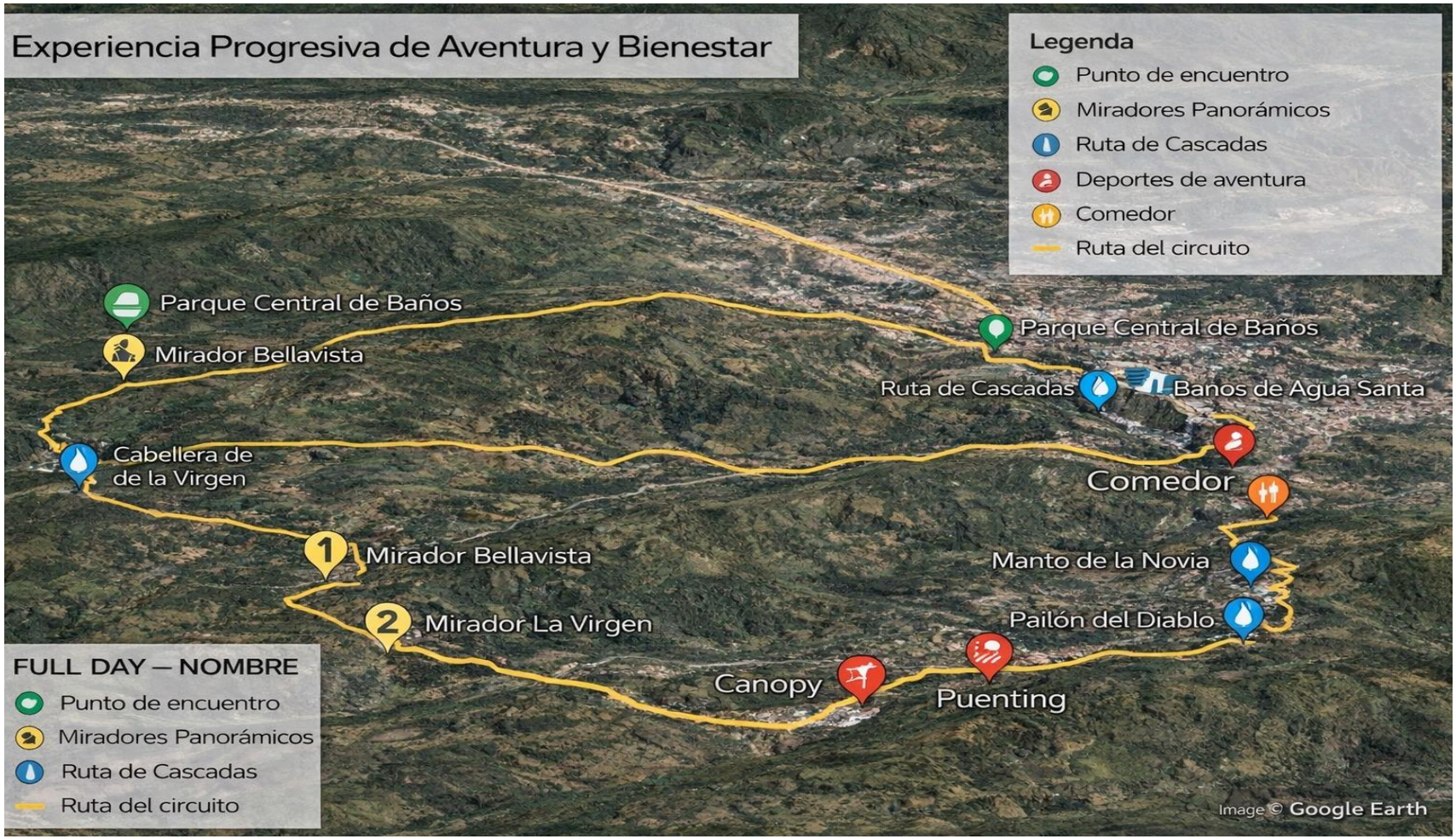
Despedida y Agradecimiento

Concluimos nuestro recorrido, donde nos hemos permitido participar en actividades de turismo de aventura y recorridos emblemáticos que nos permitieron activar el cuerpo, fortalecer la mente y conectar de manera consciente con el entorno natural, reconociendo los beneficios que estas experiencias aportan a la salud física y mental.

Agradecemos sinceramente su participación y disposición para vivir la aventura de forma segura, responsable y consciente. Esperamos que este itinerario haya sido una experiencia enriquecedora, que trascienda la adrenalina y les permita llevar consigo no solo recuerdos memorables, sino también una mayor valoración del equilibrio personal.

Ilustración 22

Mapa turístico del circuito de atractivos de Baños de Agua Santa



Nota. El mapa turístico presenta la localización de los principales atractivos que conforman el circuito turístico, con el fin de facilitar su identificación y comprensión dentro de la propuesta de diseño del producto turístico. **Fuente:** (Google Earth, 2026).

Tabla 60

Distribución del trayecto del circuito turístico por días.

Trayecto	Distancia aproximada (km)	Tiempo estimado de traslado	Características del tramo
Centro de Baños - Ruta de los Miradores (Bellavista / La Virgen)	3km	10-15 min	Vía asfaltada con pendiente moderada, acceso vehicular directo, tramo urbano con señalización turística.
Ruta de los Miradores - Inicio Ruta de las Cascadas (sector Cabellera de la Virgen)	4km	15 min	Vía asfaltada, salida hacia la vía Baños–Puyo, tránsito turístico frecuente, paisaje montañoso
Ruta de las Cascadas (Cabellera de la Virgen - Pailón del Diablo)	18km	1h30 - 2h	Ruta escénica, ciclovía señalizada en varios tramos, pendiente descendente, vista al río Pastaza y múltiples cascadas
Pailón del Diablo → Centro de Baños (almuerzo)	18km	40-50	Retorno por vía estatal E30, carretera asfaltada en buen estado, tránsito moderado.
Centro de Baños → Canopy (sector Río Pastaza)	2km	5-10 min	Acceso cercano al casco urbano, vía asfaltada, tramo corto y seguro.
Canopy → Canyoning (sector cascada cercana o afluente del Pastaza)	3km	10 min	Vía secundaria asfaltada y corto tramo empedrado, acceso controlado por operadoras turísticas.
Canyoning → Puenting (Puente San Francisco o similar)	5km	15 min	Vía asfaltada con pendiente leve, puente sobre el río Pastaza, zona de operación turística regulada.
Puenting → Centro de Baños	4km	10-15 min	Retorno por vía principal, tramo urbano, fácil acceso al centro histórico.

Nota. La tabla detalla el recorrido diario del circuito turístico propuesto, con el fin de garantizar una experiencia organizada, accesible y segura para el visitante.

Tabla 61

Diseño de itinerario del producto

Hora	Actividad	Descripción Técnica
08:00 – 08:40	Desayuno energético	Alimentación balanceada (proteína + carbohidrato ligero). Inducción de seguridad y organización del grupo.
09:00 – 10:00	Ruta de los Miradores	Visita a Mirador Bellavista y Mirador La Virgen. Caminatas cortas y observación panorámica del volcán Tungurahua y la ciudad.
10:15 – 12:00	Ruta de las Cascadas (bicicleta)	Recorrido: Cabellera de la Virgen – Agoyán – Manto de la Novia – Pailón del Diablo. Actividad de bajo a moderado esfuerzo.
12:30 – 13:15	Almuerzo	Menú turístico en sector Río Verde o centro de Baños. Hidratación y recuperación.
13:30 – 14:15	Canopy	Deslizamiento sobre el río Pastaza. Actividad de adrenalina controlada con guía certificado.
14:30 – 15:30	Canyoning (nivel básico)	Descenso en cascada de baja dificultad con equipo técnico.
16:00 – 16:45	Puenting (opcional por turnos)	Salto controlado desde puente con operador autorizado.
16:45 – 17:00	Cierre de experiencia	Evaluación rápida de satisfacción y fotografías finales.

Nota. La tabla muestra el itinerario del producto turístico, que integra actividades de aventura y bienestar.

Tabla 62

Hoja de Costos del Producto Turístico

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO / ACTIVIDAD	COSTO TOTAL
Alimentación	Desayuno	3.50
	Almuerzo	3.50
Actividades recreativas	Ruta de los Miradores	3.00
	Ruta de las Cascadas	3.00
	Canopy	10.00
	Canyoning	10.00
	Puenting	10.00
Transporte	Transporte interno turístico	2.00
Guianza	Guía turístico especializado	5.00
Imprevistos	Botiquín de primeros auxilios	5.00
TOTAL GENERAL		**55.00**

Nota. Los costos reflejan la estructuración del producto turístico por persona.

Tabla 63

Servicios y recomendaciones del paquete turístico

INCLUYE	NO INCLUYE	RECOMENDACIÓN
Alojamiento		Llevar ropa cómoda
Guía		Zapatos cómodos para caminar
Transporte	Comidas y Bebidas extras,	Cámara fotográfica
Acceso a atractivos	propinas, gastos personales no	Bloqueador solar
Alimentación	especificados en el paquete.	hidratación (botella/cantimplora
Seguro de vida		Snacks energéticos (frutos secos)

Nota. La tabla presenta los servicios, así como recomendaciones generales para garantizar una experiencia segura y satisfactoria durante el desarrollo de las actividades.

Tabla 64

Etapas para el diseño de la estrategia de comunicación del producto

ETAPA	¿QUÉ SE HACE?	¿CÓMO SE APLICA EN "RUTA INTEGRAL DE AVENTURA Y BIENESTAR"?	EJEMPLO PRÁCTICO EN EL PRODUCTO
Activación inicial	Preparar física y mentalmente al visitante antes de iniciar actividades de mayor intensidad.	Se inicia con desayuno energético y posterior visita a la Ruta de los Miradores, permitiendo adaptación progresiva al entorno y reconocimiento del paisaje	Desayuno balanceado en el centro y recorrido por Mirador Bellavista y La Virgen para observación panorámica y fotografías.
Conexión con la naturaleza	Integrar actividad física moderada en entorno natural.	Desarrollo de la Ruta de las Cascadas en bicicleta, combinando movilidad activa con contemplación escénica	Recorrido Cabellera de la Virgen – Agoyán – Manto de la Novia – Pailón del Diablo
Recuperación intermedia	Establecer pausa estratégica para reposición energética.	Almuerzo programado luego del tramo de mayor desplazamiento, optimizando tiempos y descanso	Menú turístico en el centro de Baños con hidratación y reorganización del grupo
Reto de adrenalina controlada	Incorporar actividades de mayor intensidad bajo supervisión técnica	Implementación de canopy, canyoning y puenting con operadores certificados y protocolos de seguridad	Vuelo en canopy sobre el río Pastaza, descenso básico en cascada y salto desde puente habilitado
Integración experiencial	Consolidar la vivencia mediante reflexión y cierre emocional	Espacio final para evaluación de satisfacción, fotografías y retroalimentación del visitante	Conversatorio breve de cierre y registro fotográfico grupa
Progresividad del esfuerzo	Organizar el circuito en secuencia lógica de intensidad.	El itinerario avanza desde actividades ligeras (miradores) hasta experiencias de mayor exigencia (puenting), evitando sobrecarga temprana	Secuencia: Miradores → Cascadas → Almuerzo → Canopy → Canyoning → Puenting
Valor agregado del producto	Diferenciar la experiencia frente a oferta tradicional	Articulación entre paisaje, movimiento corporal y superación personal como eje del recorrido	El visitante no solo practica deportes, sino que vive un proceso de activación, desafío y logro personal

Nota. Describe las etapas principales para el diseño y aplicación de la estrategia de comunicación, vinculando las estrategias promocionales.

4.3.4.2.2. Promoción del producto turístico integrado para la diversificación de la oferta turística de Baños de Agua Santa



Nota. La hoja promocional esta alineado con las estrategas de mayor ponderación identificadas en la investigación; tomada por (GeoTours, 2023; autoría de las investigadoras, 2025).

4.3.5. Proponer lineamientos operativos para la implementación de la estrategia de promoción.

La implementación de las estrategias promocionales orientadas al turismo de aventura con enfoque en salud física y mental requiere lineamientos operativos claros que permitan convertir la planificación teórica en acciones concretas. En este escenario, los recursos identificados se orientan a fortalecer la comunicación del enfoque de bienestar, organizar experiencias de aventura vinculadas a la salud y optimizar los canales de comercialización, asegurando que las estrategias planteadas puedan aplicarse de manera operativa y realista.

4.3.6. Alianzas estratégicas entre prestadores de servicios turísticos e instituciones locales.

Un elemento clave para lograrlo es la creación de alianzas estratégicas entre los prestadores de servicios turísticos y las instituciones locales. La articulación con profesionales del área de la salud, como fisioterapeutas, psicólogos o instructores certificados, permitirá respaldar el componente de bienestar y dar mayor credibilidad y valor a la propuesta turística. Estas alianzas permiten fortalecer la credibilidad del producto turístico, al integrar criterios técnicos de salud y bienestar en las actividades de turismo de aventura. Asimismo, contribuyen a posicionar la oferta turística como una alternativa integral que promueve no solo la recreación, sino también el equilibrio físico y mental de los visitantes.

Tabla 65

Presupuesto de planificación del diseño de los productos turísticos.

Eje Estratégico	Acción Específica	Responsables	Materiales / Recursos	Subtotal (USD)
Diagnóstico Estratégico	Diagnóstico de la oferta turística mediante matriz FODA	Equipo investigador	Papelería, impresiones matrices, logística de reunión	120
	Cruce de variables FODA (FO, FA, DO, DA)	Asesor metodológico / Equipo técnico	Sistematización técnica, asesoría metodológica	180
	Criterio metodológico de ponderación de estrategias	Especialista en planificación estratégica	Matriz ponderada, análisis técnico especializado	200
	Identificación y priorización de estrategias	Coordinador del proyecto / Equipo técnico	Informe técnico, edición documental	100
Diseño y Creación del Producto Turístico	Diseño conceptual del producto turístico	Equipo investigador	Consultoría técnica especializada	300
	Implementación del guion turístico	Operadores turísticos	Diseño narrativo, validación con operadores	180
	Creación del mapa turístico del circuito	Diseñador gráfico / Especialista SIG	Diseño gráfico profesional, software	220
	Diseño del itinerario del producto	Planificador turístico / Coordinador operativo	Planificación técnica, estructuración horaria	150
Estructuración del Marketing Mix	Elaboración de hoja de costos	Analista financiero	Análisis financiero y operativo	120
	Determinación del presupuesto del turista	Analista financiero	Proyección financiera y segmentación	120
	Definición del producto (beneficio físico y mental)	Especialista en marketing turístico	Desarrollo conceptual y redacción técnica	100
	Determinación del precio	Analista financiero / Especialista en marketing	Análisis competitivo y estructura tarifaria	120
	Definición de plaza (canales de distribución)	Gestor comercial / Community manager	Registro en plataformas digitales	150
	Estrategia de promoción	Especialista en marketing / Community manager	Plan comunicacional estructurado	200
	Realización de hoja promocional del producto turístico	Diseñador gráfico / Equipo de marketing	Diseño gráfico, impresión inicial	250

Implementación Estratégica	Propuesta de lineamientos operativos para la estrategia de promoción	Coordinador del proyecto / Equipo técnico	Documento técnico, validación institucional	180
	Alianzas estratégicas entre prestadores e instituciones locales	Coordinador institucional / Representantes de operadoras	Reuniones, actas, formalización convenios	250
	Coordinación con actores turísticos locales	Coordinador operativo / GAD local	Taller participativo y logística	200
Lanzamiento y Evaluación	Lanzamiento del producto turístico	Equipo de marketing / Operadoras turísticas	Evento promocional, material publicitario	400
	Evaluación inicial del posicionamiento y percepción	Equipo investigador / Analista estadístico	Encuestas, análisis estadístico, informe	250

Total General Estimado

Concepto	Valor (USD)
Diagnóstico Estratégico	600
Diseño del Producto	1.090
Marketing Mix	820
Implementación Estratégica	630
Lanzamiento y Evaluación	650
TOTAL GENERAL	**3.790 USD**

Nota: Los valores presentados corresponden a estimaciones referenciales y los montos pueden variar según disponibilidad de recursos, acuerdos institucionales y condiciones del territorio.

Tabla 66

Cronograma del planteamiento de las estrategias de promoción.

ACTIVIDADES/ COMPONENTES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Diagnóstico de la oferta turística mediante matriz FODA						
Cruze de variable FODA (FO DA DO DA)						
Criterio metodológico de ponderación de estrategias						
Identificación y ponderación de estrategias						
Diseño de productos turísticos						
Implementación del guion turístico						
Creación del mapa turstco del circuito						
Diseño del itinerario del producto						
Elaboración de hoja de costo						
Determinación del presupuesto						
Definición de plaza (canales de distribución)						
Estrategia de promoción						
Realización de hojas promocionales de los productos turísticos.						
Propuesta de lineamentos operativos para la estratega de promoción						
Alanzas estratégicas entre prestadores de servicios e instituciones locales						
Coordinación con actores turísticos locales						
Lanzamiento de producto turístico						
Evaluación inicial del posicionamiento y percepción						

Nota. Se muestra la planificación de actividades del proyecto en seis meses, siguiendo un enfoque progresivo desde el diagnóstico FODA hasta el diseño, implementación y evaluación del producto turístico

4.3.7. Evaluación del impacto del marketing en posicionamiento y rentabilidad.

En este sentido, aplicar el marketing mix con un enfoque en el bienestar físico y mental permite replantear la forma en que se promociona Baños de Agua Santa. De esta manera, el destino deja de asociarse únicamente con la adrenalina y empieza a proyectarse como un espacio de aventura saludable, acorde a las nuevas preferencias del turista.

El énfasis en los beneficios físicos y emocionales responde a lo manifestado por los propios visitantes, quienes consideran estos aspectos como parte importante de su experiencia. Esto fortalece la propuesta de valor, ya que amplía la percepción sobre lo que realmente ofrece el destino y mejora su imagen, vinculando la aventura con la salud y la naturaleza.

De igual forma, optimizar la promoción y los canales de distribución contribuye a una gestión comercial más eficiente. Esta articulación facilita la llegada a nuevos segmentos interesados en experiencias saludables, lo que favorece la rentabilidad y diversifica la demanda.

En síntesis, el posicionamiento y la rentabilidad del destino se fundamentan en un análisis coherente entre el diagnóstico realizado, las estrategias priorizadas y la percepción de los actores involucrados, más que en una proyección teórica.

Tabla 67

Evaluación del Impacto del Marketing

DIMENSIÓN DEL IMPACTO INDICADOR	INDICADOR	OBJETIVO	METODO DE EVALUACION	RESULTADO ESPERADO	NIVEL DE IMPACTO
	Se espera que al menos el 70 % de los turistas reconozca el nombre y concepto del paquete, identificándose que 250 turistas lo recuerdan correctamente, mediante una medición comparativa antes y después de su implementación en un período de 6 meses.	Posicionar los productos como una oferta diferenciada del recorrido.	Encuestas a turistas antes y después	Mayor recordación del nombre y concepto del paquete	Alto
POSICIONAMIENTO	Se prevé que el 75 % de los turistas perciba positivamente a Baños de Agua Santa como un destino de aventura saludable, reflejado en un incremento del 20 % en menciones positivas, evaluado durante un período de 6 meses.	Asociar Baños de Agua Santa con turismo de aventura saludable	Análisis de percepción del visitante y comentarios en redes sociales	Mejora de la imagen del destino como espacio de bienestar integral	Alto
	Se estima que el 70 % de los turistas identifique el paquete como una propuesta innovadora frente a la oferta tradicional, validado mediante encuestas aplicadas al finalizar los 6 meses.	Superar la percepción del turismo de aventura solo como adrenalina	Comparación con otros paquetes turísticos locales	Identificación del paquete como innovador	Alto
	Se estima que el 70 % de los turistas identifique el paquete como una propuesta innovadora frente a la oferta tradicional, validado mediante encuestas aplicadas al finalizar los 6 meses.	Generar experiencias equilibradas y positivas	Encuestas de satisfacción al finalizar el paquete	Alta valoración de la experiencia vivida	Alto
	Se espera que el 80 % de los turistas manifieste su intención de recomendar el paquete, evidenciándose un incremento del 15 % en recomendaciones registradas al cabo de 6 meses.	Incentivar la recomendación del paquete	Consulta sobre la intención de recomendación del paquete. (boca a boca)	Incremento de recomendaciones a terceros	Alto

RENTABILIDAD	Se proyecta la venta de al menos 200 paquetes turísticos, logrando un cumplimiento del 90 % de la meta comercial establecida, mediante un control mensual durante 6 meses.	Incrementar la demanda del producto turístico	Registro mensual de ventas	Crecimiento progresivo en la venta de paquetes	Alto
	Se prevé alcanzar un margen de rentabilidad mínimo del 25 %, con un incremento del 20 % en los ingresos respecto al período anterior, evaluado al término de los 6 meses.	Mejorar la rentabilidad del paquete	Comparación de ingresos vs. costos operativos	Margen económico positivo	Alto
	Se estima una ocupación promedio del 75 %, con al menos tres grupos semanales que superen el 70 % de su capacidad, monitoreados de forma continua durante 6 meses.	Optimizar la capacidad instalada	Control de cupos por salida	Mayor porcentaje de ocupación por grupo	Medio–Alto
	Se proyecta un aumento de una noche adicional en la estadía promedio, reflejado en un crecimiento del 15 % en reservas mayores a dos noches, comparado dentro de un período de 6 meses.	Aumentar la estadía en el destino	Comparación de noches promedio	Incremento del tiempo de permanencia	Medio
	Se espera que al menos el 30 % de los turistas realice una recompra del paquete, identificándose 60 clientes recurrentes, mediante un seguimiento acumulado durante 6 meses.	Fidelizar a los visitantes	Registro de clientes recurrentes	Incremento de compras repetida	Medio–Alto

Nota: La evaluación del marketing muestra que los paquetes fortalecen el posicionamiento del destino y mejoran su rentabilidad, destacando por su enfoque en bienestar y sostenibilidad."

4.3.8. Protocolos de comunicación del valor agregado en bienestar, y mecanismos de medición de impacto en la satisfacción y percepción de los visitantes.

Tabla 68

Protocolos de Comunicación y Medición del Impacto

Componente	Protocolo / Mecanismo	Descripción operativa	Indicador de evaluación	Herramienta de medición
Comunicación del bienestar físico	Mensajes por actividad	Comunicar en piezas promocionales y durante el guiado los beneficios físicos de cada actividad.	Nivel de comprensión del beneficio físico	Encuesta breve al finalizar cada jornada
Comunicación del bienestar mental	Narrativa de equilibrio emocional basada en la experiencia del visitante.	Integrar mensajes sobre reducción del estrés, control emocional y conexión con la naturaleza.	Percepción de bienestar mental	Encuesta de percepción del visitante
Comunicación en medios digitales	Contenido en redes sociales	Difundir cápsulas informativas en medos digitales que destaquen la relación entre actividad de aventura y bienestar físico y mental.	Interacción y alcance del contenido	Métricas de redes sociales
Comunicación durante la experiencia	Guion turístico de bienestar	Aplicar guion guiado enfocado en seguridad y bienestar.	Satisfacción de visitante con el guiado.	Encuesta de satisfacción
Satisfacción del visitante	Evaluación post experiencia	Medir satisfacción general del paquete en relación con la experiencia de aventura y bienestar.	Satisfacción global	Encuesta al finalizar el circuito
Percepción del destino	Imagen del destino	Evaluar percepción de Baños como destino de aventura saludable.	Imagen positiva del destino	Escala de percepción
Intención de recomendación	Evaluación de la intención de recomendación del paquete	Medir disposición a recomendar el paquete.	Intención de recomendación	Pregunta directa
Impacto en la experiencia	Valoración integral	Analizar aporte del paquete al bienestar físico y mental.	Percepción de bienestar integral	Encuesta de cierre
Mejora continua	Retroalimentación del visitante	Recoger sugerencias del visitante para ajustes futuros del producto.	Número de mejoras identificadas	Registro de comentarios
Aumento de ingresos	Seguimiento comparativo de ingresos por ventas	Registrar mensualmente el monto facturado, comparando los resultados antes y después de la implementación de la estrategia promocional.	Variación porcentual en ingresos y volumen de ventas	Reporte financiero mensual y análisis comparativo de ventas

Nota: Presenta los protocolos de comunicación y los métodos para medir el impacto del proyecto.

Análisis

Los protocolos de comunicación se constituyen como un componente clave para la transmisión del valor agregado del producto turístico, al derivarse de las estrategias con mayor ponderación identificadas en la matriz FODA y del enfoque del marketing mix orientado al bienestar. Estos protocolos definen los mensajes clave, los canales de difusión y el tono comunicacional, en coherencia con la percepción expresada por los visitantes y los actores turísticos respecto a los beneficios físicos y mentales del turismo de aventura. De este modo, la comunicación permite reforzar una imagen del producto no limitada a la recreación, sino asociada a una experiencia integral de bienestar, equilibrio emocional y contacto consciente con la naturaleza

Discusión

Como parte de los resultados se demuestra que la estrategia integral de promoción de productos turísticos que vincula la salud física y mental con el turismo de aventura en Baños de Agua Santa es metodológicamente coherente, aunque evidencia que parte de la demanda no identifica claramente estos beneficios debido a una comunicación promocional poco explícita; este hallazgo coincide con lo señalado por Ricaurte (2015), quien sostiene que los productos turísticos deben estructurarse y comunicarse de forma integral para responder efectivamente a las expectativas del mercado; en este contexto, los resultados confirman la necesidad de fortalecer la fase de estructuración y puesta en mercado del producto, integrando mensajes que articulen la actividad física, el bienestar mental y la experiencia turística, lo que permitiría consolidar a Baños de Agua Santa como un destino competitivo y diferenciado.

Por otra parte, los resultados obtenidos guardan relación con lo expuesto por Gutiérrez (2025), quien sostiene que el marketing turístico alcanza mejores resultados cuando se trabaja desde una visión integral y planificada. En el caso de Baños de Agua Santa, se evidencia que incluir los beneficios físicos y mentales dentro de la promoción del turismo de aventura fortalece el valor del producto, similar a lo que ocurre cuando se resalta el valor cultural de productos emblemáticos del país. Una comunicación coherente, alineada con el producto y la experiencia que se ofrece, aporta a la diferenciación del destino y al desarrollo local.

De igual manera, el estudio realizado por Martínez et al. (2024) en Baños confirma que la gestión integral de los atractivos turísticos y el uso adecuado de estrategias de marketing influyen directamente en la competitividad y sostenibilidad del destino. En concordancia con ello, nuestra investigación evidencia que la falta de información organizada y de lineamientos promocionales claros limita el aprovechamiento de la oferta turística. Además, la aplicación de metodologías descriptivas y el análisis de datos respaldan la validez de los resultados, destacando que la innovación, el uso estratégico de redes sociales y la adaptación a las nuevas demandas del mercado son claves para una gestión turística más eficiente y orientada al desarrollo local.

De igual manera, los resultados obtenidos guardan relación con el estudio de Vilchez (2019), quien demuestra que la aplicación de estrategias de marketing mix basadas en producto, precio, plaza y promoción constituye un elemento determinante para potenciar destinos con alto valor turístico pero escasa visibilidad; en este sentido, los hallazgos coinciden en que la ausencia de herramientas promocionales limita el aprovechamiento integral de los atractivos, situación que tanto en la laguna de Pacucha como en Baños de Agua Santa evidencia la necesidad de estructurar productos turísticos, desarrollar paquetes y fortalecer el turismo de aventura como mecanismo de dinamización económica; asimismo, la importancia atribuida a la capacitación, el uso estratégico

de redes sociales y la mejora de la señalización refuerza la similitud en los resultados, confirmando que una estrategia de marketing articulada y participativa contribuye no solo al posicionamiento del destino, sino también al desarrollo local y a la mejora de la calidad de vida de la población.

Finalmente, los resultados obtenidos se relacionan con el estudio de Gaviño (2015) sobre la aplicación de estrategias de marketing mix en destinos turísticos con alto potencial pero limitada promoción, donde se evidencia que la ausencia de herramientas estructuradas de producto, promoción y comunicación reduce el impacto de la oferta turística; de manera similar, los hallazgos de Gaviño (2015) confirman que la estructuración de productos turísticos, el desarrollo de paquetes y la incorporación del turismo de aventura constituyen mecanismos clave para dinamizar la actividad turística y mejorar la competitividad del destino; asimismo, la coincidencia en la relevancia otorgada al uso de redes sociales, la señalización y la articulación entre actores institucionales refuerza la semejanza de los resultados, destacando que una estrategia de marketing integral no solo fortalece el posicionamiento del destino, sino que genera impactos positivos en el desarrollo económico local y en la calidad de vida de la población, siempre que se base en una gestión coordinada y orientada a las demandas del mercado.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES

Los resultados evidencian que se identificaron cinco actividades entre ellas: rafting, canyoning, senderismo, ciclismo de montaña y canopy constituyen el núcleo de la oferta de aventura y poseen un potencial claro para generar beneficios asociados al fortalecimiento físico, la activación cardiovascular, la liberación de tensiones y la mejora del estado emocional. No obstante, las entrevistas también revelan preocupaciones vinculadas a saturación en temporadas altas, competencia informal y necesidad de mayor coordinación interinstitucional. Esto evidencia que, si bien Baños cuenta con condiciones naturales y operativas que favorecen la relación entre aventura y bienestar, todavía se encuentra en un proceso de consolidación hacia un modelo más organizado y profesional. Por ello, se puede afirmar que la oferta actual sí aporta de manera potencial a la salud física y emocional de los visitantes; no obstante, para posicionarse como un producto integral de bienestar, se requiere una mayor articulación entre las instituciones y actores locales.

En cuanto a la demanda, los datos muestran que entre el 94 % y 96 % de los visitantes son nacionales, mientras que el 4 % al 6 % corresponde a turistas internacionales, lo que confirma la fuerte presencia del mercado interno. Dentro del segmento nacional, el grupo de 18 a 25 años representa el 38,5 %, seguido por el de 26 a 35 años con el 31 %, evidenciando que el turismo de aventura se concentra principalmente en población joven. Además, los resultados reflejan una percepción positiva en relación con el fortalecimiento físico, el incremento de energía, la mejora del estado de ánimo y la disminución del estrés después de realizar las actividades. La intención de recomendación por beneficios asociados a la salud refuerza la idea de que el turismo de aventura en Baños no es percibido únicamente como entretenimiento, sino como experiencia que incide en el bienestar integral.

Por último, los resultados evidencian que la promoción tradicional centrada únicamente en la adrenalina limita el potencial competitivo del destino, por lo que la propuesta desarrollada permitió consolidar nueve estrategias definidas, orientadas al posicionamiento de Baños de Agua Santa como un destino de aventura vinculado al bienestar integral, respondiendo de manera diferenciada a las necesidades del mercado nacional e internacional Con base en el análisis del perfil del visitante, se estructuraron dos propuestas turísticas diferenciadas. La primera corresponde a un paquete Full Day dirigido al mercado nacional, pensado para quienes buscan actividades dinámicas de corta duración, pero con beneficios claros en su experiencia. La segunda es un programa de 3 días y 2 noches orientado al turista internacional, que generalmente prefiere permanecer más tiempo en el destino y valora la conexión con la naturaleza, la tranquilidad y el equilibrio emocional.

La ejecución de esta propuesta está prevista para desarrollarse en un periodo de seis meses, organizados en etapas de planificación, implementación y evaluación. El presupuesto estimado asciende a USD 3.790, considerando montos referenciales que pueden ajustarse según la disponibilidad de recursos, los acuerdos institucionales y las condiciones propias del territorio.

En conjunto, estas acciones fortalecen el posicionamiento del destino y aportan un valor diferencial sostenible frente a otros destinos de turismo de aventura en el Ecuador.

6. RECOMENDACIONES

Se recomienda que el GAD Municipal de Baños de Agua Santa lidere un sistema permanente de articulación interinstitucional con operadoras de turismo de aventura, guías certificados, entidades de seguridad y centros de capacitación, orientado a estandarizar protocolos de operación, fortalecer la profesionalización del sector y garantizar condiciones óptimas de seguridad y calidad en las actividades, con el fin de consolidar la oferta de turismo de aventura como un producto estructurado que promueva de manera efectiva la salud física y mental de los visitantes.

Se sugiere que el GAD Municipal, en articulación con las operadoras turísticas y las entidades de promoción del destino, emplee de manera continua los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes para formular estrategias promocionales sustentadas en evidencia. Asimismo, se propone resaltar los aportes del turismo de aventura al bienestar integral; de igual manera, implementar mecanismos periódicos de evaluación de la percepción del turista que permitan optimizar progresivamente la experiencia y, en consecuencia, fortalecer el posicionamiento de Baños de Agua Santa como un destino de aventura enfocado en la salud y la calidad de vida.

Se recomienda implementar de manera formal ambos productos turísticos dentro de la estrategia de promoción del destino, diferenciando claramente el enfoque comunicacional según el mercado objetivo. La consolidación de esta estrategia permitirá diversificar la oferta, atraer nuevos segmentos de mercado vinculados al turismo saludable y mejorar la competitividad territorial de Baños de Agua Santa a nivel nacional e internacional.

7. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Álvarez, J. L., Salvador Martín Camacho, Gabriela Maldonado Muñiz, Claudia Átala Trejo García, Abigahil Olguín López, & Maribel Pérez Jiménez. (2023). *La investigación cualitativa*. https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html

Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J. A., & Paul Carril, V. (2012). El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en España. *Contabilidad y Negocios*, *7*(13), 59–70. http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/2879/2806

Ascanio, G. A. (2012). *Teoría del Turismo* (1st ed.). https://catalogo.utc.edu.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=15481

Atiaja, F. M. C. (2023). *Estudio de perfil del visitante de la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua*. https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/16990

Balica, M. (2021). ¿Qué es el bienestar? *International Baccalaureate Organization*.

Barrera Fernández, D., Hernández Escampa, M., Morales Basaldú, A. de J., & Hernández Gómez, M. A. (2019). Eventos culturales en ciudades históricas. Impacto urbano, percepción de los visitantes e imagen de la ciudad. *Patrimonio: Economía Cultural y Educación Para La Paz, ISSN-e 2007-4778, Vol. 1, Nº. 15, 2019 (Ejemplar Dedicado a: Derechos Humanos y Paisaje Cultural), Págs. 64-99*, *1*(15), 64–99. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8475297&info=resumen&idioma=SPA

Barton, J., & Pretty, J. (2010). What is the best dose of nature and green exercise for improving mental health? A multi-study analysis. *Environmental Science & Technology*, *44*(10), 3947–3955. https://doi.org/10.1021/ES903183R

Bentley, L. (2024). Psychological Benefits of Adventure Tourism. *Integrated Journal for Research*

in Arts and Humanities, *4*(2), 97–103. https://doi.org/10.55544/IJRAH.4.2.16

Brymer, E., Sharma-Brymer, V., Willis, R., & Leach, M. (2024). Adventure and mental health: an ecological perspective. *Frontiers in Psychology*, *15*, 1352352. https://doi.org/10.3389/FPSYG.2024.1352352

Buckley, R. (2006). Adventure Tourism. *Adventure Tourism*, 193–212. https://doi.org/10.1079/9781845931223.0193

Cala, C. O., & Navarro, B. Y. (2011). La actividad física: un aporte para la salud. *Lecturas: Educación Física y Deportes, ISSN-e 1514-3465, Nº. 159, 2011*, *159*, 5. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4684607&info=resumen&idioma=SPA

Calculadora del tamaño de la muestra | SurveyMonkey. (n.d.). Retrieved October 11, 2025, from https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/

Carrillo, N. M. A. (2023). *¿Qué es estrategia integral?* . https://hamkke.co/que-es-estrategia-integral/

Carvalhinho, L. A. D., & Marta, C. C. (2020). Security and risk management in outdoor sports – an exploratory systematic review. *Sport TK: Revista Euroamericana de Ciencias Del Deporte, ISSN 2254-4070, ISSN-e 2340-8812, Vol. 9, Nº. Extra 1, 1 (Suplemento), 2020, Págs. 59-64*, *9*(1), 59–64. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7255314&info=resumen&idioma=ENG

Casco, M. S. J. (2013). *Plan de profesionalización por competencias en el mercado laboral del sector turismo de aventura*. https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/764

Castillo, M. E. A. (2017). *Turismo consciente: conceptualización y potencialidades para el desarrollo turístico: análisis desde la perspectiva de la demanda turística internacional en la ciudad de Quito*.

https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=146696&info=resumen&idioma=SPA

Cevallos, P. W. A. (2022). *"diseño de un producto de turismo de aventura, para el desarrollo de la parroquia crucita, cantón portoviejo, provincia de manabí"*.

Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD. (2015). 16–2015.

Colino, S. (2023). *La naturaleza es una buena medicina para el cuerpo y la mente: la ciencia explica por qué | National Geographic | National Geographic*. https://www.nationalgeographicla.com/ciencia/2023/07/la-naturaleza-es-una-buena-medicina-para-el-cuerpo-y-la-mente-la-ciencia-explica-por-que

Connell, J. (2012). Film tourism - Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, *33*(5), 1007–1029. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.008

Constitución de la República del Ecuador. (2011). www.lexis.com.ec

Coventry, P. A., Brown, J. V. E., Pervin, J., Brabyn, S., Pateman, R., Breedvelt, J., Gilbody, S., Stancliffe, R., McEachan, R., & White, P. C. L. (2021). Nature-based outdoor activities for mental and physical health: Systematic review and meta-analysis. *SSM - Population Health*, *16*, 100934. https://doi.org/10.1016/J.SSMPH.2021.100934

Farfán, N. B. P., Arrambide, R. J. A., Armas, S. del C. A., & Moscoso, G. P. C. (2025). *Turismo de aventura sostenible: investigación sobre innovación y medioambiente*. https://doi.org/10.47094/978-65-6036-749-4

Galvez, R., Valentina, A., Lopez, V., & Fabiana, G. (2020). Elementos y acciones necesarios para impulsar la oferta del turismo de salud en el Perú. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654056

Game, Z. N. I. (2017). *Análisis del desarrollo de la oferta de turismo de salud en cuenca, ecuador*. http://repositorio.uees.edu.ec/handle/123456789/2041

Garrido, S. J. (2022). *Diseño de productos turísticos* (S. A., 2018 Ediciones Paraninfo, Ed.). ADMIT HUB REF SERVICE PR. https://books.google.com/books/about/Dise%C3%B1o_de_productos_tur%C3%ADsticos.html?hl=es&id=IRJMDwAAQBAJ

Gaviño, O. N. H. (2015). *Desarrollo De Una Estrategia De Marketing Mix Para La Promoción De Rutas Agro Turísticas En El Cantón Cevallos*. 2015. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/11ab30c3-2c2a-4099-b1bf-3b509a73c109/content

GeoTours. (2023). *Geotours | Adventure Travel Tour Agency in Baños Ecuador since 1991*. https://www.geotoursbanios.com/

Google Earth. (2026). *Google Earth*. https://www.google.es/intl/es/earth/index.html

Guailla, J. (2022). *Experiencia del turista en el turismo de salud en el cantón Baños de Agua Santa*. Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera de Turismo. https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34651

Guijarro, P. P. R., & Calvopiña, A. D. M. (2021). Conocimiento ancestral medicinal y turismo de salud en el cantón colta, provincia de Chimborazo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, *6*(3), 16–34. https://doi.org/10.5281/ZENODO.5512704

Gutiérrez, S. K. E. (2025). *Marketing turístico y la promoción del sombrero de paja toquilla como producto turístico.* http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/8055

Hernández, S. R., Collado, L., & Lucio, P. (n.d.). *Metodología para la investigación*.

Herrera, A., Hernández Simaluisa, F. R., & Rea Romero, F. K. (2023). *Vista de Perfil de la Demanda de Turismo de Aventura en Ecuador con enfoque hacia la Sostenibilidad*. https://revistasespam.espam.edu.ec/index.php/rigistur/article/view/423/425

INEC. (2022). *Población y Demografía* |. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/

Iñigo, E. (2025). *Marketing integral: que es y porqué debes implementarlo*. https://www.kala.agency/es/marketing-integral-que-es-cual-es-su-objetivo/

Lacueva, R. S., Acevedo, J. M. C., Jerez, A. F. V., Bergara, S. S., Daza, S. P. C., Sanz-Ibáñez, C., & Barón-Chivara, J. A. (2025). Turismo de bienestar y paz: potencialidades, necesidades y actores clave en el Quindío (Colombia). *Turismo y Sociedad*, *37*, 111–134. https://doi.org/10.18601/01207555.N37.04

Leri, I., & Theodoridis, P. (2020). How do personality traits affect visitor's experience, emotional stimulation and behaviour? The case of wine tourism. *Tourism Review*, *76*(5), 1013–1049. https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0148

Ley de Turismo. (2024). *Pág. 1 de 22 Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa y Consultas LEY ORGÁNICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y FOMENTO DEL EMPLEO*.

Lickorish, L., & Jenkins, C. (2000). *Una introducción al turismo*. 286. https://encore.uib.es/iii/encore/record/C__Rb1225578?lang=cat&ivts=jCT46V%2Bp0kUL5HCBqROOtw%3D%3D&casts=lO0EzAyuN%2F4i0lMojOnBUQ%3D%3D

Lopera, E. J. D., Ramírez Gómez, C. A., Zuluaga Aristazábal, M. U., & Ortiz Vanegas, J. (2010). *El método analítico como método NATURAL*. *1*.

Mallury Alta. (2018). *Plan Estratègico De Comunicación Integral Para El Posicionamiento De La Marca "Viaja Primero Ecuador" De La Unidad De Promoción -Coordinación Zonal 3 Del Ministerio De Turismo En El Cantón Riobamba*.

Marsh, F., & Duffi, S. (2004). Repaso y técnica de la histeroscopia con instrumento flexible.

Clínicas de Ginecología y Obstetricia: Temas Actuales, ISSN 1139-0409, Nº. 3, 2004, Págs. 619-633, *3*, 619–633. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1313840

Martínez. (2023). *Investigación documental*. https://www.significados.com/investigacion-documental/

Martínez, J. P., Moya, K. M., Ocaña, A. S., & Hidalgo, B. S. (2024). Characterization of the supply of alternative tourist attractions: Case Baños de Agua Santa Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, *17*, 39–53. https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol17iss46.2024pp39-53p

Martínez, J. P., Moya, M., Ocaña, A. S., Byron, ;, & Hidalgo, S. (2024). Caracterización de la oferta de los atractivos turísticos alternativos: Caso Baños de Agua Santa, Ecuador. *CIENCIA UNEMI*, *17*(46), 39–53. https://doi.org/10.29076/ISSN.2528-7737VOL17ISS46.2024PP39-53P

Mineduc. (2011). *¿Qué es el Bienestar integral y cómo podemos promoverlo entre las y los estudiantes?* https://diagnosticointegral.agenciaeducacion.cl/

Ministerio de Turismo. (2025). *Ministerio de Turismo*. https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/

Ministerio del Ambiente de Perú. (2025). *Conoce los beneficios de hacer actividad física en entornos naturales - Noticias - Ministerio del Ambiente - Plataforma del Estado Peruano*. https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/1105143-conoce-los-beneficios-de-hacer-actividad-fisica-en-entornos-naturales

Morillo, M. (2010). *Sistemas de costos de calidad para establecimientos de alojamiento turístico*. Universidad de Los Andes. https://biblat.unam.mx/hevila/ActualidadcontableFACES/2010/vol13/no20/7.pdf

Moscardo, G., Budeanu, A., Miller, G., & Ooi, C. S. (2016). Sustainable tourism, progress,

challenges and opportunities: An introduction. *Journal of Cleaner Production*, *111*, 285–294. https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2015.10.027

Mosquera, P., Alejandro Barros, & Katalina Almeida. (2021). Análisis de la situación actual del producto turístico de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, Ecuador. *El Periplo Sustentable: Revista de Turismo, Desarrollo y Competitividad, ISSN-e 1870-9036, Nº. 41, 2021 (Ejemplar Dedicado a: Número Cuarenta y Uno), Págs. 411-430*, *41*, 411–430. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8203455&info=resumen&idioma=ENG

Mosquera, P., Barros, A., & Almeida, K. (2021). Análisis de la situación actual del producto turístico de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, Ecuador. *El Periplo Sustentable: Revista de Turismo, Desarrollo y Competitividad, ISSN-e 1870-9036, Nº. 41, 2021 (Ejemplar Dedicado a: Número Cuarenta y Uno), Págs. 411-430*, *41*, 411–430. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8203455&info=resumen&idioma=ENG

Naranjo, L. M. R., & Martínez, R. M. de los Á. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Encuentros: Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico, ISSN 2343-6131, ISSN-e 2610-8046, Nº. 16, 2022 (Ejemplar Dedicado a: Teorías de La Justicia y Del Reconocimiento En El Sur Global.), Págs. 406-422*, *16*, 406–422. https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147

OMS. (2025). *Mental health*. 2025. https://www.who.int/health-topics/mental-health#tab=tab_1

OMT. (2025). *Glosario de términos de turismo*. https://www.untourism.int/es/glosario-terminos-turisticos

ONU, T. (2025). *Desarrollo de productos turísticos*. https://www.untourism.int/es/desarrollo-productos-turisticos

Ortega, C. (2025a). *Investigación mixta.* . https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/

Ortega, C. (2025b). *¿Qué es un estudio transversal?* https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-transversal/

PDOT. (2023). *Pdot Baños | PDF | Planificación | Gobierno*. https://es.scribd.com/document/359895740/PDOT-BANOS#page=58

Pérez Henares, A. (1999). La bola de nieve. *Tribuna de Actualidad, ISSN 1138-8870, Nº. 559 (11 Ene), 1999, Págs. 8-9*, *559*, 8–9. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7738843&info=resumen&idioma=SPA

Ramos, M., & Chávez, H. (2023). Turismo de bienestar como técnica de fidelización para atractivos turísticos: caso Tungurahua, Ecuador. *Revista Uniandes Episteme, 10(3), 392–403*. https://www.redalyc.org/journal/5646/564676369011/html/

Reglamento De Operación Turística De Aventura. (2020). https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/Reglamento-de-Operacio%CC%81n-Turi%CC%81stica-de-Aventura-2020.pdf

Reglamento General a La Ley De Turismo. (2015). www.lexis.com.ec

Relat, M. (2010). *Introducción a la investigación básica*. RAPD Online. https://www.sapd.es/rapd/2010/33/3/03

Revilla, C. A., Gil Jiménez, J., López Bonilla, J. M., & Rey, M. (2005). *Fundamentos de márketing turístico*. 398. http://cataleg.urv.cat/record=b1224627~S13*cat

Reyes, J. A. O., Bejarano, Z. N. L., & Saldarreaga, A. M. C. (2024). Percepción de la gestión del turismo de aventura en el cantón Quevedo. *Revista Científica Orbis Cógnita*, *8*(1), 9–34. https://doi.org/10.48204/J.ORBIS.V8N1.A4602

Rhoton, S. (2023). *Investigación de campo*. https://www.significados.com/investigacion-de-campo/

Rial-Vázquez, J., Pérez-Ríos, M., Varela-Lema, L., Rey-Brandariz, J., Candal-Pedreira, C., Mourino, N., Vila-Farinas, A., López-Pardo, E., & Ruano-Ravina, A. (2023). La actividad física en los planes de salud autonómicos de España. Una revisión de propuestas. *Gaceta Sanitaria*, *37*, 102302. https://doi.org/10.1016/J.GACETA.2023.102302

Ricaurte, Y. B. C. (2015). Metodología para el diseño de paquetes turísticos. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos: ABET, ISSN-e 2238-2925, Vol. 5, Nº. 2, 2015, Págs. 49-58*, *5*(2), 49–58. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599556&info=resumen&idioma=SPA

Riera, R. D. P. (2025). *Diseño De Un Programa De Bienestar Integral Para Optimizar La Calidad De Vida De Los Colaboradores De Cedia, Sucursal Cuenca, Septiembre 2024 - Enero 2025*.

Rodríguez. (2007). *Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa*. *2*(1), 9–39.

Rodríguez, M. (2019). *La actividad Turística*. https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html

Rus, A. E. (2020). *Investigación exploratoria*. https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html

Rus, A. E. (2021). *Investigación cuantitativa | Economipedia*. https://economipedia.com/definiciones/investigacion-cuantitativa.html

Rus, A. E. (2025a). *Investigación descriptiva: Qué es, tipos y ejemplos*. https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html

Rus, A. E. (2025b). *¿Qué es el método sintético? Características y ejemplos*. https://economipedia.com/definiciones/metodo-sintetico.html

Saaia, T. (2025). *Guía de carreras de turismo de aventura | Cualificaciones y perspectivas del sector*. https://www.saaia.org.za/post/what-is-adventure-tourism

Salas, E., Rubira, C., & Núñez, P. (2024). Desarrollo de un programa educativo de promoción cultural para turistas en el cantón Tena, Ecuador. *Revista Conrado*, *20*(S1), 402–407. https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/4118

Santander. (2025). *El contacto con la naturaleza mejora la salud física y mental*. https://www.medicinacantabria.es/articulo/vida-saludable/contacto-naturaleza-mejora-salud-fisica-mental/20250416125936001733.html

Su, L., Cheng, J., & Swanson, S. (2022). The companion effect on adventure tourists' satisfaction and subjective well-being: the moderating role of gender. *Tourism Review*, *77*(3), 897–912. https://doi.org/10.1108/TR-02-2021-0063

Tanné, C. (2023). Actividades físicas y deportivas de niños y adolescentes: de las creencias a las recomendaciones de salud. *EMC - Podología*, *25*(2), 1–10. https://doi.org/10.1016/S1762-827X(23)47628-6

Tapia, G., Mayra Quiñonez, & Diana Altamirano. (2021). El turismo de aventura: Aproximaciones teóricas en torno a la pandemia del Covid-19. *Dominio de Las Ciencias, ISSN-e 2477-8818, Vol. 7, Nº. 1, 2021 (Ejemplar Dedicado a: ENERO-ABRIL)*, *7*(1), 58. https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1661

Toaquiza, C. A. C. (2023). *Perfil del turista de salud que visita la provincia de Tungurahua.* Ecuador: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC). http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/11125

Twohig-Bennett, C., & Jones, A. (2018). The health benefits of the great outdoors: A systematic review and meta-analysis of greenspace exposure and health outcomes. *Environmental*

Research, *166*, 628. https://doi.org/10.1016/J.ENVRES.2018.06.030

Ugalde, J. C. R., González, A. F., Mercader, Ó. P., & Martínez, A. R. (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*(3), 113–126. https://deporvida.uho.edu.cu/index.php/deporvida/article/view/941/2870

Varela, A. C. P. (2015). *Innovación y desarrollo de atractivos turísticos para el cantón baños de agua santa*.

Vilchez, C. J. (2019). *Estrategias de Marketing Mix para fomentar el Turismo de la Laguna de Pacucha provincia de Andahuaylas - región Apurímac, 2018*. https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12990/10322

Voigt, C., & Pforr, C. (2014). *Wellness Tourism A Destination Perspective*. https://www.routledge.com/Wellness-Tourism-A-Destination-Perspective/Voigt-Pforr/p/book/9781138082007

8. ANEXOS

8.1. Certificado de cumplimento

UEB
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO

ING. GERMAN SÁNCHEZ E ING. VERÓNICA ARCOS, EN SU ORDEN DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA,

CERTIFICAN

Que las señoritas **VANESSA JAIME CHOÉZ Y DAMARIS LUCAS MERO,** estudiantes de la carrera de **TURISMO,** Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, han cumplido con las sugerencias y recomendaciones emitidas por los suscritos a su anteproyecto denominado **"SALUD FÍSICA Y MENTAL EN EL TURISMO DE AVENTURA EN BAÑOS DE AGUA SANTA, AÑO 2025"**, en tal virtud facultamos al interesado continuar con el desarrollo del su proyecto.

Guaranda, 22 de octubre del 2024

Ing. Germán Sánchez Chávez
Director

Ing. Verónica Arcos Bósquez
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

8.2. Cronograma Tentativo (GANTT)

		Meses															
		Agosto	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre		
		S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3
N°	Actividad	25/29	1/5	8/12	15/19	22/26	1/3	6/10	13/17	20/24	3/7	10/14	17/21	24/28	1/5	8/12	15/19
1	Socialización sobre el proceso de la modalidad, propuestas de tema (denuncia del tema)																
2	Entrega de la denuncia del tema																
3	Análisis de la denuncia y asignación de director y pares																
4	Revisión de la denuncia con director y pares																
5	Inscripción en la UIC (con certificado)																
6	Aprobación de la denuncia del tema, directores y pares académicos.																
7	Elaboración del anteproyecto según estructura establecida																
8	Entrega del anteproyecto a la UT																
9	Desarrollo del proyecto con asesoramiento de los pares académicos y del director.																
10	Recepción del proyecto con el correspondiente certificado de cumplimiento del 70% para la aprobación de la asignatura Trabajo de Titulación e Integración Curricular con la firma del director.																
11	Elaboración y entrega del informe preliminar (fin de periodo académico) referente al proceso de titulación del grupo correspondiente.																

8.3. Presupuesto Ejecutado

Ítem	Cantidad	Costo Unitario (USD)	Total (USD)
Visitas de campo (Transporte, alimentación, etc)	2 viajes 2 personas	30,00 aprox.	120,00
Material de oficina (esferos, carpetas, hojas A4)	—	0,10	2,00
Impresiones de encuestas, entrevistas y anexos	—	0,10	5,00
Impresión final del proyecto	—	0,10	20,00
Anillado del borrador	1 unidad	3,00	3,00
Certificados y documentos notarizados	—	1,00	1,00
Quema de CD y etiqueta	1 unidad	5,00	5,00
TOTAL ESTIMADO			**$156,00**

8.4. Instrumentos de recopilación de datos

8.4.1. Cuestionario de encuesta a los turistas

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1 Encuesta – Turistas Nacionales

Estimado/a visitante:

Reciba un cordial saludo de parte de los estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Bolívar. Nos encontramos desarrollando un estudio titulado *"Salud física y mental en el turismo de aventura en Baños de Agua Santa"*, con el propósito de analizar cómo las actividades turísticas de aventura contribuyen al bienestar integral de los visitantes

Objetivo de la encuesta: Recopilar información cuantitativa sobre los efectos del turismo de aventura en el bienestar físico y mental de los turistas nacionales que visitan Baños de Agua Santa.

La información que usted proporcione a través de esta encuesta será tratada con total confidencialidad y utilizada únicamente con fines académicos e investigativos.

Marque con una "X" la opción que refleje su opinión según la siguiente escala:

ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES

Datos generales

1. Edad: ☐ 18 a 25 ☐ 26 a 35 ☐ 36 a 45 ☐ 46 o más

2.Género: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ No binario

3. Provincia de procedencia: Pichincha ☐ Guayas ☐ Cotopaxi ☐ Tungurahua ☐ Otra☐

4. Frecuencia con la que realiza turismo de aventura: Primera vez ☐ Ocasionalmente ☐

Frecuentemente ☐

5. Actividad que realizó: Rafting ☐ Canopy ☐ Canyoning ☐ Parapente ☐ Ciclismo ☐

Senderismo ☐

Escala: 1 = Totalmente de acuerdo | 5 = Totalmente en desacuerdo

SECCIÓN I: BIENESTAR FÍSICO

1. Las actividades fortalecen mi condición corporal.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

2. Siento mayor energía después de practicarlas.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

3. Este tipo de turismo promueve hábitos saludables.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

4. He notado mejoras en mi estado físico tras participar.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

SECCIÓN II: BIENESTAR MENTAL Y EMOCIONAL

5. Las actividades me ayudan a reducir el estrés.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

6. El contacto con la naturaleza mejora mi estado de ánimo.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

7. Me siento mentalmente más relajado luego de la actividad.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

8. Me generan equilibrio y claridad emocional.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

SECCIÓN III: SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN

9. Las actividades son seguras y bien organizadas.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

10. Los guías mostraron profesionalismo y atención.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

11. La experiencia superó mis expectativas.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

12. Recomendaría el turismo de aventura por su aporte a la salud.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

2 Encuesta – Turistas Extranjeros

Dear Visitor,

Warm greetings from the Tourism students at the State University of Bolívar. We are currently conducting a study entitled "Physical and Mental Health in Adventure Tourism in Baños de Agua Santa," with the aim of analyzing how adventure tourism activities contribute to the overall well-being of visitors.

Objective: To identify the perception of international visitors regarding the physical and psychological benefits of adventure tourism in Baños.

The information you provide through this survey will be treated with complete confidentiality and used solely for academic and research purposes.

Mark with an "X" the option that reflects your opinion according to the following scale:

SURVEY FOR INTERNATIONAL TOURISTS

General data

1. Age: 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46+ ☐

2. Gender: Male ☐ Female ☐ Other☐

3. Country: Estados Unidos ☐ España ☐ Colombia ☐ Alemannia ☐ Otros ☐

4. How often do you practice adventure tourism? First time ☐ Occasionally ☐ Frequently ☐

5. Activity done: Rafting ☐ Canyoning ☐ Paragliding ☐ Biking ☐ Trekking ☐

Scale: 1 = Strongly agree | 5 = Strongly disagree

SECTION I: PHYSICAL WELL-BEING

1. Adventure activities improve my physical condition.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

2. I feel stronger and more energetic after the activity.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

3. I think adventure tourism helps to maintain a healthy lifestyle.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

4. I notice improvements in my stamina.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

SECTION II: MENTAL AND EMOTIONAL WELL-BEING

5. These activities help me release stress.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

6. Nature contact improves my mood.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

7. I feel relaxed and mentally balanced after the activity.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

8. I experience positive emotions and calm.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

SECTION III: SATISFACTION

9. The activities are safe and well-organized.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

10. The guides and operators were attentive and professional.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

11. I am satisfied with my adventure experience in Baños.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

12. I would recommend this destination for health and wellness benefits.

1☐ 2☐ 3☐ 4☐ 5☐

8.4.2. Guion Entrevista

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN
CARRERA DE TURISMO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Entrevista

Nombre del entrevistado: _____ **Fecha:** _____

Nombre de la empresa: _____ **Cargo:** _____

Años de experiencia: _____

1.¿Cuál es su rol dentro del sector turístico y cuáles son sus principales responsabilidades?

_____

2.¿Cómo contribuye su trabajo a garantizar la seguridad física y el bienestar de los turistas en actividades de aventura?

_____

3.¿Qué procedimientos o protocolos siguen para prevenir riesgos durante las actividades turísticas?

_____

4.¿Qué tipo de coordinación mantienen con otras instituciones o actores del sector?

_____

5.¿Qué beneficios en la salud física o mental ha observado que obtienen los turistas con estas actividades?

_____

6.¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta en temas de seguridad, bienestar o gestión operativa?

_____

7.¿Qué capacitaciones o requisitos considera esenciales para quienes trabajan en turismo de aventura?

_____

8.¿Cómo evalúa la articulación actual entre instituciones públicas y operadores turísticos?

_____

9.¿Qué mejoras o apoyos considera necesarios para fortalecer la seguridad y la calidad del turismo en la zona?

_____

10.¿Qué recomendaciones propone para mejorar la articulación entre salud, bienestar y turismo de aventura?

_____

8.5. Matriz 1. Planificación metodológica del proyecto.

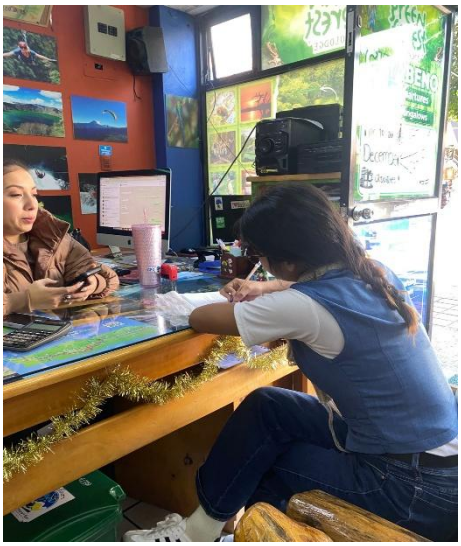
Formulación del problema	Objetivo general	Objetivos específicos	Tipo de investigación	Enfoque	Técnicas	Instrumentos	Actividades	Cronograma (Fechas)	Evidencias	Responsables
¿Cómo incidirá el turismo de aventura en el fortalecimiento de la salud física y el bienestar de los visitantes en el cantón Baños de Agua Santa durante el año 2025?	Determinar los beneficios del turismo de aventura en la salud física y mental de los visitantes en Baños de Agua Santa durante el año 2025.	1. Identificar las principales actividades de turismo de aventura ofrecidas en el cantón Baños de Agua Santa que podrían generar beneficios en la salud física y mental.	Descriptiva – de campo	Cualitativo	Entrevista y observación directa	Guía de entrevista semiestructurada y ficha de observación	Revisión de fuentes académicas e institucionales; visitas a los principales atractivos turísticos para identificar actividades y su relación con la salud.	Mes Octubre Semana 10 (27 – 31)	Registro fotográfico, fichas de observación, entrevistas transcritas	Estudiantes / director / Pares académicos
		2. Examinar la percepción de los visitantes sobre los efectos que estas actividades tienen en su bienestar integral.		Cuantitativo	Encuesta	Cuestionario estructurado y guía de entrevista	Aplicación de encuestas a turistas nacionales y extranjeros; recopilación de percepciones sobre bienestar físico y mental.	Mes Noviembre Semana 12 (10 – 14)	Cuestionarios aplicados, base de datos de respuestas, gráficas de análisis	Estudiantes / director
		3. Desarrollar una estrategia integral de promoción turística que integre salud física y mental en la oferta de aventura.		Mixto	Análisis documental y observación directa	Ficha de análisis documental y ficha de observación de campo	Revisión y comparación de estrategias promocionales nacionales e internacionales; elaboración de propuesta de promoción saludable.	Mes Noviembre – Diciembre (fin de periodo académico)	Matriz comparativa, propuesta escrita, borrador de estrategia final	Estudiantes / director / Pares académicos

8.6.Matriz 2. Para trabajar el marco de antecedentes y el marco científico

Objetivo General	Objetivos Específicos	Postura de Antecedentes	Marco Científico
Determinar los beneficios del turismo de aventura en la salud física y mental de los visitantes en Baños de Agua Santa durante el año 2025.	1. Identificar las principales actividades de turismo de aventura ofrecidas en el cantón Baños de Agua Santa que podrían generar beneficios en la salud física y mental.	Herrera Anangonó et al. (2023) señalan que la demanda del turismo de aventura en Ecuador se concentra en destinos de la Sierra y Amazonía, donde se promueven actividades como rafting, senderismo y parapente, consolidando el atractivo turístico de Baños. Martínez et al. (2024) destacan que Baños lidera la innovación en turismo de aventura mediante el uso de plataformas digitales y modelos sostenibles que fortalecen la economía local.	Ugalde et al. (2023) sostienen que las actividades físico-recreativas extremas contribuyen a potenciar el turismo de aventura al generar beneficios físicos, motivación y bienestar integral. Araújo Vila et al. (2012) explican que el turismo activo fomenta el contacto directo con la naturaleza y promueve experiencias saludables y memorables.
	2. Examinar la percepción de los visitantes sobre los efectos que estas actividades tienen en su bienestar integral.	Su et al. (2022) demostraron que las experiencias en entornos naturales reducen el estrés y mejoran la percepción de bienestar emocional, especialmente en actividades de aventura guiadas. Mosquera et al. (2021) evidencian que los turistas en Baños valoran el componente emocional y social del turismo, destacando el disfrute y la conexión con la naturaleza como factores de satisfacción. Taoquiza Chicaiza (2023) describe que los visitantes buscan en el turismo de aventura experiencias de relajación y desafíos personales que fortalezcan su equilibrio físico y mental.	Lacueva et al. (2025) indican que el turismo de bienestar integra salud, ocio y sostenibilidad, generando una mejora significativa en la calidad de vida. Reyes et al. (2024), desde la teoría del intercambio social, explican que la percepción positiva de los visitantes hacia las actividades turísticas promueve confianza, aceptación y bienestar integral.
	3. Desarrollar una estrategia integral de promoción turística que integre salud física y mental en la oferta de aventura.	Mallury Alta (2018) plantea que la campaña “Viaja Primero Ecuador” impulsó un modelo de promoción del turismo de aventura mediante comunicación digital y sostenibilidad. Salas et al. (2024) resaltan que el turismo de bienestar puede fortalecerse mediante estrategias participativas y programas educativos-culturales que consolidan la identidad local.	Garrido (2022) destaca que el diseño de productos turísticos es un proceso estratégico que busca transformar los recursos naturales en experiencias memorables, alineadas a las expectativas del visitante. Barrera Fernández et al. (2019) sostienen que la gestión de destinos debe integrar sostenibilidad y participación comunitaria para equilibrar satisfacción, conservación y desarrollo local.

8.7. Evidencias fotográficas







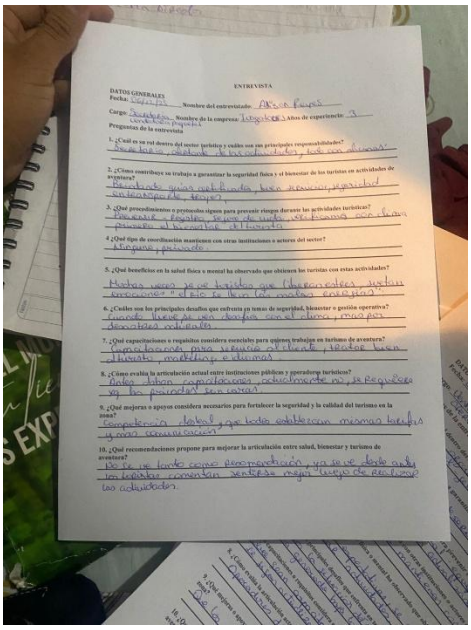


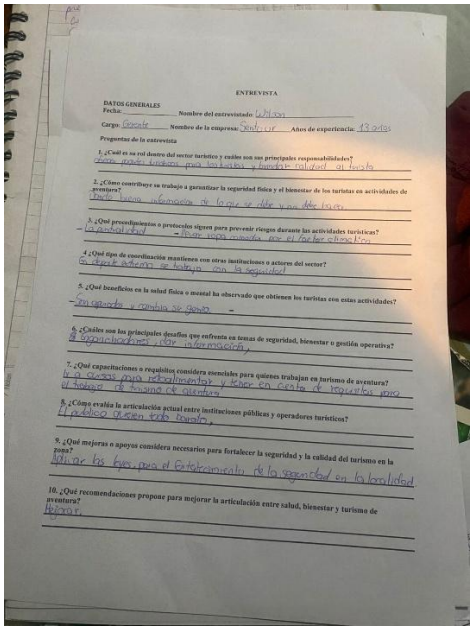


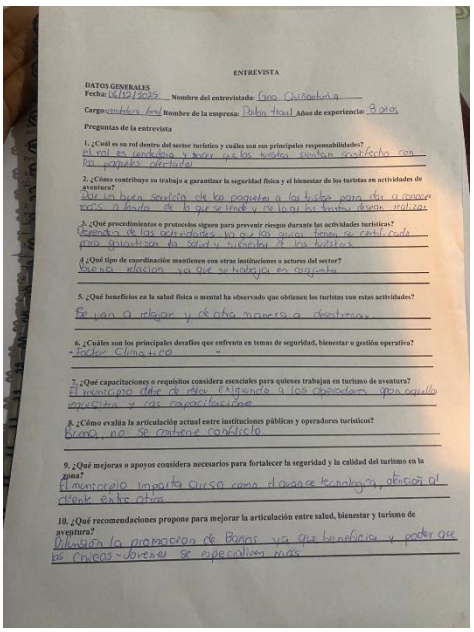


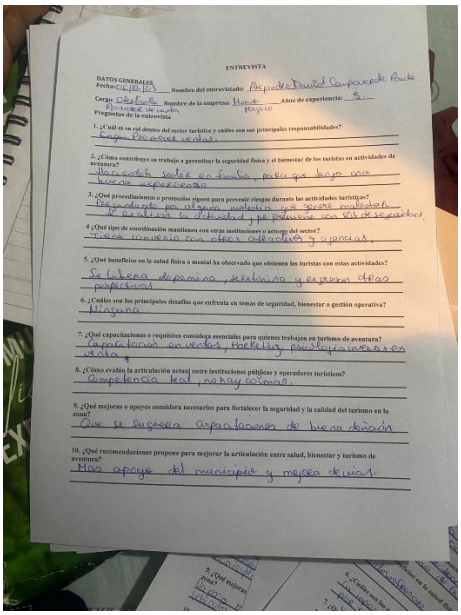


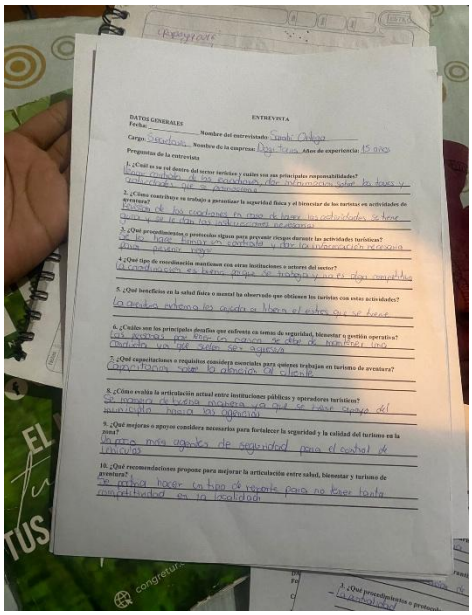


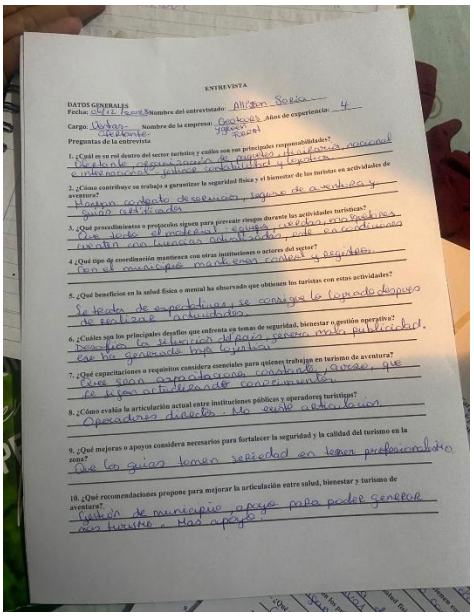












Preguntas Respuestas 384 Configuración

Sección 1 de 4

Encuesta: Salud física y mental en el turismo de aventura en Baños de Agua Santa, 2025.

Estimado/a visitante:

Reciba un cordial saludo de parte de los estudiantes de la Carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Bolívar. Nos encontramos desarrollando el estudio titulado "Salud física y mental en el turismo de aventura en Baños de Agua Santa, año 2025", cuyo propósito es analizar de qué manera las actividades turísticas de aventura contribuyen al bienestar integral de quienes visitan este importante destino.

La presente encuesta forma parte de los instrumentos de recolección de datos de nuestra investigación. Su finalidad es obtener información confiable y representativa sobre las percepciones, experiencias y beneficios que los turistas nacionales y extranjeros obtienen al practicar turismo de aventura, identificando cómo estas actividades influyen en su salud física, equilibrio emocional y satisfacción general durante la visita.

Los resultados obtenidos serán utilizados únicamente con fines académicos e investigativos, aportando a la elaboración de estrategias sostenibles que integren el bienestar físico y mental en la oferta turística de Baños de Agua Santa.

Su participación es voluntaria, anónima y confidencial. Agradecemos su tiempo, honestidad y disposición, ya que sus respuestas contribuirán de manera significativa al desarrollo de un turismo más saludable, responsable y regenerativo en Ecuador.

¡Gracias por formar parte de este estudio!

Preguntas Respuestas 384 Configuración

384 respuestas

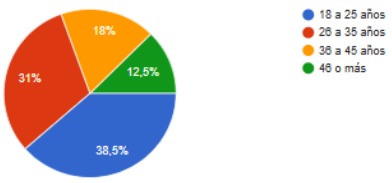
Ver en Hojas de cálculo

Resumen Pregunta Individual

Edad

Copiar gráfico

384 respuestas

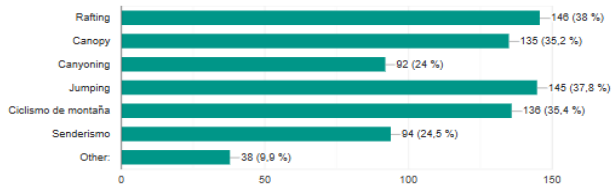


Preguntas Respuestas 384 Configuración

Actividad que realizó durante su visita
(puede elegir varias)

Copiar gráfico

384 respuestas



¿Cuál es el motivo principal por el cual realiza turismo de aventura?

Copiar gráfico

384 respuestas



Preguntas Respuestas 382 Configuración

Sección 1 de 4

Survey: Physical and Mental Health in Adventure Tourism in Baños de Agua Santa, 2025.

Dear Visitor:

Warm greetings from the Tourism students at the State University of Bolívar. We are conducting a study entitled "Physical and Mental Health in Adventure Tourism in Baños de Agua Santa, 2025," which aims to analyze how adventure tourism activities contribute to the overall well-being of visitors to this important destination.

This survey is part of the data collection instruments for our research. Its purpose is to obtain reliable and representative information about the perceptions, experiences, and benefits that domestic and international tourists gain from adventure tourism, identifying how these activities influence their physical health, emotional balance, and overall satisfaction during their visit.

The results obtained will be used solely for academic and research purposes, contributing to the development of sustainable strategies that integrate physical and mental well-being into the tourism offerings of Baños de Agua Santa.

Your participation is voluntary, anonymous, and confidential. We appreciate your time, honesty, and willingness to participate, as your responses will significantly contribute to the development of healthier, more responsible, and regenerative tourism in Ecuador.

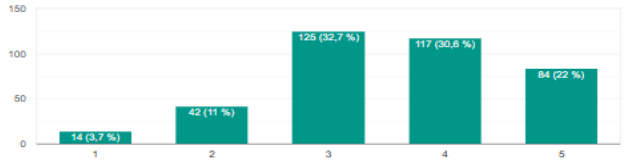
Thank you for taking part in this study!

Section 3 – Emotional and mental well-being

Activities help me reduce stress.

Copiar gráfico

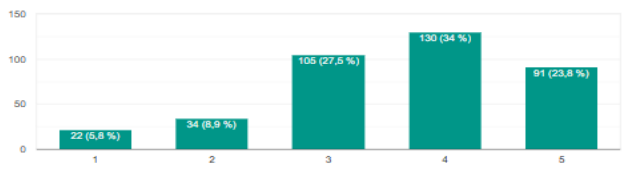
382 respuestas



Being in nature improves my mood.

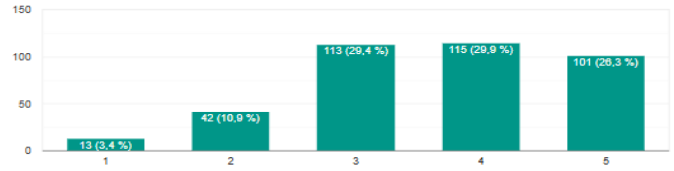
Copiar gráfico

382 respuestas



Siento mayor energía después de practicarlas.

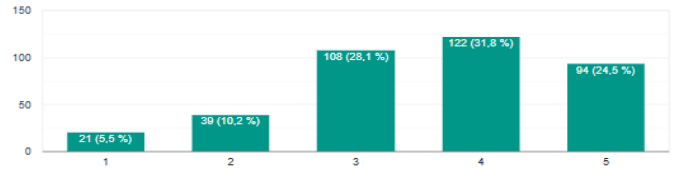
384 respuestas



Este tipo de turismo promueve hábitos saludables.

Copiar gráfico

384 respuestas



382 respuestas

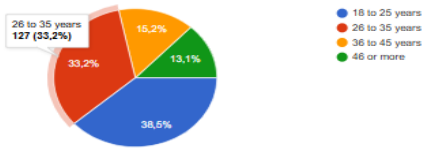
Vincular con Hojas de cálculo

Resumen Pregunta Individual

Age

Copiar gráfico

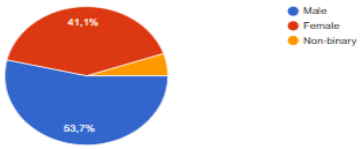
382 respuestas



Gender

Copiar gráfico

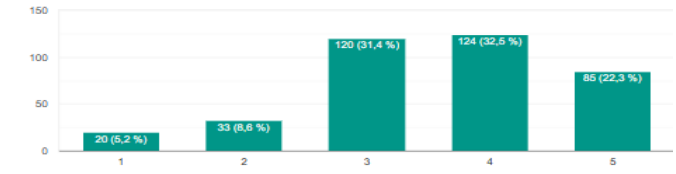
382 respuestas



The experience exceeded my expectations.

Copiar gráfico

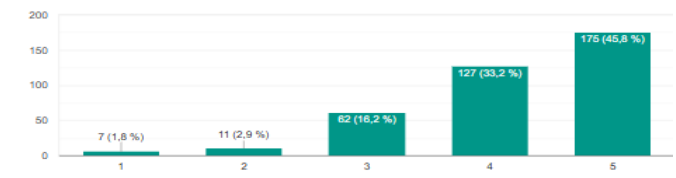
382 respuestas



I would recommend adventure tourism for its health benefits.

Copiar gráfico

382 respuestas



8.8. Carta Aval

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
Cantón Baños de Agua Santa

ALCALDÍA
BAÑOS DE AGUA SANTA

Oficio Nro. GADBAS-A-2025-0500-O

Baños de Agua Santa, 27 de octubre de 2025

Asunto: CARTA AVAL PARA EL DESARROLLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN CARRERA DE TURIMOS Y HOTELERÍA - UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR.

Señor Magíster
German Patricio Sanchez Chavez
Coordinador de la carrera de turismo/turismo y hotelería
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
En su Despacho

De mi consideración:

En atención al oficio Nro. UEB-UEB-2025-0032-O de fecha 23 de octubre de 2025, mediante el cual comunica que las estudiantes Vanessa Valentina Jaime Chóez, con cédula de ciudadanía No. 0958258311, y Damaris Aracely Lucas Mero, con cédula de ciudadanía No. 2400146201, pertenecientes a la Carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Estatal de Bolívar, desarrollarán el trabajo de titulación titulado "Salud física y mental en el turismo de aventura en Baños de Agua Santa, año 2025", solicitando autorización y la carta aval para el desarrollo de este trabajo dentro del cantón.

En base a la petición indicada el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baños de Agua Santa, en el marco del Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional vigente entre ambas instituciones, otorga el presente Aval Institucional que autoriza a las mencionadas estudiantes a realizar las actividades académicas, de investigación y trabajo de campo necesarias para el desarrollo de su proyecto de titulación dentro del territorio cantonal.

En razón de lo indicado se dispone a la Ing. Verónica Silva Directora de Turismo y Cultura se sirva coordinar las acciones que sean pertinentes para el desarrollo del trabajo académico, observando las normativas locales, las disposiciones institucionales entre otras afines al tema de investigación.

Particular que comunico para los fines pertinentes. Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

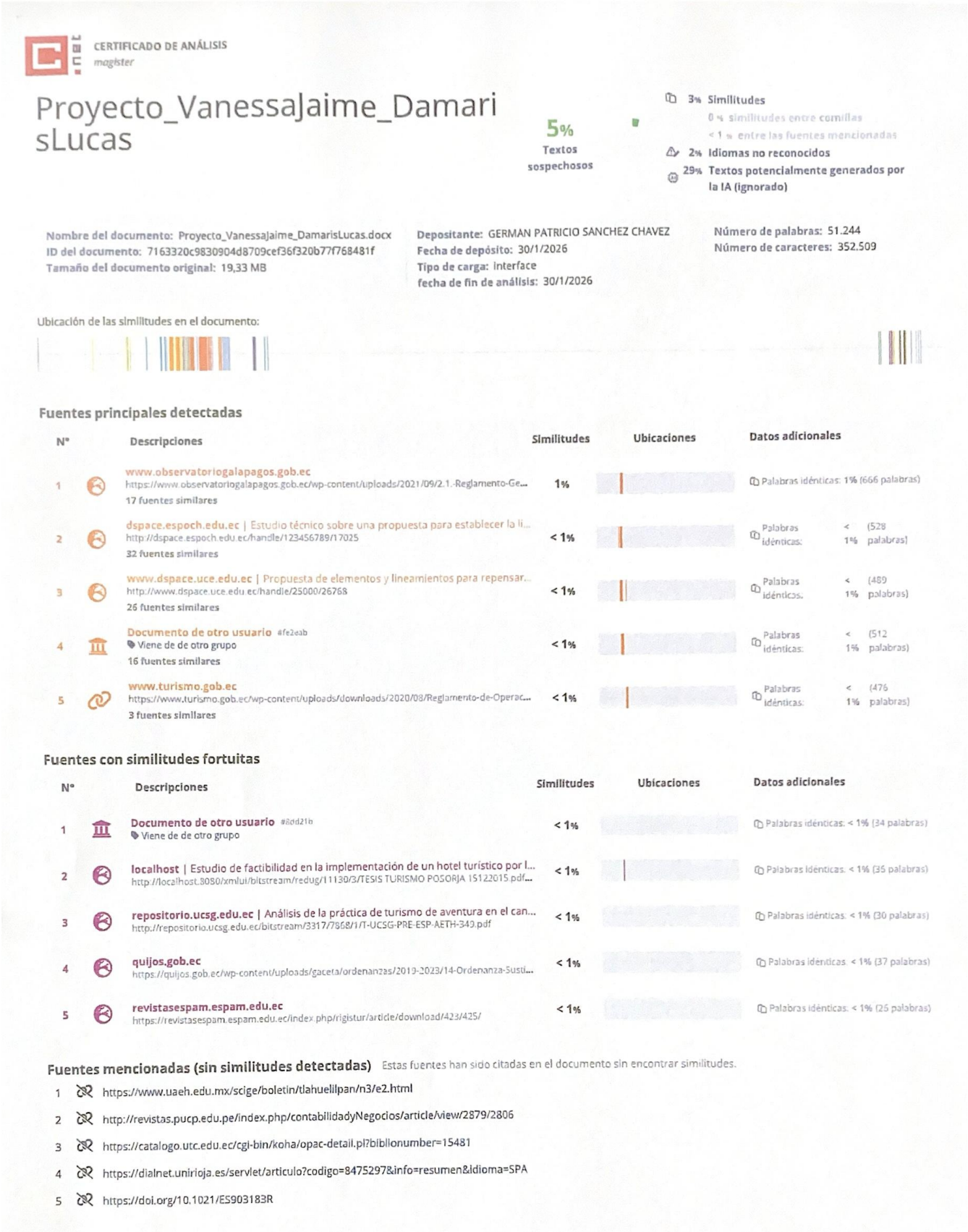
Mgs. Marlon Fabricio Guevara Silva
ALCALDE

Referencias:
- GADBAS-A-2025-0567-E

Copia:
Señora Ingeniera
Veronica Gabriela DT Silva Barrionuevo
Directora de Turismo y Cultura

MARLON FABRICIO GUEVARA SILVA

8.9. Certificado de Análisis Anti plagio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Proyecto_VanessaJaime_DamarisLucas

5% Textos sospechosos

3% Similitudes
0 % similitudes entre comillas
< 1 % entre las fuentes mencionadas
2% Idiomas no reconocidos
29% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: Proyecto_VanessaJaime_DamarisLucas.docx
ID del documento: 7163320c9830904d8709cef36f320b77f768481f
Tamaño del documento original: 19,33 MB

Depositante: GERMAN PATRICIO SANCHEZ CHAVEZ
Fecha de depósito: 30/1/2026
Tipo de carga: Interface
fecha de fin de análisis: 30/1/2026

Número de palabras: 51.244
Número de caracteres: 352.509

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.observatoriogalapagos.gob.ec https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/2.1.-Reglamento-Ge... 17 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (666 palabras)
2	dspace.espoch.edu.ec | Estudio técnico sobre una propuesta para establecer la li... http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/17025 32 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (528 palabras)
3	www.dspace.uce.edu.ec | Propuesta de elementos y lineamientos para repensar... http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/26768 26 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (489 palabras)
4	Documento de otro usuario #fe2eab Viene de de otro grupo 16 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (512 palabras)
5	www.turismo.gob.ec https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/Reglamento-de-Operac... 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (476 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #8dd21b Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
2	localhost | Estudio de factibilidad en la implementación de un hotel turístico por l... http://localhost:8080/xmlui/bitstream/redug/11130/3/TESIS TURISMO POSORJA 15122015.pdf...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
3	repositorio.ucsg.edu.ec | Análisis de la práctica de turismo de aventura en el can... http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7868/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-349.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
4	quijos.gob.ec https://quijos.gob.ec/wp-content/uploads/gaceta/ordenanzas/2019-2023/14-Ordenanza-Susti...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
5	revistasespam.espam.edu.ec https://revistasespam.espam.edu.ec/index.php/rigistur/article/download/423/425/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1 https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html
2 http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/2879/2806
3 https://catalogo.utc.edu.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=15481
4 https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8475297&info=resumen&idioma=SPA
5 https://doi.org/10.1021/ES903183R