



El Periplo Sustentable

Universidad Autónoma del
Estado de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 41

Julio / Diciembre 2021

Artículo

Título

Análisis de la situación actual
del producto turístico de salud
en la ciudad de Baños de Agua
Santa, Provincia de
Tungurahua, Ecuador

Autor:

Carla Patricia Salazar Mosquera
Freddy Alejandro Barros Pinto
María Katalina Almeida Ferri

Fecha Recepción:

03/12/2018

Fecha Reenvío:

18/03/2020

Fecha Aceptación:

28/07/2020

Páginas:

411 - 430

Análisis de la situación actual del producto turístico de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, Ecuador

A situational diagnosis of the health tourism product in Baños de Agua Santa City, Tungurahua Province, Ecuador

Resumen

En el presente trabajo se realiza un análisis de la situación actual del producto turístico de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, Ecuador. Para lo cual se implementó un diagnóstico situacional del producto turístico con el fin de determinar su oferta y el perfil del turista que demanda de esta modalidad de turismo. El estudio se enmarcó en la discusión teórica sobre el origen del turismo de salud, las tendencias vigentes en el mundo y sus características, con el objeto de caracterizar el producto turístico en el destino. Los datos se obtuvieron a través de visitas de campo, reuniones de trabajo, encuestas y entrevistas aplicadas a los principales actores turísticos. El aporte de este estudio es la construcción de la estructura de los instrumentos de recolección de datos basados en la metodología del marketing mix, obteniendo como resultado la definición del producto de salud en este destino, la definición de la oferta, y el perfil de la demanda y algunas consideraciones para su desarrollo de acuerdo con la percepción de los actores entrevistados.

Palabras clave:

Turismo de salud, turismo de bienestar, turismo médico, termalismo, salud preventiva.

Abstract

The present work carried out an analysis of the current situation of the touristic health product in the city of Baños de Agua Santa, Tungurahua Province in Ecuador. A situational diagnosis of the touristic product was implemented in order to determine its offer and the profile of the tourist that demands this type of tourism. The study was framed in the theoretical discussion on the origin of health tourism, current trends in the world and their characteristics, in order to characterize the touristic product in the destination. The data was obtained through field visits, work meetings, surveys and interviews applied to the main tourist actors. The contribution of this study is the construction of the structure of data collection instruments based on the marketing mix methodology, obtaining as a result the definition of the health product in this destination, the definition of the offer, the profile of the demand and some considerations for its development according to the perception of the actors interviewed.

Keywords:

Health tourism, wellness tourism, medical tourism, hydrotherapy, preventive health.

De los AUTORES

Carla Patricia Salazar Mosquera

Ingeniera en Ecoturismo y Guía de turismo nacional. Quito- Ecuador.

Freddy Alejandro Barros Pinto

Profesor investigador de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

URL: <https://puce-ec.academia.edu/FreddyAlejandroBarrosP>

fbarros822@puce.edu.ec

María Katalina Almeida Ferri

Profesora investigadora de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito- Ecuador.

Introducción

A finales de 2017, el turismo en el Ecuador ha crecido un 14% con relación al 2016, ya que ingresaron al país 1'617.914 turistas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018a). Durante el 2018 se pronosticó un crecimiento; según el boletín del Ministerio de Turismo, hasta abril de 2018 hubo un incremento del 64% de crecimiento turístico en relación al 2017 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018c).

Ecuador es considerado uno de los países con mayor biodiversidad del planeta y un país pluricultural, por esta razón mantiene un alto número de atractivos naturales y culturales en su territorio, albergando en su interior una vasta cantidad de recursos turísticos a aprovechar, de esta manera permite al turista, disponer de escenarios para realizar diferentes modalidades de turismo gracias a la privilegiada localización que tiene el país en el planeta (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

El territorio ecuatoriano, además de sus atractivos naturales y culturales, también cuenta con la oferta de turismo de salud, que se aprovecha de los distintos escenarios y recursos naturales y culturales que existen en el país, de acuerdo con sus 105 concesiones de aguas termales a nivel nacional, el país se promociona como un destino de termalismo y bienestar a través de la campaña “Ecuador is Wellness”, el mismo que pretende brindar al turista los diferentes destinos que aportan a esta modalidad de turismo (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018b).

La ciudad de Baños de Agua Santa en la actualidad oferta turismo de aventura, naturaleza y diversión nocturna; actividades que se han llevado a cabo a pesar de la paralización constante por las declaratoria de emergencia debido a la erupción del volcán Tungurahua, esta crítica situación fue el detonante para una agresiva estrategia de articulación y reposicionamiento de “Baños como destino turístico alternativo”, donde entraron varias modalidades apetecidas, entre ellas el turismo de salud (Discover Ecuador & More, 2016).

Esta ciudad surge como un “destino turístico religioso y de salud”, entre los años de 1857 a 1859, debido a las grandes peregrinaciones al Santuario de la Virgen del Rosario de Agua Santa, los turistas de ese tiempo visitaban



esta ciudad con el objetivo de encontrar la paz interior y la sanación del alma, sin embargo, desde las continuas erupciones de volcán Tungurahua, en los últimos 25 años (*El Universo*, 2006), ha provocado un alto riesgo para sus habitantes y los visitantes que buscaban paz y descanso.

El turismo como una de las principales fuentes de ingresos económicos se vio afectado en su oferta turística original; los prestadores de servicios y autoridades buscaron una alternativa para sacar adelante a la ciudad. Es ahí donde se concentraron en transformar al destino de “turismo religioso y de salud” a un destino de “turismo de aventura, encanto y diversión” utilizando hasta el día de hoy las erupciones volcánicas del Tungurahua como un espectáculo natural que atrae al turismo nacional e internacional (Ocaña, 2013).

En la actualidad, el turismo de salud es uno de los principales productos crecientes en el mundo, el 81% de los turistas, que buscan turismo de salud, están divididos en las categorías de: bienestar, medicina preventiva, medicina estética y turismo de bienestar, estos últimos son los que practican actividades en spas, ubicados en entornos naturales, que incluyen prácticas de conocimientos ancestrales y medicina alternativa (Arias Aragonés, Caraballo Payares & Matos Navas, 2012; De la Puente, 2015; Langviniené, 2014; Wongkit & McKercher, 2013). De esta manera, el turismo de salud, además de promover el traslado de las personas de su lugar de origen al sitio de destino para su disfrute; promueve también la búsqueda de opciones para mejorar la salud y belleza estética (De la Hoz, 2013; Lopes, Henn, Alén & Goncalves, 2011). Por lo expuesto, surge la necesidad de indagar ¿qué pasó con los productos de turismo de salud que se ofertaba originalmente la ciudad de Baños de Agua Santa?

Objetivos

La presente investigación tiene por objetivo definir la situación actual referente al producto de turismo de salud en la ciudad de Baños. Para lo cual se ha determinado analizar la oferta turística de salud existente en la ciudad de acuerdo con los recursos que posee. Así como analizar el perfil del turista que busca el producto de turismo de salud, y analizar la demanda del producto.



Antecedentes

Ecuador cuenta con los adecuados recursos naturales, culturales y curativos; que lo hace un sitio único y especial para ser visitado por motivos de salud; en la actualidad el estrés y las preocupaciones en los seres humanos han ido en aumento, en especial las personas que viven en las grandes ciudades, ya que sus jornadas laborales de 8 a 14 horas son muy largas y no poseen mucho tiempo para estar pendientes de su salud y su estética. En el territorio ecuatoriano se han creado diferentes alternativas como: spas, hoteles, centros estéticos, balnearios, entre otros; en donde los turistas pueden realizar actividades, tratamientos y terapias en beneficio de su salud (Salinas, 2011).

La ciudad de Baños, reconocida internacionalmente por la actividad continua del volcán Tungurahua, se ha convertido en un destino que ha aprovechado este fenómeno natural como un potencial turístico para ofrecer al visitante. Desde sus inicios Baños de Agua Santa generó la visita turística, motivando a sus turistas a disfrutar de sus vertientes de aguas termales, siendo así el origen de la actividad turística en la ciudad; sin embargo, no fue la única motivación para visitar el sitio, ya que la fe y la creencia de su pueblo promovía a que miles de personas visiten anualmente el santuario de la Virgen del Rosario de Agua Santa en busca de la obtención de paz espiritual y salud. Aproximadamente a partir de la década de los ochenta, se conoce que inició el incremento de turistas nacionales y extranjeros, así que toda la ciudad empezó a invertir en negocios turísticos aumentando la construcción de infraestructura necesaria para ofertar hospedaje y alimentación requerido por los turistas (Ocaña, 2013).

En la década de los 90 se dio un crecimiento acelerado, tanto de turistas como de servicios turísticos, lo que generó un cambio en la ciudad, permitiendo que en muchos lugares de Baños se desplieguen algunas infraestructuras especializadas como balnearios, complejos, hosterías, entre otros; que se conjuga con el ambiente natural y único de este sector; la variedad de paisajes y atractivos naturales son el complemento de su oferta turística. De igual forma es evidente que las operadoras turísticas tengan su participación con nuevas ideas emprendedoras, con el objetivo de que los turistas puedan disfrutar del sitio a través de tours organizados, viajes en chiva, paseos a caballo, bicicleta y varias actividades de aventura de esta manera puedan obtener una gran experiencia con esta modalidad; así como la venta de artesanías con las cuales se demuestra la cultura que caracteriza a este sitio (Discover Ecuador & More, 2016).



Esta transición repentina de la oferta de un producto de “turismo religioso y de salud” a un producto de turismo de “aventura, encanto y diversión” propone la interrogante ¿cuál es la situación actual del producto turístico de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa?, para lo cual la presente investigación implementa un diagnóstico situacional del producto, con el que se espera determinar el perfil del turista, la demanda y la oferta existente del producto de turismo de salud.

Metodología

Este estudio se enfoca en una investigación de tipo mixto (cualitativo y cuantitativo) con un alcance descriptivo (Hernández, Fernández & Baptista, 2010), se realizó por medio de visitas de campo, reuniones de trabajo, encuestas y entrevistas aplicadas tanto al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Baños; como a los tour operadores de la ciudad, con el objeto de obtener un levantamiento de información directa para analizar el papel que juega el turismo en el sitio de investigación.

Una de las herramienta que se utilizó fue la entrevista, ya que este tipo de metodología permitió adquirir la información requerida de manera personalizada, se recogió las percepciones de un grupo focal; de esta manera se obtuvo aspectos subjetivos de las personas entrevistadas, por ejemplo, sus creencias, actitudes, opiniones o valores en relación al objeto de estudio (Murillo, García, Martínez, Martín & Sánchez, 2010). La entrevista se la aplicó a los actores de turismo de salud en la ciudad de Baños y de esta forma se obtuvo su punto de vista en referencia a la oferta del producto turístico de salud en este destino.

Las entrevistas fueron dirigidas a los principales actores de turismo de salud, tanto del sector público y del sector privado, entre los cuales están: hoteles, agencias de viaje, tour operadores, centros estéticos o spas y el GAD. De acuerdo al catastro turístico de la ciudad “se identificaron 30 establecimientos que brindan actividades de turismo de salud, por lo cual se eligió aplicar la herramienta a todo este universo; el tipo de preguntas que se escogieron fueron cerradas politómicas” (Hernández *et al.*, 2010: 158).

Para su sistematización se realizó una agrupación de criterios en tres categorías de acuerdo al diseño de la entrevista, se asignó códigos a cada pregunta de la encuesta con el fin de identificar: a) El conocimiento sobre el producto de turismo de salud, b) La oferta del producto y c) La demanda del producto.



Como la segunda herramienta de este estudio se empleó la encuesta, para el levantamiento de datos cuantitativos, con el fin de determinar la demanda. “La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de los personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (Malhotra, 2008).

La encuesta se lo realizó en la ciudad de Baños, tanto a turistas nacionales; como a turistas extranjeros con el objeto de establecer el perfil del turista que tiene preferencia para realizar turismo de salud; así como también conocer la motivación de este segmento de mercado, identificando el tipo de actividades que destinan para el cuidado de su belleza y salud. Al final de la encuesta se efectuó un análisis estadístico descriptivo básico.

El diseño de la encuesta se basó en la utilización de preguntas cerradas, entre dicotómicas y las politómicas (Hernández *et al.*, 2010: 239). La estructura de los cuestionarios se lo diseño con base en la estrategia de marketing mix utilizando las “4p Producto, Precio, Plaza y Promoción” (Kotler, Bowen, Makens, García & Flores, 2011).

Tabla 1. Estructura de la encuesta basada en Marketing Mix

Lineamientos de preguntas enfocados en Marketing Mix	Preguntas
Datos generales o informativos	<ol style="list-style-type: none">1. Género2. Edad3. Nacionalidad4. Estado civil5. ¿En qué rango de ingreso mensual se encuentra?
Producto	<ol style="list-style-type: none">6. ¿Posee usted conocimiento del turismo de salud en la ciudad de Baños?7. ¿Ha realizado actividades de turismo de salud en la ciudad de Baños?8. ¿Qué actividades del producto turístico de salud en Baños, ha realizado?9. ¿Incluiría en su visita a Baños actividades de turismo de salud?10. ¿Cuánto tiempo le dedicaría a este producto turístico?11. ¿Qué tipo de servicios complementarios incluiría además del producto de turismo de salud?12. ¿Qué aspectos motivarían su decisión de realizar actividades de turismo de salud?



Lineamientos de preguntas enfocados en Marketing Mix	Preguntas
Precio	13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por actividades de turismo de salud? 14. ¿Cuál sería su forma de pago?
Plaza/distribución	15. ¿A través de qué medio le gustaría enterarse del producto turístico de salud?
Promoción	16. ¿Qué alternativa de promoción escogería para adquirir el producto turístico salud?

Fuente: Elaboración propia con base en Kotler *et al.*, 2011.

Para definir el universo a encuestar se tomó las estadísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2016), donde el número de ingreso de turistas a Ecuador del año 2016 fue de 1'412.718 personas, a partir de este dato se procedió a segmentar el universo según las preferencias de productos turísticos alternativos ofertados en el país, obteniendo como dato que el 2,3% pertenece a la segmentación que llega a la ciudad de Baños, es decir, el arribo de visitantes a este destino es de 32.493 turistas; por lo que se aplicó la fórmula finita de muestreo, dando como resultado 138 personas a encuestar.

Enfoque Teórico

De acuerdo con Arias Aragonés *et al.* (2012: 94-95) y Lopes *et al.* (2011: 464), el turismo de salud se refiere a aquel proceso en el cual una persona realiza un viaje fuera de su lugar de residencia con el objetivo de recibir servicios de salud o de bienestar. Pero con el paso del tiempo, se incluyó al termalismo en centros turísticos especializados como spa, balnearios, centros de estética y belleza, etc. (Navarro, 2011: 558-559).

El origen que tuvo esta modalidad de turismo se remonta desde los primeros desplazamientos históricos de la humanidad, los primeros vestigios motivados por conocimientos de salud (Gracia, 2016: 160-161), así como en construcción de infraestructura especializada para estas actividades,



los que surgen desde 1350 a.C. a 2600 a.C. (García, 2017: 56; Martínez, 2012: 7-8; Padilla-Meléndez & Del-Águila-Obra, 2016: 88; Papp & Lörincz, 2015: 32; Pineda & Falla, 2016). Los balnearios se volvieron famosos alrededor de todo el mundo, y este tipo de actividad se fue esparciendo mediante la construcción de un tipo de arquitectura especial para dedicar actividades relacionadas con el mejoramiento de la salud, en aquel tiempo aproximadamente en los siglos XI y XV, durante las Cruzadas estos balnearios eran utilizados para la cura de los heridos y combatientes que contraían varias enfermedades durante sus travesías. En el siglo XVIII una de las costumbres más conocidas que adquirieron los turcos, fue sin duda la de los baños romanos que actualmente, son conocidas como “Baños turcos” (Navarro, 2011: 560). En los años 50 y 60 las costumbres de las poblaciones occidentales no acostumbraban a realizarse chequeos médicos periódicos para evitar daños en su salud, la mayoría recurría a balnearios termales (De la Puente, 2015: 134).

En la actualidad varias ciudades aprovechan sus recursos y aptitudes turísticas con el fin de brindar recreación en los atractivos naturales y culturales del destino, conjuntamente con la mejora de la salud física, mental y espiritual (De la Hoz, 2013; De la Puente, 2015); el fin de estos destinos es buscar satisfacer no solo las necesidades de hospedaje, alimentación, ocio, eventos y recreación, si no también brindar alternativas para mejorar las dolencias de sus visitantes (Mol & Machado, 2017). En tal virtud se hace necesario instalar infraestructuras especializadas aprovechando los recursos naturales, culturales, medicinales y conocimientos ancestrales de los pueblos locales (Pineda & Falla, 2016).

Por otro lado también se conoce como turismo de salud a los tratamientos de prestaciones médicas, sean estos tratamientos preventivos y procedimientos quirúrgicos que buscan mejorar la salud de las personas que están pendientes de su estado físico, emocional y estético. En algunos países del mundo como Alemania, Brasil, Cuba, Dubái, Costa Rica, España, Estados Unidos, México, Polonia, Portugal, Hungría, Turquía, Sudáfrica, Israel, Jordania, Emiratos Árabes Unidos, India, Singapur, Malasia y Tailandia son destinos especializados para esta actividad (El Comercio, 2017; Sánchez Bergara, 2017: 9; Wongkit & McKercher, 2013: 4).

Los turistas que viajan por motivos de turismo de salud, no desaprovechan la oportunidad de buscar alternativas médicas a un precio más bajo o con el fin de evitar la espera para su atención en el país de origen, de esta manera viajan a otros países no solo con el fin de aprovechar de su tiempo de ocio, sino también para cuidar de su salud. De esta manera, el turista busca en el destino un valor



tangible en cuanto a la prevención, cuidado y restauración de su salud; a esta tipología de turismo se lo reconoce como turismo médico (De la Hoz, 2013: 41; Langviniené, 2014: 310-311; Padilla-Meléndez & Del-Águila-Obra, 2016: 87).

Ecuador cuenta con elementos naturales y curativos propios en su territorio, lo que lo hace un destino único y especial para ser visitado por motivos de salud. Uno de los principales destinos de turismo de salud en el país es la ciudad de Baños reconocida por ser la ciudad en donde se puede disfrutar de sus vertientes de agua termal; con los que muchos de sus visitantes disfrutaban de estos recursos termales, por lo que la ciudad de Baños se especializó en satisfacer esas necesidades. Debido a la constante actividad volcánica del Tungurahua, este fenómeno natural se ha ido convirtiendo en uno de los atractivos más importantes del Ecuador, ya que es de gran interés para los turistas que visitan la ciudad de Baños, ya que pueden apreciar la actividad volcánica tan cerca de la ciudad (Ocaña, 2013).

Resultados

Los resultados de las entrevistas recogieron las percepciones obtenidas de los distintos actores vinculados con la actividad de turismo de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa, las cuales describen el conocimiento sobre el producto de turismo de salud en la ciudad; todos los entrevistados tienen una percepción totalmente clara de su significado, así como de las actividades y características que pertenecen a esta modalidad de turismo, es decir, que definen cuál es la motivación del turista al momento de escoger turismo de salud y qué beneficios obtienen con los servicios existentes en la zona de estudio (tabla 1).

De acuerdo con la percepción sobre la oferta del producto de turismo de salud en la ciudad de Baños, existe un amplio mercado que oferta esta modalidad de turismo, así como la identificación específica de los establecimientos que brindan estos servicios, por lo que les gustaría también incluir nuevos servicios de salud para variar su promoción, ya que consideran que sería más atractivo para los turistas, con el fin de que puedan escoger más actividades de turismo de salud; de igual forma consideran que una nueva campaña de promoción, tanto de la ciudad como de la variedad de servicios, que se ofrecen es bastante necesaria para promocionar lo que tienen y lo que a futuro se implementará.



En relación a la demanda del producto turístico de salud en la ciudad de Baños, los resultados obtenidos coinciden que son turistas nacionales y extranjeros, quienes escogen las actividades de relajación y descanso en beneficio de su salud; de igual forma con las respuestas de los entrevistados se comprueba que quienes más prefieren esta modalidad de turismo son adultos mayores y familias.

Tabla 2. Percepciones de los actores

Categorías	Precepciones de los entrevistados
El conocimiento sobre el producto de turismo de salud	“Producto turístico que ayuda a la relajación tanto del cuerpo como del alma para personas de todo tipo de edad” (Alexandra Barrera/Cerca del Cielo).
	“Conjunto de actividades turísticas vinculadas con tratamientos de salud y cuidado del turista” (Gabriel Barrios/GAD).
	“Este producto es requerido siempre para relajación de las personas o por tratamiento médico sugerido” (Valeria Buenaño/Alisamay).
	“Es bueno para la salud de las personas y ayuda a tratamientos médicos o de rehabilitación” (Lilia Pazmiño/Isla de Baños).
La oferta del producto de turismo de salud	“En toda la ciudad se encuentran varias alternativas como: spas, baños de cajón, masajes, tratamientos con barro y entre otros” (Luis Barrionuevo/Eduardo’s Ecología y Aventura).
	“En la mayoría se encuentra este servicio en hoteles de alta categoría que cuentan con el espacio y adecuaciones necesarias como en Montselva, Samari, Destiny al igual que Spas, Complejos y hosterías; y en representación de entidades públicas se encuentra las Termas de la Virgen, Termas del Salado y entre otras” Janice Salazar/Sangay Spa Hotel.
	“Todas las autoridades encargadas del turismo en la ciudad deberían implementar un plan estratégico que ayude a desarrollar este tipo de turismo” (Lilia Pazmiño/Isla de Baños).
	“Realizar promoción turística de un sitio cuenta con muchos atractivos es sin duda importante y necesario para que crezca” (Javier Bonilla/Hotel Destiny).
	“Es importante la ayuda del GAD, para quienes representamos a las empresas privada y particulares, ya que se necesita realizar publicidad de todos los servicios disponibles que ofrecemos” (Marcela Pérez/Samari).
“El Proyecto Termas de la Virgen es un producto bastante atractivo que ofrece a los turistas que les agrada visitar la ciudad de Baños un momento para relajarse” (Octavio Estévez/Turavex).	



Categorías	Precepciones de los entrevistados
La demanda del producto de turismo de salud	“Quienes consumen este producto turístico son adultos mayores, mujeres ya requieren tratamientos de belleza y estética y familias” (Octavio Estévez/Turavex).
	“El producto turístico de salud es atractivo por jubilados extranjeros quienes asisten a esta ciudad en búsqueda de esta opción” (Mariana Flores/Casa Real & Spa).
	“Para los extranjeros es bastante atractivo, ya que en varias ocasiones solicitan estas actividades en sus tours” (Wilson Iturralde/Geo Tours).

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los resultados de las encuestas aplicadas en la ciudad de Baños, se las obtuvieron a través de la tabulación de los datos obtenidos, después de la aplicación y sistematización de la encuesta, se determina que la totalidad de los encuestados, en su mayoría pertenece al género masculino dentro de un rango de edad entre los 18 a 24 años, respecto al género femenino de igual forma se encuentra en un rango de edad entre los 18 a 24 años.

Tabla 3. Género y Edad

		Edad			
		18 a 24 años	25 a 24 años	35 a 44 años	45 años en adelante
Género	Masculino	33	16	12	14
	Femenino	28	13	10	12

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados son ecuatorianos y tienen un nivel de instrucción superior.



Tabla 4. Nacionalidad y nivel de instrucción

		Instrucción			
		Primaria	Secundaria	Superior	Posgrado
Nacionalidad	ecuatoriano	3	17	88	9
	extranjero	1	4	13	3

Fuente: Elaboración propia.

El promedio de gasto por persona en su mayor porcentaje promedia entre los \$15 a \$29 dólares, relacionado por el promedio de tiempo de dedicación por ½ día con un total entre ambas variables.

Tabla 5. Presupuesto para actividades de turismo de acuerdo al tiempo de dedicación

Tiempo de dedicación	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por actividades de turismo de salud?			
	\$ 15 a \$29	\$30 a \$49	\$50 a \$74	\$ 75 en adelante
½ día	64	28	2	-
1 día	17	14	1	-
2 días en adelante	6	4	1	1

Fuente: Elaboración propia.

Las personas que escogieron realizar actividades de turismo de salud dentro de sus actividades de ocio, los criterios que más escogieron en la encuesta son en primer lugar el precio accesible y en segundo lugar excelente calidad de servicio.



Tabla 6. Decisión de tomar turismo de salud

¿Qué aspectos motivarían su decisión de realizar actividades de turismo de salud?				
¿Incluiría al Turismo de Salud?	Precio accesible	Excelente calidad de servicio	Diversidad de actividades	Seguridad
Si	47	47	32	12
No	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia.

Al optar por productos de turismo de salud como una de sus actividades de ocio, las personas encuestadas escogieron incluir en su visita a Baños actividades complementarias en primer lugar la aventura y deportes y en segundo lugar las rutas guiadas.

Tabla 7. Actividad complementaria al turismo de salud

¿Qué tipo de servicios complementarios incluiría además del producto de turismo de salud?				
¿Incluiría al Turismo de Salud?	Aventura y deportes	Rutas guiadas	Visita a las cascadas	Fiesta y diversión nocturna
Si	64	30	32	12
No	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia.



Discusión

La tendencia de turismo de salud a nivel mundial está en crecimiento, varias empresas, tanto públicas como privadas, incentiven su inversión en el desarrollo de productos, promociones y comercialización de productos turísticos a fines a esta modalidad turística (De la Puente, 2015; Gracia, 2016). Además de la oferta de actividades dedicadas al mejoramiento de la salud y belleza estética, los turistas buscan espacios destinados para realizar actividades recreativas combinadas relacionadas con los atractivos naturales y culturales del mismo destino, encadenando servicios y actividades ofertadas en el destino (De la Hoz, 2013: 48; Pineda & Falla, 2016: 110; Zamorano Casal, 2008: 18).

En tal contexto, los turistas que buscan este tipo de servicios tienen un estilo de vida dedicado a cuidar su bienestar, por lo que son más propensos a buscar destinos que les ofrezcan productos de turismo de salud; estos segmentos de mercados tienden a tener un alto nivel de educación y poder adquisitivo, por lo que son más exigentes al buscar este tipo de modalidad turística (De la Hoz, 2013: 46; Mol & Machado, 2017; Padilla-Meléndez & Del-Águila-Obra, 2016: 87; Sánchez Bergara, 2017: 13-14).

Para la atención de las necesidades del turista que busca turismo de salud, los destinos a nivel regional crean estrategias como el desarrollo de subsidios e incentivos para la inversión de emprendimientos dedicados a este tipo de productos (Mol & Machado, 2017: 49). La ciudad de Baños de Agua Santa en su proceso histórico de desarrollo de la actividad turística, ha implementado infraestructura, servicios complementarios destinados a los turistas que recurrían a la visita de esta ciudad con fines religiosos y de salud.

A pesar de adoptar otra modalidad de turismo en los últimos 25 años, existen emprendimientos locales públicos y privados que mantienen ofertas destinadas al segmento de turismo de salud como se lo ha identificado en los resultados de este estudio, por otro lado los actores de turismo de la ciudad de Baños coinciden que es una oportunidad de inversión y desarrollo turístico la apuesta de promocionar y comercializar productos de turismo de salud, para lo cual sería necesario implementar un estudio más profundo al segmento de mercado y establecer una planificación a largo plazo.



Conclusiones

Los resultados de este estudio determinan que el producto de turismo de salud en la ciudad de Baños se lo realiza a pesar del desconocimiento del término turismo de salud por parte del turista. Los turistas estarían dispuestos a dedicarle tiempo y gasto económico en actividades de relajación, cuidado de su salud y descanso complementándolas con otros productos turísticos que son promocionados en la ciudad.

Es evidente que existe una amplia oferta de turismo de salud y se reconocen perfectamente los establecimientos que brindan actividades turísticas vinculadas con esta modalidad, sin embargo, los entrevistados mencionan que les gustaría en los siguientes años incluir nuevos servicios de esta misma categoría al tener una buena acogida por los turistas; sería una nueva oferta siempre y cuando se presente una nueva campaña de promoción, tanto de la ciudad como de la variedad de servicios que se ofrecen.

En cuanto a la demanda los principales actores vinculados al producto de turismo de salud determinaron que esta modalidad es bastante atractiva en general para adultos mayores y el segmento de familias; ya sean para turistas nacionales como para turistas extranjeros.

Por último, la identificación del perfil del turista que selecciona al producto turístico de salud en la ciudad de Baños, en su mayoría es de género masculino con un 54% seguido del género femenino con un 46%, están en una edad promedio entre los 18 a 24 años, son de nacionalidad ecuatoriana, con un nivel de instrucción superior, su promedio aproximado de ingreso económico mensual va de \$375 a \$750 dólares americanos.

En general desconoce el término de turismo de salud, aunque si han realizado actividades de este tipo en la ciudad de Baños, como visita a las termas y una sesión de spa, dedicándole medio día, pero complementado con otras actividades turísticas que son de su interés como la aventura o deportes extremos y de igual forma realizar rutas guiadas, por lo que en cuanto a lo que están dispuesto a gastar por actividades de turismo de salud va entre unos \$15 a \$29 dólares americanos.



Los turistas encuestados les gustaría enterarse de este tipo de oferta turística por medio de redes sociales o la televisión, adicional a esto su motivación a tomar esta opción fue por la calidad del servicio y precio accesible.

De igual forma los actores de turismo en la ciudad reconocen que el turismo de salud en la ciudad de Baños al retomarlo como un producto estrella, éste sería una oportunidad de beneficio, ya que la consideran altamente importante como una apuesta para brindar servicios turísticos de salud como un nuevo campo en el que se pueden destacar.

En conclusión, la situación del producto de turismo de salud en la ciudad de Baños de Agua Santa, es una opción tomada por los turistas nacionales y extranjeros escogiéndola siempre y cuando se complemente con otras actividades turísticas al visitar la ciudad.

Por lo expuesto, se recomienda la construcción de un plan estratégico de desarrollo turístico que tomé en cuenta los resultados de este estudio, con el fin de propender a que el producto de turismo de salud en la ciudad de Baños sea un complemento de la promoción, comercialización y diversificaría los productos de este destino turístico del Ecuador.



Referencias

- Arias Aragonés, F., Caraballo Payares, A. & Matos Navas, R. (2012). El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *CLIO América*, 6(11), 72-98. Disponible en <https://doi.org/10.21676/23897848.440>, [18 de septiembre de 2017].
- De la Hoz, A. (2013). Entendiendo el turismo de salud: un análisis sociodemográfico. *Escenarios: Empresa y Territorio*, (2), 37-54. Disponible en <http://investigaciones.esumer.edu.co/revista/index.php/revista/article/view/31>, [19 de septiembre de 2017].
- De la Puente, M. (2015). Sector del turismo de Salud: caso de Colombia. *Revista de Economía del Caribe*, 2106(16), 129-161. Disponible en <https://doi.org/10.14482/ecoca.15.7192>, [18 de septiembre de 2017].
- Discover Ecuador & More (2016). Turismo Médico-Salud. Disponible en <http://discoverecuadorand-more.com/tipos-de-turismo/turismo-medico-salud.html>. website: <http://discoverecuadorand-more.com/tipos-de-turismo/turismo-medico-salud.html>, [18 de septiembre de 2017].
- El Comercio (2017, March 10). *El turismo médico, una tendencia mundial*. pp. 1-2. Disponible en <https://www.elcomercio.com/actualidad/turismo-medico-tendencia-mundial-salud.html>, [20 de septiembre de 2017].
- El Universo (2006, August 20). Resumen de las erupciones históricas del Tungurahua. <https://www.Eluniverso.Com/2006/08/20/0001/12/A8579D32A1F04291BCE61E48F13A4925.Html>, pp. 20-22. Disponible en <https://www.eluniverso.com/2006/08/20/0001/12/A8579D32A1F04291BCE61E48F13A4925.html>, [18 de septiembre de 2017].
- García, C. A. G. (2017). Turismo en salud: ¿Una forma de medicalización de la sociedad? *Revista Lasallista de Investigación*, 14(2), 51-64. Disponible en <https://doi.org/10.22507/rli.v14n2a5>, [20 de septiembre de 2017].
- Gracia, M. (2016). El turismo de salud en el Estado de Hidalgo, México. Propuestas para consolidarlo. *El Periplo Sustentable*, 157-179. Disponible en <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4899>, [20 de septiembre de 2017].



- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta; J. Mares Chacón, Ed.). Disponible en www.academia.edu/download/38911499/Sampieri.pdf, [19 de septiembre de 2017].
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García, J. & Flores, J. (2011). *Marketing Turístico Online* (Quinta, Vol. 4; A. Cañizal & M. Varela, Eds.). Disponible en www.academia.edu/download/60334643/80-marketing-turistico-kotler20190819-29516-nr2gdw.pdf, [18 de septiembre de 2017].
- Langviniené, N. (2014). Changing Patterns in the Health Tourism Services Sector in Lithuania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Disponible en <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.194>, [18 de septiembre de 2017].
- Lopes, P., Henn, M., Alén, M. & Goncalves, J. (2011). *El turismo de salud y el uso terapéutico del agua*. 20, 462-477. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717607011.pdf>, [18 de septiembre de 2017].
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta). Disponible en <https://doi.org/426585234>, [18 de septiembre de 2017].
- Martínez, O. (2012). Análisis sociológico de las tendencias recientes del turismo de salud y reposo: origen, evolución histórica y tendencias de futuro. *Aposta*, 1-25. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950248001.pdf>, [19 de septiembre de 2017].
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2014). Proyecto Ecuador potencia turística. *Ministerio de Turismo del Ecuador. Documento de Diagnóstico Sectorial*, 129. Disponible en <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Turística.pdf>, [21 de septiembre de 2017].
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2018a). *Arribo de turistas a Ecuador creció en 14% en 2017*. Disponible en <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>, [21 de septiembre de 2017].
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2018b). Ecuador promociona el turismo de bienestar y salud en “Termatalia 2018.” Disponible en <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-promociona-el-turismo-de-bienestar-y-salud-en-termatalia-2018/>, [8 de abril de 2020].



- Ministerio de Turismo del Ecuador (2018c). *Indicadores turísticos, boletín 2018*. Disponible en https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Boletin/Boletin_Abril-2018.pdf, [21 de septiembre de 2017].
- Mol, A. & Machado, K. (2017). Turismo de salud y el empresariamiento de las metrópolis brasileñas. *Bitacora* 27, 27(3), 43-49. Disponible en <http://ref.scielo.org/zhpwhq>, [20 de septiembre de 2017].
- Murillo, J., García, M., Martínez, C., Martín, N. & Sánchez, L. (2010). La entrevista. Metodología de Investigación Avanzada. *The Journal of Systems and Software*, (6). Disponible en [onibhttps://doi.org/10.1016/0164-1212\(86\)90006-3](https://doi.org/10.1016/0164-1212(86)90006-3), [19 de septiembre de 2017].
- Navarro, J. (2011). Salud y paisaje. Contribución desde el termalismo a la revitalización de zonas rurales (El caso de Pozo Amargo, Cuenca del Guadaira, España). *Varia Historia*. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=384434839009>, [20 de septiembre de 2017].
- Ocaña, W. (2013). *Turismo como alternativa de desarrollo territorial: estudio de caso en Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua* (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales). Disponible en <http://200.41.82.22/handle/10469/5938>, [21 de septiembre de 2017].
- Padilla-Meléndez, A. & Del-Águila-Obra, A.-R. (2016). Health Tourism: Conceptual Framework and Insights from the Case of a Spanish Mature Destination. *Tourism & Management Studies*, 12(1), 86-96. Disponible en <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12109>, [20 de septiembre de 2017].
- Papp, Z. & Lörincz, K. (2015). Health tourism trends. *Health*, 29-44. Disponible en https://pmr.uni-pannon.hu/articles/5_3-4_papp-lorincz.pdf, [18 de septiembre de 2017].
- Pineda, M. & Falla, P. (2016). Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio. *Equidad y Desarrollo*, 0(27), 105. Disponible en <https://doi.org/10.19052/ed.3749>, [18 de septiembre de 2017].
- Salinas, G. (2011). *El desarrollo del turismo de salud en las provincias de Azuay, Loja y Zamora Chinchipe* (Universidad de Cuenca). Disponible en <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1668>, [20 de septiembre de 2017].



- Sánchez Bergara, S. (2017). *Tendencias, perfiles y motivaciones del turismo de salud y de bienestar*. Disponible en https://static.hosteltur.com/web/uploads/2017/04/Informe_Turismo_de_Salud_y_Bienestar_Osteelea.pdf, [20 de septiembre de 2017].
- Wongkit, M. & McKercher, B. (2013). Toward a typology of medical tourists: A case study of Thailand. *Tourism Management*, 38, 4-12. Disponible en <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2013.02.003>, [18 de septiembre de 2017].
- Zamorano Casal, F. M. (2008). *Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados*. (Segunda). Disponible en <https://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/turismo-alternativo-zamorano.pdf>, [18 de septiembre de 2017].