



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE TIPO WELLNESS EN LAS
PROVINCIAS DE TUNGURAHUA Y CHIMBORAZO, ECUADOR.

AUTOR

Daniela Stefania Rosero Cabezas

AÑO

2020



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE TIPO *WELLNESS* EN LAS
PROVINCIAS DE TUNGURAHUA Y CHIMBORAZO, ECUADOR

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada en Administración de
empresas Turísticas y Hoteleras

Profesor guía

Roberto Carlos Herrera Anangonó

Autora

Daniela Stefanía Rosero Cabezas

Año 2020

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Diseño de una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador, a través de reuniones periódicas con la estudiante Daniela Stefania Rosero Cabezas, en el semestre 2020-20, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.




Roberto Carlos Herrera Anagonó

CI: 1002516399

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, *Diseño de una ruta turística de tipo Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador, a través de reuniones periódicas con la estudiante Daniela Stefanía Rosero Cabezas, en el semestre 2020-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".



Rafael Fernando Carrera Zurita

CI: 1714727540

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniela Rosero', is written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat cursive.

Daniela Stefania Rosero Cabezas

CI: 1726053646

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios ya que me ha dado la fuerza y sabiduría para seguir adelante. A mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional y me han enseñado a luchar por lo que quiero sin darme por vencida. A mi hermana y hermano quienes han sabido darme sus consejos cada vez que los he necesitado. A mi novio por su apoyo y motivación para que siga cumpliendo mis sueños.

Igualmente, a mis profesores que me llenaron de conocimientos en mi formación como estudiante y que se verán reflejados en mi vida profesional.

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Giovanni, Susana, Gabriela, Michael, Michaela, Leandro y Juan Diego. Gracias por ser la mejor familia del mundo y por llenarme siempre de todo su amor y apoyo incondicional.

RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en el diseño de una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador, el cual es una alternativa para incrementar la afluencia de turismo interno en el país, ya que la nueva tendencia en el mundo es cuidar la salud integral de las personas a través de este tipo de turismo; por lo que se han planteado los siguientes objetivos específicos: analizar la caracterización situacional del territorio de las provincias de Tungurahua y Chimborazo, determinar el sistema turístico de las provincias, diseñar la propuesta a partir del impulso del proyecto y desarrollar la propuesta a partir de un producto turístico *Wellness*. Estos objetivos fueron desarrollados a través de cuatro diferentes capítulos, donde se utilizaron metodologías como: el sondeo de opinión, entrevistas, árbol de problemas y matriz de marco lógico.

En la caracterización situacional del territorio se analizó la localización geográfica, economía productiva, características socio culturales, infraestructura, conectividad y la identificación de los actores locales de las provincias de Tungurahua y Chimborazo. En la caracterización del sistema turístico del territorio se determinó toda la oferta actual, la demanda, la superestructura y el diagnóstico de la problemática. En el diseño de la propuesta, se estableció la duración del proyecto, los beneficiarios directos e indirectos y el análisis de los actores; se estructuró además la matriz del marco lógico, el cronograma y el presupuesto. Finalmente, en el desarrollo de la propuesta, se estableció el producto turístico, el itinerario del paquete, la propuesta de interpretación, la hoja de ruta, las fuentes de financiamiento y la estrategia de seguimiento y evaluación del proyecto.

Como resultado final, se estableció que el 100% de los encuestados están dispuestos a recorrer una ruta turística *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, se puede decir que la implementación de la propuesta es necesaria para incrementar la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros y para promover su bienestar.

ABSTRACT

This project focuses on the design of a Wellness-type tourist route in the provinces of Tungurahua and Chimborazo, Ecuador, which is an alternative to increase the influx of domestic tourism in the country, because the new trend in the world is to take care of the integral health of people through this type of tourism; so the following specific objectives have been set: analyze the situational characterization of the territory of the provinces of Tungurahua and Chimborazo; determine the tourist system of the provinces; design the proposal from the impulse of the project; and develop the proposal from a tourist Wellness product. These objectives were developed through four different chapters, using methodologies such as: surveying, interviews, problem tree and logical framework template.

In the situational characterization of the territory, the geographical location, productive economy, cultural socio-cultural characteristics, infrastructure, connectivity, and identification of the local actors of the provinces of Tungurahua and Chimborazo were analyzed. In the characterization of the tourist system of the territory was determined all the current supply, demand, superstructure, and diagnosis of the problem. In the design of the proposal, the duration of the project, direct and indirect beneficiaries and the analysis of the actors were established; the matrix of the logical framework, the schedule and the budget were also structured. And finally, in the development of the proposal, the tourist product, the itinerary of the package, the proposal of interpretation, the roadmap, the sources of financing and the strategy of monitoring and evaluation of the project were established.

As a final result, it was determined that 100% of surveyed are willing to travel a Wellness tourist route in the provinces of Tungurahua and Chimborazo, it can be said that the implementation of the proposal is necessary to increase the influx of national and foreign tourists, and also to promote their well-being.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
Enunciado del problema	1
Objetivos.....	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos	2
Justificación	2
Métodos, técnicas e instrumentos.....	4
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	6
CAPÍTULO II.- CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL.....	11
2.1. Localización geográfica; descripción física - ambiental	11
2.2. Características económico productivas.	12
2.3. Características socio culturales más relevantes.....	13
2.4. Breve descripción de infraestructura, conectividad y movilidad	15
2.5. Identificación de los actores locales	16
CAPÍTULO III.- CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO.....	17
3.1. Análisis de la oferta actual	17
3.2. Análisis de la demanda actual	20
3.3. Análisis de la súper estructura	22
3.4. Diagnóstico – problematización	24
3.4.1. Identificación de la problemática del territorio.....	24
CAPÍTULO IV.- DISEÑO DE LA PROPUESTA	26
4.1. Duración del proyecto y vida útil.....	26
4.2. Beneficiarios (directos e indirectos)	26
4.2.1. Beneficiarios directos.....	26

4.2.2. Beneficiarios indirectos.....	27
4.3. Actores involucrados	27
4.4. Matriz de marco lógico.....	31
4.5. Cronograma.....	34
4.6. Presupuesto	34
CAPÍTULO V.- DESARROLLO DE LA PROPUESTA	35
5.1. Producto turístico, estrategia de promoción, propuesta de interpretación.....	35
5.1.1. Producto turístico.....	35
5.1.2. Estrategia de promoción y comercialización.....	37
5.1.3. Propuesta de interpretación.....	38
5.2. Identificación del posible impacto ambiental y su mitigación... ..	42
5.3. Hoja de ruta	43
5.4. Fuentes de financiamiento del proyecto	45
5.5. Estrategia de seguimiento y evaluación	46
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
Conclusiones.....	48
Recomendaciones	50
REFERENCIAS	51
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales festividades y eventos de la provincia de Tungurahua. ...	14
Tabla 2. Principales festividades y eventos de la provincia de Chimborazo. ...	15
Tabla 3. Oferta de atractivos turísticos naturales de las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	17
Tabla 4. Oferta de servicios de alojamiento, restauración, operación turística, parques de atracción estables y transporte turístico de Tungurahua.	19
Tabla 5. Oferta de servicios de alojamiento, restauración, operación turística, parques de atracción estables y transporte turístico de Chimborazo.	19
Tabla 6. Beneficiarios directos por empresas de la ruta turística y visitas dentro de las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	27
Tabla 7. Matriz de actores involucrados del territorio de las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	28
Tabla 8. Matriz de marco lógico del proyecto de diseño de ruta turística Wellness.	31
Tabla 9. Información e itinerario de la ruta turística Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.	35
Tabla 10. Matriz de Leopold, evaluación de impactos ambientales del proyecto.	43
Tabla 11. Hoja de ruta, forma de participación de los actores que serán parte del proyecto.	44
Tabla 12. Fuentes de financiamiento del proyecto de desarrollo turístico.	45
Tabla 13. Matriz de estrategia de seguimiento y evaluación.	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación geográfica de las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.....	12
Figura 2. Porcentaje de la oferta de servicios turísticos según el tipo de actividad en Tungurahua.....	19
Figura 3. Porcentaje de la oferta de servicios turísticos según el tipo de actividad en Chimborazo.....	20
Figura 4. Mapa de la ruta turística <i>Wellness</i> en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.....	39

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta virtual para el desarrollo del estudio de mercado del proyecto.....	59
Anexo 2. Formato de entrevista para determinar la percepción de profesionales en turismo Wellness	64
Anexo 3. Resultados de las encuestas virtuales para el estudio de mercado del proyecto.....	73
Anexo 4. Árbol de problemas, objetivos y alternativas del proyecto.....	76
Anexo 5. Análisis de costos fijos, costos variables, utilidad de la empresa, costos administrativos e impuestos del proyecto.....	79
Anexo 6. Análisis del punto de equilibrio del proyecto.	80
Anexo 7. Cronograma de actividades del proyecto de diseño de la ruta turística Wellness.....	81
Anexo 8. Presupuesto del proyecto de desarrollo turístico.	82

INTRODUCCIÓN

Enunciado del problema

El turismo *Wellness* es aquella actividad turística que se enfoca en mejorar y convertir los viajes en una oportunidad para conservar y renovar la salud integral de las personas (Global Wellness Institute, s.f.), pues genera beneficios como: aumento de felicidad personal, aumento de productividad, aumento de autoestima, renovación de la salud, mejoramiento de las relaciones, entre otros. En el mundo se han realizado alrededor de 830 millones de viajes de este tipo de turismo y se prevé que la tendencia crezca en un 7.5% hasta el año 2022 (Global Wellness Institute, 2018).

En Ecuador existen diversos lugares en donde se puede realizar este tipo de turismo. Precisamente en las provincias de la Sierra Centro, se concentran varios atractivos que podrían ser visitados por turistas que buscan su propio bienestar, es decir, buscan practicar turismo *Wellness*.

Por ejemplo, en Tungurahua se encuentra localizada la ciudad de Baños de Agua Santa que ofrece atractivos como: aguas termales, cascadas (Pailón del Diablo, Manto de la Novia, entre otras); esta ciudad recibe entre 750 y 900 mil turistas al año (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños, 2018). Por otra parte, en la provincia de Chimborazo también se encuentran este tipo de atractivos, como: lagunas (de Colta, El Altar, Ozogoché entre otras), el volcán Chimborazo y las aguas termales de Aguallanchi que acogieron a 9587 turistas en el año 2014 (Cevallos, 2014).

El Ministerio de Turismo ha venido trabajando en la promoción de este tipo de turismo en Ecuador, pero enfocándose solamente en aguas termales, por lo que participó en la Feria Internacional de Turismo Termal, Salud y Bienestar (Termatalia) 2018 con la campaña "Ecuador *is Wellness*" (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018). Sin embargo, cabe recalcar que este tipo de turismo no solamente comprende el visitar aguas termales, sino también otro tipo de

atractivos naturales que aportan de diferente manera y generan bienestar, como es el caso de bosques, lagunas, lagos, montañas, nevados, volcanes y cascadas (Bock, 2019).

Considerando la concentración de atractivos naturales que sirven para el desarrollo de turismo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, la creación de rutas turísticas bien establecidas dirigidas a este segmento, incentivarán la visita de un mayor número de turistas al país, por lo que se propone un diseño de una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.

Objetivos específicos

- Analizar la caracterización situacional del territorio de las provincias de Tungurahua y Chimborazo.
- Determinar el sistema turístico de las provincias.
- Diseñar la propuesta a partir del desarrollo del proyecto turístico.
- Desarrollar la propuesta a partir de un producto turístico *Wellness*.

Justificación

La Asociación de Turismo *Wellness* (WTA), considera al turismo de bienestar como "una división específica de la industria turística global definida por el objetivo común de comercializar activos y actividades naturales centrados principalmente en servir al viajero con mentalidad de bienestar" (Wellness Tourism Association, s.f.). Con este modelo de turismo se puede aumentar la

conciencia y la aceptación de los viajes como una actividad clave para mejorar el bienestar, la salud, la felicidad y la productividad de las personas que lo practiquen (Wellness Tourism Worldwide, s.f.).

El turismo de bienestar o *Wellness* se ha convertido en una tendencia alrededor del mundo y es importante que los destinos entiendan que este es un segmento emergente, mundial, complejo e inmerso a un cambio apresurado y que se deben aprovechar las oportunidades que presenta. Según la Organización Mundial de Turismo (UNWTO), el desarrollo de destinos depende de lo que se puede ofertar a los turistas según los diferentes segmentos de mercado, por tal razón el establecimiento de rutas turísticas orientadas a motivaciones de turismo determinadas, busca una mayor generación de visitas, y por tanto, mayores ingresos hacia un país (Organización Mundial de Turismo, 2018).

En este caso, el turismo *Wellness*, con una tendencia en crecimiento del 7,5%, es una actividad que atrae a turistas de alto nivel de los países desarrollados y en desarrollo, también aumenta la economía de las regiones pequeñas o desfavorecidas que de otro modo son ricas en métodos convencionales de salud y bienestar (Dr. Prem). Conociendo el potencial del Ecuador debido a sus distancias cortas y su riqueza de atractivos naturales, la creación de nuevas rutas turísticas busca generar ese impacto, promocionando al país internacionalmente y llegando a nuevos segmentos de mercado.

Este proyecto se encuentra alineado con el Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021, específicamente al eje 3: “Más sociedad, mejor estado”, al objetivo 9: “Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar al país en la región y el mundo”; Política 9.4:

“Posicionar y potenciar a Ecuador como un país mega diverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco protección del

patrimonio natural y cultural” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

De manera conjunta, se ajusta a las líneas de investigación de la Universidad de las Américas “Sociedad, Comunidad y Cultura” y al lineamiento de la Escuela de Hospitalidad y Turismo “Gestión y desarrollo turístico y de empresas de hospitalidad” (Universidad De Las Américas, 2019).

Métodos, técnicas e instrumentos

En este proyecto se aplicará una investigación descriptiva, debido a que tiene como función principal distinguir las principales características del objeto de estudio y su descripción precisa de las partes, categorías o clases de ese objeto (Bernal, 2010). Este tipo de investigación recopila datos tanto cualitativos como cuantitativos que son relevantes para la recolección de información del objeto de estudio, a través de diferentes técnicas como encuestas, entrevistas y observaciones (Bernal, 2010), en base a los resultados obtenidos, se consolidará el desarrollo del diseño de la ruta turística.

El enfoque cuantitativo se basa en medir características de fenómenos sociales con un proceso lineal o secuencial. Uno de los métodos que se van a utilizar, es el muestral, del cual se obtiene información de la población objeto de estudio mediante el proceso de selección de una muestra que sea específica y que dé resultados confiables (Bernal, 2010). Por otra parte, se utilizará un sondeo de opinión para medir información mediante la aplicación de encuestas realizadas a la muestra seleccionada de la población objeto de estudio (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

La población objeto de estudio fue establecida mediante los datos del Reporte Económico realizado por el Instituto Global de Bienestar; el mismo expone que se han realizado 439.700 viajes internos en el país por motivo *Wellness* en el año 2017. Con este dato obtenido, la muestra se la pudo determinar mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

Ecuación 1: Fórmula para el cálculo de muestreo

Tomado de: Departamento de Matemáticas Universidad De Las Américas, 2020

Donde:

n = Muestra para el estudio e = Margen de error (3%) N = Población objeto de estudio

$$n = \frac{439.700}{0,05^2 (439.700 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{439.700}{1.100,2475}$$

$$n = 399,63 = 400$$

La muestra para el estudio dio como resultado a 400 turistas nacionales. Al tratarse de una prueba piloto, se va a tomar el 10% del total de la muestra, tendiendo un total de 40 turistas a los cuales se les realizó una encuesta online para obtener el sondeo de opinión. Ver Anexo1.

En contraste, el enfoque cualitativo se basa en no generalizar ya que se profundizan casos específicos. En este caso, se describen los fenómenos sociales mediante la recolección de datos utilizando técnicas como la observación, de la cual se obtiene información más profunda por el análisis intenso que se debe realizar (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

Las técnicas que se efectuarán, en este caso, serán dos entrevistas a dos expertos para saber su percepción del tema que se va a desarrollar en el presente proyecto, ver Anexo 2. Además, el árbol de problemas se lo utilizará para analizar la problemática que se tiene para el desarrollo de la ruta turística en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, ver Anexo 4. Por último, la matriz de marco lógico permitirá la planificación, gestión, evaluación y ejecución del diseño de la ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias anteriormente mencionadas, ver Anexo 7.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Se debe comenzar definiendo el concepto “turismo” tomando en cuenta los diferentes puntos de vista de varios autores. Según Ibáñez y Cabrera se lo define como el traslado que realiza una persona o un grupo de personas hacia otro lugar diferente al de su residencia habitual en un período mayor al de 24 horas y menor a 180 días (Ibáñez & Cabrera, 2011).

Por otra parte, la Organización Mundial del Turismo lo conceptualiza como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios” (Organización Mundial del Turismo, s.f.).

Boullón en su caso, expresa que el turismo no es una ciencia ya que se va formando a través del tiempo, dependiendo de cada época, va adoptando diferentes características y sigue en constante evolución. Asimismo, se lo realiza a partir del aprovechamiento del tiempo libre que tienen las personas (Boullón, 2006).

Al turismo se lo relaciona con términos como el ocio, la recreación, la hospitalidad, desplazamiento y sobre todo con la palabra viaje (Panosso & Lohmann, 2012). Además, es clasificado según la motivación y objetivo del turista, por ejemplo, si la persona desea centrar su experiencia en su cuerpo, puede realizar turismo de salud, el cual supone buscar tratamientos y cuidados para el organismo (Ledhesma, 2018).

Dentro de este tipo de turismo se han desarrollado nuevas tendencias según los distintos gustos de los viajeros, en este caso, la innovación es parte fundamental para brindar nuevas experiencias a aquellos turistas que quieren salir de su vida cotidiana y recibir algo que les aporte de manera positiva. El turismo *Wellness* se desarrolló como una tendencia gracias al interés de aquellos viajeros que necesitaban mantener, mejorar o iniciar un estilo de vida saludable, y apoyar o aumentar la sensación de bienestar (Wellness Tourism Association, s.f.).

En un destino, la actividad turística produce cambios en sectores importantes como el económico, social, cultural y ambiental, por lo cual, se debe tomar en cuenta un enfoque sistémico para analizar y describir el turismo, así como los elementos que lo componen. Este enfoque permite representarlo de una manera más amplia, además dispone de actividades y actores que están interrelacionados, a esto se lo denomina sistema turístico (Varisco, 2013).

De acuerdo con Boullón, el sistema turístico está compuesto por varias facetas, dentro de ellas está el encuentro entre los modelos analíticos oferta y demanda a través de la venta de un producto en conjunto con una superestructura. La demanda se refiere a la cantidad de turistas que visitan un determinado lugar, se la puede contabilizar según los ingresos que generan. Por su parte, la oferta está conformada por todos los productos y servicios que proveen los elementos de la planta turística, es decir, comprende todo lo que son atractivos turísticos, equipamientos, instalaciones e infraestructura (Boullón, 2006).

El producto turístico “es el conjunto de bienes, prestaciones y servicios atractivos tangibles o intangibles que son proporcionados en forma individual o combinada, que atienden a las necesidades o deseos del visitante” (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2014). Su principal componente es el atractivo turístico ya que es capaz de generar motivación en una persona para que la misma se traslade hacia ese lugar, al mismo tiempo se complementa con las facilidades o prestaciones que se deben brindar como son el alojamiento, alimentación, traslado, acceso y recreación (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2014).

A los productos turísticos se los caracteriza por ser heterogéneos, por tener un periodo de caducidad, por ser inmateriales ya que en su mayoría son servicios, por convertirse en experiencias para los visitantes y porque pueden establecerse mediante varios tipos de servicios (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2014).

Las rutas o circuitos turísticos están denominados como productos turísticos, los mismos son recorridos que se dan por distintos lugares de interés para el viajero que poseen una cadena de servicios y atractivos de un espacio geográfico, donde tanto el punto de partida como de llegada son los mismos. De igual manera, a éstos se los relaciona con otro tipo de servicios que se mencionaron anteriormente como son el hospedaje, la alimentación y el transporte; los cuales son incorporados de forma atrayente para el cliente (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2014).

Los elementos que debe contener una ruta turística son: tema específico que sea distinto a otros, itinerario desarrollado, personal capacitado que brinde toda la información necesaria acerca de cada atractivo que esté dentro de la ruta, sistema de promoción, señalización y un mapa que contenga todo lo que los visitantes necesiten saber acerca del recorrido (Servicio Nacional de Aprendizaje, s.f.).

Las rutas turísticas pueden ser definidas según los tipos de turismo que existen, en el caso del turismo *Wellness*, los productos que se ofertan a los turistas son todos aquellos que combinan actividades de ocio, rehabilitación, curación y recreación en lugares que estén fuera de la cotidianidad.

Dentro de ellas se incluyen en su mayoría atractivos turísticos naturales como: aguas termales, volcanes, cascadas, bosques, montañas, entre otros; ya que los mismos se encargan de llenar de bienestar a los visitantes gracias a las propiedades que cada uno puede brindar. Por ejemplo, los volcanes ayudan a quitar el negativismo, los bosques desvanecen el estrés y las cascadas relajan el cuerpo (Global Wellness Summit, 2019).

Tanto las empresas como los gobiernos están invirtiendo en el desarrollo de nuevas estrategias, productos, experiencias y destinos. El bienestar, la hospitalidad, los viajes convergen de formas diversas y sin precedentes, a medida que las compañías experimentan con nuevas asociaciones, además han

impuesto modelos de negocios para ofrecer servicios ampliados que ayudarán a los viajeros a incorporar el bienestar en todos los aspectos de sus viajes (Global Wellness Institute, 2018).

El turismo *Wellness* se ha ido posicionando alrededor del mundo principalmente a causa de que las personas quieren un estilo de vida más saludable. El mismo se ha vuelto una tendencia por convertir los viajes en una oportunidad para mejorar la salud mental, física y espiritual (Global Wellness Summit, 2019).

En Ecuador existen diversos atractivos naturales para desarrollar este tipo de turismo, es decir, el país tiene un gran potencial para ofrecer productos y rutas turísticas enfocadas en el bienestar de los viajeros. Actualmente, las aguas termales han sido el principal recurso utilizado para atraer a los turistas por su gran cantidad de propiedades (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018). No obstante, cabe recalcar que las personas siguen buscando más allá de una única experiencia, sobre todo que abarque aún más lo que es el turismo *Wellness*, por este motivo, han surgido diferentes tendencias dentro del mismo (Global Wellness Institute, 2018).

El Instituto Global de Bienestar (GWI) expuso que existen varias tendencias dentro del turismo *Wellness*. A una de ellas la nombró “vuela sano y vuela bien”, la cual presenta una nueva forma en que los aeropuertos y las aerolíneas están promoviendo programas de bienestar para los clientes que combaten los largos tiempos de viaje, el sueño interrumpido, los espacios reducidos y el estrés (Global Wellness Institute, 2018).

Otra de las tendencias es que cada vez se están haciendo más comunes los “hoteles saludables”, los mismos están incorporando el bienestar en su diseño, comodidades, servicios y programación. Las características *Wellness* pueden incluir ropa de cama e iluminación que promueven un mejor sueño; ventanas, cortinas que bloquean la luz y el ruido; equipo de ejercicios en la habitación;

refrigerios saludables, minibares, menús en restaurantes; spas y gimnasios en el lugar (Global Wellness Institute, 2018).

Por otra parte, los operadores turísticos están combinando ofertas de bienestar como yoga, meditación, masajes, carrera de montaña, cocina saludable y local con actividades tradicionales del lugar que estén visitando los viajeros; todo esto tomando en cuenta que existen bastantes actividades y recursos que se pueden utilizar para satisfacer las necesidades de este tipo de turista (Global Wellness Institute, 2018).

Las actividades que se realizan para el turismo *Wellness* en su mayoría se las realiza dentro de atractivos naturales o en lugares especializados como los spas para aprovechar los beneficios que ofrecen. Dentro estas actividades se encuentran la meditación, el yoga, ejercicios *fitness*, *life coaching* y el consumo de alimentos saludables u orgánicos (Global Wellness Institute, 2018).

Por cómo se ha mencionado, el turismo *Wellness* se ha convertido en una alternativa para el desarrollo de destinos, se puede decir que ofrece la oportunidad para que países como Ecuador puedan aprovechar de los recursos que posee. Por esta razón, la creación o establecimiento de rutas turísticas en el destino enfocadas en este tipo de turismo, ayudará a incrementar la economía gracias a que se generará un mayor número de visitas internacionales (Global Wellness Institute, 2018).

CAPÍTULO II.- CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL DEL TERRITORIO

2.1. Localización geográfica; breve descripción física – ambiental.

Las provincias de Tungurahua y Chimborazo están ubicadas en la Sierra centro del Ecuador, ambas están llenas de riquezas naturales debido a que se localizan en la cordillera de los Andes. Las provincias llevan sus nombres gracias a los volcanes que las caracterizan. Ver detalle de ubicación en la figura 1.

Por una parte, Tungurahua, es la segunda provincia más pequeña del país representando solamente el 1,24% del espacio nacional, asimismo se encuentra a 2.620 metros sobre el nivel del mar. La misma limita al norte con Cotopaxi y Napo, al sur con Chimborazo y Morona Santiago, al este con Pastaza y Napo y al oeste con las provincias de Cotopaxi y Bolívar (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.).

El clima en su mayoría es templado seco por ubicarse en la región interandina del país; las lluvias aparecen en los meses de septiembre y diciembre, lo cual se aprovecha para el cultivo de frutas (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.).

La provincia cuenta con 167.161 hectáreas de áreas naturales pertenecientes al Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP); adicionalmente en Tungurahua se encuentran vertientes termales como: Cunuc-Yacu, Pishilata, La Virgen, Aguajan, Quillán y Vertientes del Salado (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.)

Chimborazo, por su parte, limita al norte con la provincia de Tungurahua, al sur con Cañar, al este con Morona Santiago y al oeste con Guayas y Bolívar; además es conocida como “la provincia de las altas cumbres”, ya que se puede encontrar el volcán más alto del país con 6.310 metros sobre el nivel del mar (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, 2019). El clima varía desde templado por los valles hasta gélido por alta montaña, también contiene

variedad de pisos ecológicos como páramos y zonas subtrópicas (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, 2019).

La provincia tiene dos redes hidrográficas que son de gran importancia. Primeramente, está el río Chanchán, que recibe las aguas de los ríos Churchi, Guasuntos, Sibambe y Zula, que desemboca en el río Chimbo. Por otro lado, el río Chambo, se alimenta de los ríos Blanco, Chibunga, Guamote, Pulucate, San Juan y Sicalpa, que se une al Patate para formar el río Pastaza. También cuenta con lagunas como la de Ozogoché, Atillo y la de Colta, que se caracteriza por tener abundante vegetación de totoras (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, 2019).

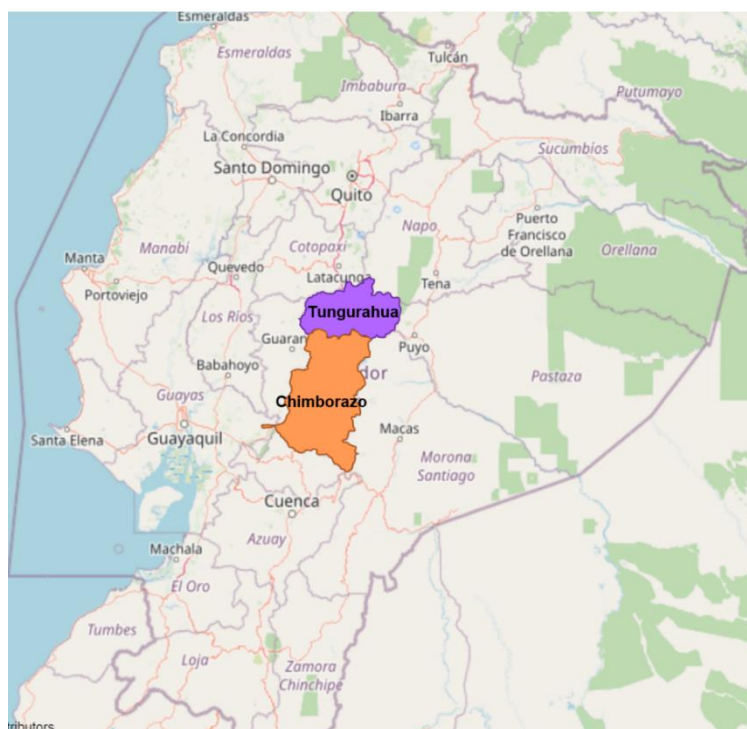


Figura 1. Mapa de ubicación geográfica de las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.

Adaptado de: Instituto Geográfico Militar, s.f.

2.2. Características económico productivas.

La provincia de Tungurahua tiene como principales ejes económicos a la agricultura y la ganadería, las cuales se desarrollan en zonas rurales. Por otro

lado, la provincia ofrece artesanías con productos de alta calidad como implementos de cuero, calzado, y ropa (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.).

Otra de las principales fuentes de comercio es el turismo, por motivo de que cuenta con una gran variedad de atractivos que son visitados tanto por turistas nacionales como internacionales. El principal destino turístico es Baños de Agua Santa conocido por llenar a los visitantes de aventura, diversión y descanso. (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.).

En la provincia de Chimborazo la población se dedica mayormente a lo que es la agricultura por la diversidad de productos que se encuentran gracias a los climas que poseen. Otras actividades económicas son la ganadería, la minería y las artesanías, ésta última que se ha visto muy desarrollada principalmente en el cantón Guano por la gran producción de textiles, cueros y lanas (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, 2019).

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia está creando planes, programas y proyectos para que se promueva el turismo, al mismo tiempo, está trabajando para posicionar a Chimborazo a nivel nacional e internacional como un destino turístico; esto favorecerá a la población ya que existirá un dinamismo de la economía. Asimismo, el GAD quiere impulsar el turismo comunitario ya que la provincia cuenta con varias comunidades indígenas; esto beneficiará a las mismas por ayudar a desarrollar más sus actividades económicas (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, 2019).

2.3. Características socio culturales más relevantes.

Dentro de la provincia de Tungurahua existen diversas festividades, una de las más importantes es la fiesta de las flores y las frutas que se celebra entre los meses de febrero-marzo en la ciudad de Ambato (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.); en esta fiesta se puede disfrutar

de desfiles con carros alegóricos, la bendición de flores, frutas y pan, la Rondalla Ambateña, entre otras actividades culturales (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020). Este evento masivo es considerado patrimonio cultural inmaterial de la Región Andina (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020). Los demás eventos y festividades que existen en Tungurahua se detallan en la Tabla 1.

Tabla 1

Principales festividades y eventos de la provincia de Tungurahua.

Cantón	Mes	Fiesta
Ambato	Noviembre	Fiesta finados
		Fiesta de independencia
		Sol de Noviembre
Baños	Febrero	Fiesta del color y la alegría-carnaval
	Octubre	Fiesta en honor a la Virgen de Agua Santa
	Diciembre	Fiesta de cantonización
Cevallos	Marzo-Abril	Fiesta en honor a Jesús del Gran Poder
		Aniversario de cantonización
	Junio	Fiesta en honor a San Pedro
Mocha	Abril	Fiesta de San Vicente
	Mayo	Aniversario de cantonización
	Junio	Fiesta religiosa en honor a San Juan Bautista
		Fiesta de Corpus Cristi
	Julio	Fiesta de la Virgen de la paz
Septiembre	Fiesta de la Virgen de las Lajas	
Patate	Febrero	Fiesta en honor al Señor del Terremoto
	Junio	Octavas del Corpus en la parroquia Sucre
	Septiembre	Aniversario de cantonización

Adaptado de: Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.

Por otra parte, la provincia de Chimborazo se caracteriza por celebrar el Pawkar Raymi, el cual es un carnaval que celebran las comunidades indígenas de la capital de la provincia. Esta fiesta se la realiza como celebración para agradecer a la Madre Tierra, se la agasaja mediante cantos, rituales, poemas, representación de personajes, ofrendas y visitas en cada casa (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, s.f.).

Adicionalmente, cabe recalcar que la fiesta religiosa “El Pase del Niño” consiguió la certificación de patrimonio cultural inmaterial del Ecuador en el año 2018, lo que lo convierte en uno de los eventos más importantes del país por ser un acto

de fe que incrementa los lazos entre familias y vecinos (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2018). Los demás eventos y festividades que existen en la provincia de Chimborazo se los detalla en la Tabla 2.

Tabla 2

Principales festividades y eventos de la provincia de Chimborazo.

Cantón	Mes	Fiesta
Alausí	Junio	Fiestas de San Pedro de Alausí
		Fiestas patronales Tixán
Chunchi	Junio	Fiesta de San Pedro y San Pablo
Colta	Mayo	Fiestas parroquiales de Columbe
Guano	Enero	Fiestas de Santa Fe de Galán
	Mayo	Fiestas de San Isidro De Patulú
	Octubre	Fiestas patronales de "San Francisco de Asís"
Penipe	Febrero	Festivales previos a carnaval
	Marzo	Carnaval de Penipe
Riobamba	Enero	Celebración de los Reyes Magos
	Febrero	Pawkar Raymi
	Abril	Feria agrícola, ganadera, de artesanías e industria
		Procesión del Señor del Buen Suceso
		Fiestas de Riobamba
	Junio	Inti Raymi
Diciembre	Niño Rey de Reyes	

Adaptado de: Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, s.f.

2.4. Breve descripción de la infraestructura, conectividad y movilidad.

La provincia de Tungurahua se encuentra organizada mediante el eje vertical de la vía panamericana que enlaza la región Sierra Norte con la Sierra Sur, asimismo articula los ejes arteriales en conexión horizontal y de acceso a la región amazónica a través de la vía Ambato - Baños y a la región costa a través de la vía Ambato – Guaranda (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, 2017).

Internamente la provincia dispone de una red de conectividad de primer orden dividida en diferentes niveles, una de ellas es la vía ínter cantonal que une a las capitales cantonales directamente con la capital provincial; la otra es la red de vías inter parroquiales, que une a las capitales cantonales con las capitales

parroquiales de mayor relevancia (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, 2017).

Por otro lado, la provincia de Chimborazo posee una red vial estatal con una longitud de 511,27 Km, la misma concede la conexión entre sus diferentes cantones en pocas horas. El eje vial más importante que atraviesa la provincia es la Troncal de la Sierra, o también llamada E35, que la empalma con otras provincias de la región interandina (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, 2015).

La red vial de Chimborazo, mayormente, está constituida de caminos vecinales en buen estado que se comunica con la red estatal, la red intercantonal y con la red interparroquial; igualmente existen caminos que se los denomina estratégicos, por movilidad humana y de producción, que han recibido intervenciones a nivel de asfalto (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, 2015).

2.5. Identificación de los actores locales, proyectos relacionados.

Dentro de los actores involucrados y proyectos relacionados se encuentran los que poseen directamente la competencia turística del territorio, los mismos corresponden primeramente al Ministerio de Turismo como entidad pública nacional con el número de coordinación zonal 3. A nivel provincial están el Comité de Turismo de Tungurahua y el Comité de Gestión Turística de Chimborazo. Asimismo, es necesario considerar a las unidades cantonales de desarrollo turístico como lo son la Dirección de Turismo de Baños y la Dirección de Gestión de Turismo de Riobamba. Por otra parte, en la parte privada también es importante tomar en cuenta a las Cámaras de Turismo de las provincias.

CAPÍTULO III.- CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL TERRITORIO

3.1. Análisis de la oferta actual.

Las provincias de Tungurahua y Chimborazo poseen una gran diversidad de atractivos naturales para realizar turismo *Wellness*, en este caso, se han encontrado 19 atractivos en total alrededor del territorio de influencia. Los mismos se especifican en la Tabla 3.

Tabla 3
Oferta de atractivos turísticos naturales de las provincias de Tungurahua y Chimborazo.

Provincia	Cantón	Nombre del atractivo	Descripción
Tungurahua	Baños	Volcán Tungurahua	Volcán ubicado en la Cordillera de los Andes, es uno de los atractivos más impresionantes del país.
		Ruta de las cascadas	Recorrido por las mejores 60 cascadas del Ecuador. Se visitan cascadas como: El Pailón del Diablo, Manto de la Novia, Agoyán, Culebrillas, San Jorge, San Pedro, Manchay, entre otras.
		Aguas termales El Salado	Piscinas sulfatadas con diferentes temperaturas que provienen del Volcán Tungurahua.
		Termas de la Virgen	Posee ocho diferentes piscinas con temperaturas calientes y frías que provienen del Volcán Tungurahua.
		Laguna de Limonturo	Lugar donde se puede realizar aviturismo, pesca deportiva, ecoturismo, caminatas y cabalgatas.
		Bosque Nublado Río Verde	Es un bosque nuboso donde se pueden visitar cascadas, laderas, adicional de una gran variedad de flora y fauna.
	Mocha	Ruta Lava del Carihuayrazo	Recorrido donde se puede realizar observación de flora y fauna, además se visitan cascadas como: Calipiedra, Loma Verde, Acorraladera y Paccha.
	Patate	Lagunas de San Borja	Contiene vistas panorámicas de las elevaciones de la Cordillera de los Andes. Se pueden realizar actividades como: pesca deportiva, cabalgatas, camping, fotografía y turismo científico.
		Lagunas de Sudahua	Posee una vista panorámica de la avenida de los volcanes. Existen paseos ecológicos y se puede realizar camping.
		Cascada de Mundug	Dispone de un sistema biodiverso con un área ecoturística, además su agua

			es cristalina. Se puede hacer camping, cabalgatas, observación de flora y fauna.
	Tisaleo	Pampas de Salasaka	Están ubicadas en las faldas de volcán Carihuayrazo. Este lugar es ideal para realizar senderismo y turismo de aventura.
		Volcán Carihuayrazo	Es un volcán inactivo que posee paisajes hermosos. Se puede realizar andinismo, camping y cabalgatas.
Chimborazo	Riobamba	Volcán Chimborazo	Es el volcán más alto del Ecuador. Se puede realizar montañismo y observar variedad de flora y fauna.
		Lagunas de El Altar	Conjunto de lagunas de varios colores que se enlazan entre sí para formar cascadas. Se pueden realizar caminatas, fotografía y camping
	Colta	Laguna de Colta	Es un espejo de agua que tiene una forma alargada en donde se puede realizar fotografía, caminatas y observación de flora y fauna.
	Alausí	Lagunas de Ozogoché	En estas lagunas sucede la migración de aves llamadas “chorlitos”, además se realizan caminatas y ciclismo.
	Chambo	Aguas termales de Aguallanchi	Aguas termales de origen volcánico que posee poderes curativos gracias a la cantidad de minerales que poseen.
	Guano	Cascada Cóndor Samana	Posee una caída hermosa que ayuda a quitar el estrés a las personas.
	Guamote	Lagunas del Atillo	Atractivo turístico natural en el cual se pueden realizar actividades como caminatas, ciclismo, avistamiento de aves y pesca.

Adaptado de: Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua y Chimborazo s.f.

De igual manera, las provincias disponen de una planta turística bastante amplia, por lo que se la ha clasificado en: alojamiento, restauración, operación turística, parques de atracción estables y transporte turístico.

Según los datos del Catastro Nacional del Ministerio de Turismo, la provincia de Tungurahua posee 1107 establecimientos de servicios turísticos. Asimismo, se pudo establecer que dispone la mayor cantidad de empresas en los siguientes servicios: restauración con un 65,58%, alojamiento con un 19,51% y operación turística con un 12,20%. Por su parte, en la provincia de Chimborazo se pudo determinar que existen 529 establecimientos de servicios turísticos, además el servicio con más porcentaje de empresas es el de restauración ya que tiene un

72,21%, este valor es notablemente mayor que el de alojamiento y operación turística los cuales son de 18,15% y 7,75% respectivamente.

En las Tablas 4 y 5 se puede identificar la cantidad de empresas que se encuentran en cada provincia según el tipo de actividad. Asimismo, en las Figuras 2 y 3 están los porcentajes representados mediante gráficos de pastel.

Tabla 4

Oferta de servicios de alojamiento, restauración, operación turística, parques de atracción estables y transporte turístico de Tungurahua.

Servicio turístico	Número de establecimientos
Alojamiento	216
Restauración	726
Operación turística	135
Parques de atracción estables	18
Transporte turístico	12
Total	1107

Adaptado de: Catastro Consolidado Nacional del Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020.

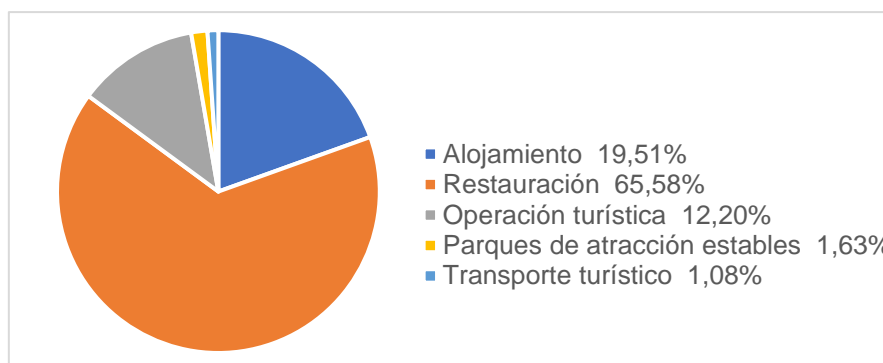


Figura 2. Porcentaje de la oferta de servicios turísticos según el tipo de actividad en Tungurahua.

Adaptado de: Catastro Consolidado Nacional del Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020.

Tabla 5

Oferta de servicios de alojamiento, restauración, operación turística, parques de atracción estables y transporte turístico de Chimborazo.

Servicio turístico	Número de establecimientos
Alojamiento	96
Restauración	382
Operación turística	41
Parques de atracción estables	4
Transporte turístico	6
Total	529

Adaptado de: Catastro Consolidado Nacional del Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020.

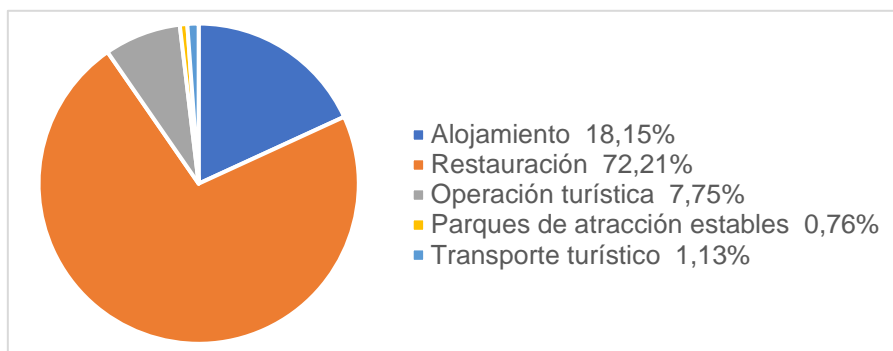


Figura 3. Porcentaje de la oferta de servicios turísticos según el tipo de actividad en Chimborazo.

Adaptado de: Catastro Consolidado Nacional del Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020.

3.2. Análisis de la demanda actual.

El análisis de la demanda ha sido realizado mediante la observación de datos del Instituto Global de Bienestar (GWI), la aplicación de la herramienta Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador (GEOVIT) del Ministerio de Turismo y principalmente conforme a los resultados de las encuestas que se aplicaron a 40 personas que practican turismo en el país.

Desde un punto de vista más general, es necesario mencionar que en el año 2017 se realizaron 439.700 viajes domésticos en el país por motivo de bienestar. Adicionalmente, el gasto promedio de un viaje *Wellness* fue de US\$571 (Global Wellness Institute, 2018).

Por otra parte, el GEOVIT registró en el año 2018 que la mayor cantidad de pernотaciones en las provincias de Tungurahua y Chimborazo las realizaron los turistas provenientes de la ciudad de Quito, con un total de 2.665.051 movimientos. Cabe recalcar que el nivel socioeconómico de los visitantes es medio en su mayoría; además visitan las provincias principalmente en los

feriados como carnaval y semana santa (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

De acuerdo con el resultado de las encuestas, se pudo comprobar dentro de los datos generales que la mayoría de las personas residen en la provincia de Pichincha, un 53% son de género femenino y 47% masculino; además, el 42% de los encuestados se encontraron en un rango de edad de 16 a 25 años, lo sigue el rango de 26-35 años con 20% y el de 36-45 con 18%. Asimismo, se debe enfatizar que el 100% de las personas practicarían turismo *Wellness*, de los cuales el 40% viajaría con su pareja, el 28% con su familia y el 17% solos.

Del mismo modo, entre sus motivaciones principales para realizar este tipo de turismo se encuentran quitar el estrés, mejorar la salud física, recreación y salir de la cotidianidad. Además, los principales atractivos que visitarían de las provincias de Tungurahua y Chimborazo para practicar turismo *Wellness* son: aguas termales en Baños, cascada Manto de la Novia, volcán Chimborazo, lagunas de El Altar, cascada Cóndor Samana y aguas termales de Aguallanchi.

En cuanto al tipo de actividades que realizarían los turistas, se pudo determinar que optaron en su mayoría por purificación en aguas termales, consumo de gastronomía saludable, caminatas alrededor de un volcán, curación ancestral en una comunidad local, visitas a spas y meditación en cascadas.

Por otro lado, con respecto a los medios por los que reservan o acceden a información turística, el 50% lo hace a través de páginas web, el 40% por redes sociales y el 10% lo hace por televisión, radios y otros. Adicionalmente, se determinó que el 72% de los encuestados prefiere una aplicación móvil como mecanismo de interpretación para recibir información de una ruta turística.

De la misma forma, es importante destacar que el 50% de las personas estaría dispuesto a pagar entre US\$101 a US\$200 por una experiencia *Wellness*, un 27% gastaría entre US\$201 a US\$300 y un 15% menos de US\$100. Finalmente,

es esencial tomar en cuenta que el 100% de las personas encuestadas respondió que sí estarían dispuestos a recorrer una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador. En el Anexo 3 se pueden ver todos los resultados de las encuestas realizadas con mayor detalle.

3.3. Análisis de la súper estructura.

En el presente proyecto se tomaron en cuenta las principales normativas, leyes y reglamentos tanto nacionales como internacionales que ayudarán a regularizar los aspectos del diseño de la ruta turística tipo *Wellness*.

En cuanto a la parte nacional se encuentra la ley de turismo del Ecuador que contiene 63 artículos en donde se estipula la determinación del marco legal para el control y desarrollo del sector turístico. La misma menciona la definición de turismo, los principios de la actividad, su clasificación, los derechos y obligaciones que tienen tanto los usuarios como los prestadores de servicios. Por otra parte, la ley también menciona el tiempo máximo que un turista extranjero puede permanecer en el país (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

Igualmente está el Reglamento de Operación e Intermediación Turística, el cual posee 26 artículos que exponen la clasificación de las agencias de servicios turísticos. Asimismo, indica cuáles son los requisitos y procedimientos para la obtención de la licencia de funcionamiento. Además, se indican los tipos de canales de comercialización por los cuales las agencias podrán distribuir sus productos (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2016).

El Reglamento de Alojamiento Turístico, por otra parte, abarca 23 artículos donde se exponen todas las definiciones de los términos de hotelería, así como la clasificación y nomenclatura de los establecimientos de alojamiento turístico. Del mismo modo, se establecen los derechos y obligaciones tanto de los

huéspedes como de las organizaciones. El reglamento también incluye 20 disposiciones generales, 13 transitorias y 3 derogatorias (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2016).

El Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, por su parte, es aquel que regula, categoriza y establece todos los requisitos de esta actividad. En este caso, posee 26 artículos donde se puede encontrar la clasificación de los establecimientos según el tipo de servicio que brindan, de la misma manera existen 29 disposiciones generales, 6 transitorias, 1 reformatoria y 1 derogatoria (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

Es importante tomar en cuenta también el Reglamento de Guianza Turística para el diseño de la ruta, por lo que se cumplirá con los 30 artículos del mismo en los que se especifican los tipos de guías, los requisitos que necesitarán para obtener una acreditación, así como sus derechos y obligaciones. Por otra parte, también se especifica todo lo que debe hacer la persona que sea delegada como tour líder (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2016).

El Reglamento de Transporte Terrestre Turístico fue concebido por la Agencia Nacional de Tránsito y la Autoridad Nacional de Turismo, el mismo abarca 43 artículos que establecen todas normativas que deberán cumplir las personas jurídicas que estén autorizadas a realizar esta actividad. Asimismo, se estipula que el reglamento deberá ser acatado por todas las compañías de transporte terrestre turístico, los establecimientos de alojamiento y las agencias de viajes operadoras (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

En cuanto al aspecto internacional, se consideró el Código Ético Mundial para el Turismo, el mismo tiene como objetivo principal crear una industria responsable y sostenible. Igualmente, entre sus metas están la reducción de los impactos negativos que se provoquen hacia el medio ambiente, mitigar la pobreza, respetar los derechos humanos y acatar las libertades fundamentales sin

ninguna distinción ya sea de raza, religión, sexo o lengua (Organización Mundial del Turismo, 2001).

Del mismo modo, se ha considerado que el presente proyecto apoyará al cumplimiento del objetivo 3 de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que expone: “garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos en todas las edades” (Organización de las Naciones Unidas, 2015). En este caso, una ruta turística de tipo *Wellness* ayudará a promover el bienestar de las personas, además se tomará mayor conciencia acerca de la importancia de tener un estilo de vida saludable y también contribuirá a la prevención de enfermedades (Organización Mundial del Turismo, 2015).

3.4. Diagnóstico – problematización.

3.4.1. Identificación de la problemática del territorio.

Dentro de la problemática del territorio de las provincias de Tungurahua y Chimborazo se pudo analizar el problema central acorde a los aspectos de los pilares de gestión turística impuestos por el Ministerio de Turismo para potencializar al Ecuador. Se logró identificar el siguiente problema: “Insuficientes alternativas y condiciones para el desarrollo de turismo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo”. El mismo ha sido determinado después de haber reconocido las causas y los efectos acorde a lo que establecen los pilares de calidad, destinos y productos, promoción, seguridad y conectividad.

Con relación a los efectos de la problemática, se pudieron establecer principalmente los siguientes: insatisfacción por parte de los turistas, disminución de la fidelidad de los mismos, desmejoramiento de la experiencia en los visitantes, disminución de competitividad a comparación de otros destinos, reducción de afluencia de turistas hacia al territorio, desconocimiento de los

destinos turísticos que existen en las provincias, reducción de la confianza en el destino y limitada eficiencia de operación de los productos turísticos.

Con referencia a las causas del problema central, se pudieron establecer cuatro principales como parte de la problemática. La primera son las desmejoradas condiciones para la operación turística de productos *Wellness*; dentro de la misma existen subcausas como: escasos estándares para turismo de bienestar, reducido personal especializado, carencia de equipamiento para actividades *Wellness* y bioseguridad y limitados mecanismos de comercialización mediante Tecnologías de Información y Comunicación.

La segunda causa es el desmejorado funcionamiento del espacio turístico y atractivos naturales del territorio de influencia; dentro de esta se encuentran las siguientes subcausas: deficiente infraestructura para actividades *Wellness*, reducida innovación de productos turísticos e insuficiente preparación para enfrentar emergencias sanitarias y desastres naturales.

Por otra parte, la tercera causa son las insuficientes alternativas de difusión del espacio turístico, dentro de lo cual se identificaron como sub causas las siguientes: inadecuadas estrategias para la promoción de destinos y disminuido el uso de tecnologías para la promoción del territorio de influencia.

Por último, la cuarta causa principal son los escasos mecanismos de conectividad y seguridad, dentro de la misma, se pudieron encontrar las siguientes subcausas: desorientación de la información de los turistas que llegan a comunidades de las provincias, elevado índice de inseguridad de turistas, desmejoradas las condiciones de higiene y salubridad e ineficientes condiciones para afrontar pandemias y desastres naturales en el desarrollo de actividades turísticas. El detalle del árbol de problemas se lo puede observar en el Anexo 4.

CAPÍTULO IV.- DISEÑO DE LA PROPUESTA

4.1. Duración del proyecto y vida útil.

El presente proyecto tiene una duración y vida útil de 3 años en total, donde se ejecutarán todas las estrategias con sus respectivas actividades para cumplir con los objetivos estipulados en la matriz de marco lógico. El primer componente, ayudará a fortalecer las condiciones de operación turística *Wellness* y el cuarto componente generará mecanismos de conectividad y seguridad; los mismos se los llevará a cabo durante el primer año del proyecto.

El segundo componente, que mejorará el funcionamiento del espacio turístico, se lo realizará en dos años 6 meses; y en el tercero se establecerán estrategias de promoción, las cuales serán ejecutadas a lo largo de los tres años del proyecto por motivo de que la ruta turística *Wellness* debe ser promocionada de forma intensiva. El detalle de lo anteriormente expuesto se lo puede visualizar en el Anexo 7.

4.2. Beneficiarios (directos e indirectos).

4.2.1. Beneficiarios directos.

En el proyecto habrá un total de 11.487 beneficiarios directos; los mismos, se determinaron mediante la suma entre el 10% del total de número de visitas que recibe el territorio de influencia (11.454) según el Sistema Nacional de Áreas Protegidas; más el número de personas que trabajan dentro de las empresas de servicios turísticos que van a ser parte de la ruta *Wellness*. El detalle de lo anteriormente mencionado se lo puede encontrar en la Tabla 6.

Tabla 6

Beneficiarios directos por empresas de la ruta turística y visitas dentro de las provincias de Tungurahua y Chimborazo.

Servicio Turístico	Nombre del establecimiento	# de empleados hombres	# de empleadas mujeres	Total
Alojamiento	Hostería Spa Miramelindo	4	4	8
Restauración	Nunna Chill Garden	2	1	3
Comunidad	Salasaka	2	0	2
Transporte	Explotours	2	0	2
Alojamiento	Hotel Spa Casa Real	7	6	13
Restauración	Baltimore Bar Cafetería	2	3	5
Total trabajadores de empresas				33
Total visitas				11.454
Total beneficiarios directos				11.487

Adaptado de: Catastro Consolidado Nacional del Ministerio de Turismo del Ecuador y Portal del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, 2020.

4.2.2. Beneficiarios indirectos.

Los beneficiarios indirectos fueron considerados según el número promedio de integrantes de una familia en Ecuador (en este caso 4), multiplicado por la cantidad de beneficiarios directos que se determinaron en Tungurahua y Chimborazo. Se obtuvo un total de 132 personas que se beneficiarán indirectamente de la creación de la ruta turística *Wellness* en las provincias anteriormente mencionadas.

4.3. Actores involucrados

Se han identificado a los actores que se involucran directa e indirectamente en el proyecto, en este caso, se tomó en cuenta a la parte pública, privada, comunitaria y la academia. Asimismo, se han examinado los posibles problemas que se puedan presentar, los mismos que se deberán considerar para que no afecten al desarrollo del proyecto. Lo anteriormente mencionado se lo representa y detalla de mejor manera como una matriz en la Tabla 7.

Tabla 7

Matriz de actores involucrados del territorio de las provincias de Tungurahua y Chimborazo.

Sector	Grupos/actores involucrados	Intereses Competencia	Recursos Mandatos	Conflictos Problemas recibidos
Público	Ministerio de Turismo del Ecuador	Se encarga de la regularización, promoción internacional, planificación y desarrollo del sector turístico a nivel nacional.	<p>Ley de turismo.</p> <p>Código Orgánico de Organización Territorial (COOTAD)</p> <p>Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador.</p> <p>Reglamento General de Actividades Turísticas.</p> <p>Reglamento de Guianza Turística.</p> <p>Reglamento de Operación Turística.</p> <p>Reglamento turístico de Alimentos y Bebidas.</p> <p>Reglamento de Transporte Terrestre Turístico.</p> <p>Reglamento de Alojamiento Turístico.</p>	Insuficientes recursos económicos para realizar capacitaciones especializadas.
	Ministerio del Ambiente y Agua del Ecuador	Gestión, control, protección, conservación, y mejora constante del ambiente. Garantiza un ambiente sano y	<p>Ley de Gestión Ambiental.</p> <p>Ley de Prevención y Control de la</p>	Acatamiento de los estándares de calidad ambientales que exige el país.

		ecológicamente equilibrado.	Contaminación Ambiental. Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre.	
	GAD Provincial de Tungurahua	Originan estrategias para promocionar y potenciar los destinos que posee la provincia de Tungurahua.	Plan de Ordenamiento Territorial de la Provincia de Tungurahua.	Posible falta de interés en apoyar el desarrollo del proyecto.
	GAD Provincial de Chimborazo	Promueven planes, proyectos y programas para el desarrollo turístico en la provincia de Chimborazo.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo.	Posible falta de interés en apoyar el desarrollo del proyecto.
	Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	Otorga préstamos a las personas afiliadas para obtener recursos económicos en caso de necesitarlos.	Normativa del BIESS.	N/A
Privado	Spa Garden El Refugio	Promover el turismo de salud y bienestar.	Reglamentos internos de funcionamiento.	N/A
	Cámara de Turismo de la provincia de Tungurahua	Fomentan el turismo a través del asesoramiento, incentivos, y programas de capacitación.	Reglamentos internos de funcionamiento.	Escasas capacitaciones especializadas en turismo <i>Wellness</i> .
	Cámara de Turismo de la provincia de Chimborazo	Apoyan a todo tipo de emprendimiento o iniciativa para el mejoramiento y desarrollo turístico de la provincia.	Reglamentos internos de funcionamiento.	Escasas capacitaciones especializadas en turismo <i>Wellness</i> .
Comunitario	Comunidad Salasaca	Potenciar sus costumbres como atractivos turísticos. Gestión y elaboración de productos turísticos innovadores.	Reglamentos internos de la comunidad.	Insuficiente capacitación en temas de calidad en el servicio al cliente.
Academia	Universidad Regional Autónoma de los Andes (UNIANDES)	Vinculación con el proyecto para realizar prácticas preprofesionales.	Ley de Educación Superior.	N/A

	Universidad Técnica de Ambato	Vinculación con el proyecto para realizar investigación o trabajos de titulación.	Ley de Educación Superior.	Insuficientes recursos económicos para vinculación e investigaciones
	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)	Vinculación con el proyecto para realizar prácticas preprofesionales o proyectos de investigación.	Ley de Educación Superior.	Insuficientes recursos económicos para vinculación e investigaciones
	Universidad Nacional de Chimborazo	Vinculación con el proyecto a través de tesis e investigaciones.	Ley de Educación Superior.	Insuficientes recursos económicos para vinculación e investigaciones

Nota: La información fue obtenida de actores públicos nacionales, privados, comunitarios y academia más importantes de las dos provincias.

4.4. Matriz de marco lógico.

En la Tabla 8 se puede observar la matriz de marco lógico donde se detalla la planificación, el diseño, la gestión, la evaluación y la ejecución del proyecto en base al árbol de problemas, objetivos y alternativas, cuyo detalle se lo puede encontrar en el Anexo 4.

Tabla 8

Matriz de marco lógico del proyecto de diseño de ruta turística Wellness.

Resumen narrativo	Indicadores objetivamente verificables	Medios o fuentes de verificación	Supuestos o factores externos
Fin u objetivo de desarrollo			
Posicionar estratégicamente al país en la región y en el mundo a través de la generación de alternativas para el desarrollo de turismo <i>Wellness</i> en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	Al término del proyecto, se mejora en un 10% la satisfacción turística del mercado que prefiere turismo <i>Wellness</i> en el territorio.	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios de mercado. - Informes de satisfacción turística de los Comités de Turismo de las provincias de Tungurahua y Chimborazo. 	<ul style="list-style-type: none"> - La situación política del territorio y del país es favorable para el desarrollo de actividades turísticas. - Se mantienen controlados las situaciones de emergencia en el país.
Propósito u objetivo general			
Establecer alternativas y condiciones para el desarrollo de turismo <i>Wellness</i> en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	Al término del proyecto, se incrementa en un 10% la afluencia de turistas <i>Wellness</i> en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	<ul style="list-style-type: none"> - Informes estadísticos de la demanda turística que da el MAE. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe un apoyo por parte de los GADs e instituciones locales para el desarrollo de iniciativas turísticas. - La participación de las comunidades locales es permanente en la operación de productos de bienestar.
Estrategias, resultados, productos o componentes, alternativas			
1. Fortalecer las condiciones para la operación turística de productos <i>Wellness</i> en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	Al término de 1 año, se consolida al menos dos productos turísticos <i>Wellness</i> de alta calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Informes técnicos de productos turísticos innovadores. - Encuestas de percepción de la calidad turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de profesionales en el territorio de influencia

<p>2. Mejorar el funcionamiento del espacio turístico del territorio de influencia.</p> <p>3. Establecer estrategias de promoción para la correcta difusión del espacio turístico.</p> <p>4. Generar mecanismos de conectividad, seguridad ciudadana y emergencias.</p>	<p>Al término de 2 años se logra el 80% de satisfacción turística.</p> <p>Al término de cada año se han ejecutado al menos 3 estrategias de posicionamiento de la ruta turística <i>Wellness</i> en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.</p> <p>Al término de 3 años se logra ingresar en el top 20 de las rutas más visitadas en Ecuador.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas de satisfacción turística. - Estudios de mercado. - Informes de publicaciones en medios digitales. - Evaluación final del proyecto. - Informes de competitividad de empresas con relación a productos <i>Wellness</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso y participación constante de los GADs Provinciales y Municipales de las provincias de Tungurahua y Chimborazo. - Los potenciales turísticos del territorio motivan a la visita de turistas. - Políticas turísticas se mantienen favorables, en torno al mejoramiento de la competitividad turística. - La organización entre los actores públicos, privados y principales beneficiarios permiten el desarrollo óptimo del proyecto. - Monitoreo constante por parte de los GADs para acoger medidas correctivas y mejorar los resultados esperados del proyecto. - Interés para el mantenimiento de la señalización por parte de los actores locales.
Actividades o tareas:	Rubros/Unidades	Presupuesto preferencial	Supuestos o factores externos
<p>1.1. Implementación de certificaciones tipo <i>Wellness</i>.</p> <p>1.2. Adquisición de equipamiento para actividades <i>Wellness</i> y bioseguridad.</p> <p>1.3. Desarrollar mecanismos de comercialización mediante Tecnologías de Información y Comunicación.</p> <p>2.1. Implementación de infraestructura para actividades <i>Wellness</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación de una empresa certificadora de sellos <i>Wellness</i>. - Esterillas para meditación. - Contratación de una empresa para la creación de página web y aplicación móvil. - Kits de limpieza. 	<p>\$US 10.915,97</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de profesionales en el territorio de influencia.

<p>2.2. Diversificación de la oferta de productos turísticos <i>Wellness</i>.</p> <p>2.3. Diseño de planes de contingencia para enfrentar emergencias sanitarias y desastres naturales.</p> <p>2.4. Establecer un mecanismo de mejoramiento de la experiencia de la demanda turística.</p> <p>3.1. Mejorar las estrategias para la promoción de destinos.</p> <p>3.2. Utilización de tecnologías para la promoción del territorio de influencia.</p> <p>4.1. Implementación de señalética para dar información a los turistas que llegan a comunidades de las provincias.</p> <p>4.2. Adquisición de equipamiento de bioseguridad y emergencias para el desarrollo de actividades turísticas.</p> <p>4.3. Mejorar las condiciones de higiene y salubridad.</p>	<p>- Implementación de paneles interpretativos en atractivos naturales.</p> <p>- Contratación de una empresa que realice planes de emergencias.</p> <p>- Implementación de un CRM de experiencia del turista.</p> <p>- Contratación de una agencia de publicidad.</p> <p>- Compra de señalética amigable con el ambiente.</p> <p>- 30 kits de bioseguridad, botiquines de primeros auxilios.</p>	<p>\$US 8.878,76</p> <p>\$US 4.500,00</p> <p>\$US 3.588,75</p>	<p>- Compromiso y participación constante de los GADs Provinciales y Municipales de las provincias de Tungurahua y Chimborazo.</p> <p>- Políticas turísticas se mantienen favorables, en torno al mejoramiento de la competitividad turística.</p> <p>- La organización entre los actores públicos, privados y principales beneficiarios permiten el desarrollo óptimo del proyecto.</p> <p>- Monitoreo constante por parte de los GADs para acoger medidas correctivas y mejorar los resultados esperados del proyecto.</p> <p>- Interés para el mantenimiento de la señalización por parte de los actores locales.</p>
<p>Total, presupuesto referencial del proyecto</p>	<p>\$US 27.883,48</p>	<p>Condiciones previas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Firma de actas de acuerdos y compromisos de participación de comunidades locales en el proyecto. • Convenios con los GADs Provinciales para el apoyo económico. • Socialización con protocolos para operación turística. • Permisos de uso de suelo de los GADs Municipales. • Socialización del proyecto con las empresas proveedoras de servicios turísticos. • Firma de contratos con los proveedores de servicios turísticos que estarán dentro de la ruta turística. • Firma de contrato con la agencia de publicidad que otorgará los servicios de promoción. 	

Nota: Información obtenida de proformas y entrevistas con proveedores de servicios turísticos y productos *Wellness*.

4.5. Cronograma.

El cronograma del presente proyecto ha sido establecido de acuerdo con las actividades que se realizarán en los componentes que se estipularon dentro de la matriz de marco lógico, además, se ha tomado en cuenta el tiempo real que podrían demorar cada una de estas tareas, por lo que se lo ha dividido mediante trimestres. El detalle del cronograma se lo puede observar en el Anexo 7.

4.6. Presupuesto.

Para el desarrollo de la ruta turística *Wellness* se ha dispuesto un presupuesto referencial de acuerdo con las actividades y tareas que se determinaron en la matriz de marco lógico, asimismo, se realizaron consultas de proformas y entrevistas con los proveedores de servicios que se tomarán en cuenta para el impulso del proyecto, de esta manera, se estableció el valor total de US\$27.883,48; el detalle de los resultados se lo puede visualizar en el Anexo 8.

CAPÍTULO V.- DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1. Producto turístico, estrategia de promoción, propuesta de interpretación.

5.1.1. Producto turístico.

El presente proyecto se centra en el diseño de una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador. La misma tendrá por nombre: “La Ruta del Bienestar y la Armonía”. El producto estará dirigido a personas de 20 a 45 años con un nivel socio económico medio alto, las cuales estén interesadas en vivir una experiencia que les ayude a quitar el estrés, salir de la cotidianidad y lograr un equilibrio entre la salud física, mental y espiritual.

Dentro de la ruta turística se visitarán diversos atractivos naturales pertenecientes a las provincias de Tungurahua y Chimborazo y se realizarán diferentes actividades relacionadas con turismo *Wellness*. Cabe recalcar que para la ruta existirán tres diferentes tipos de grupos; de 6, 9 y 12 personas, considerando la tendencia que habrá por la emergencia sanitaria que se está viviendo actualmente en el mundo. En la Tabla 9 se puede visualizar el detalle del itinerario.

Tabla 9

Información e itinerario de la ruta turística Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.

Datos del paquete turístico	
Nombre del producto turístico	Ruta del Bienestar y la Armonía
Número de PAX	6, 9 y 12
Duración del paquete (número de días y noches)	3 días, 2 noches
Política de la empresa operadora / agencia de viajes (utilidades, costos administrativos)	Utilidad (15%)
Porcentaje de impuestos	Impuestos - IVA (SRI - 12%)
Tipos de servicios a utilizar	Servicio de Alimentos y bebidas, Alojamiento, transporte turístico, guianza turística, entradas, spas, misceláneos.

Itinerario de “La Ruta del Bienestar y la Armonía”		
Día 1		
Hora	Actividades	Responsables
6:00	Encuentro en terminal terrestre Quitumbe, Quito	Guía turístico
6:15	Salida en bus hacia comunidad Salasaka (entrega de box lunch)	Guía turístico
9:45	Llegada a comunidad Salasaka	Guía turístico
9:55	Curación ancestral a los turistas	Sanador de Salasaka
10:40	Salida en bus hacia cascada Manto de la Novia	Guía Turístico
11:10	Visita a la cascada Manto de la Novia	Guía turístico
11:20	Meditación en cascada Manto de la Novia	Guía especializado
12:00	Salida en bus hacia la Hostería Spa Miramelindo	Guía turístico
12:30	Check-in y acomodación en Hostería Spa Miramelindo	Recepcionista Hostería Spa Miramelindo
13:30	Almuerzo de comida típica en Hostería Spa Miramelindo	Propietario de la Hostería Spa Miramelindo
14:30	Uso de las instalaciones de la Hostería Spa Miramelindo	Propietario de la hostería
16:30	Tratamiento en Spa de la Hostería Miramelindo (Baño de cajón)	Terapeutas de la hostería
18:00	Salida en bus hacia Nunna Chill Garden	Guía turístico
18:30	Llegada a Nunna Chill Garden (recreación)	Guía turístico
19:30	Cena en Nunna Chill Garden	Propietario del restaurante Nunna Chill Garden
20:30	Regreso en bus a la Hostería Spa Miramelindo	Guía turístico
21:00	Llegada y alojamiento en la Hostería Spa Miramelindo	Guía turístico y propietario de la Hostería Spa Miramelindo
Día 2		
Hora	Actividades	Encargado
7:30	Desayuno en Hostería Spa Miramelindo	Propietario de la hostería
8:30	Salida en bus hacia aguas termales El Salado	Guía turístico
9:00	Llegada a aguas termales El Salado	Guía turístico
9:10	Purificación en aguas termales El Salado	Propietario de termas El Salado
11:00	Salida hacia la Hostería Spa Miramelindo	Guía turístico
11:30	Llegada a la Hostería Spa Miramelindo	Guía turístico
12:00	Check-out y salida hacia Hotel Spa Casa Real	Recepcionista Hostería Spa Miramelindo
14:00	Llegada y Check-in en el Hotel Spa Casa Real	Recepcionista del Hotel Spa Casa Real
14:30	Almuerzo en el Hotel Spa Casa Real	Propietario del Hotel Spa Casa Real
15:30	Salida hacia cascada Cóndor Samana	Guía turístico
16:00	Llegada a cascada Cóndor Samana	Guía turístico
16:10	Meditación en cascada Cóndor Samana	Guía especializado
16:50	Salida hacia Hotel Spa Casa Real	Guía turístico
17:20	Llegada a Hotel Spa Casa Real	Guía turístico

17:30	Tratamiento en el Spa del Hotel (masaje corporal)	Terapeutas del Hotel Spa Casa Real
18:30	Salida hacia Baltimore Bar Cafetería	Guía turístico
19:00	Cena en Baltimore Bar Cafetería	Propietario del Bar Cafetería Baltimore
20:00	Salida hacia el Hotel Spa Casa Real	Guía turístico
20:15	Llegada y alojamiento en el Hotel Spa Casa Real	Guía turístico y propietario del Hotel Spa Casa Real
Día 3		
7:00	Desayuno buffet en el Hotel Spa Casa Real	Propietario del Hotel Spa Casa Real
8:00	Salida hacia Reserva de Producción Faunística Chimborazo	Guía turístico
9:00	Llegada a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo	Guía turístico
9:10	Caminata en la Reserva y visita a mirador	Guía turístico
10:00	Salida hacia aguas termales de Aguallanchi	Guía turístico
11:15	Llegada a las aguas termales de Aguallanchi	Guía turístico
11:20	Purificación en aguas termales de Aguallanchi	Propietarios de las aguas termales de Aguallanchi
13:10	Salida hacia el Hotel Spa Casa Real	Guía turístico
13:40	Llegada al Hotel Spa Casa Real	Guía turístico
14:00	Almuerzo en el Hotel Spa Casa Real	Propietarios Hotel Spa Casa Real
15:30	Check-out del Hotel Spa Casa Real	Recepcionista Hotel Spa Casa Real
15:40	Salida hacia terminal terrestre Quitumbe, Quito	Guía turístico
19:00	Llegada a terminal terrestre Quitumbe, Quito	Guía turístico

Se realizó el análisis de todos los costos fijos, costos variables, utilidad de la empresa, costos administrativos e impuestos para determinar el precio de venta al público. Además, se tomó en cuenta el impacto económico que ha generado la pandemia del Covid-19 en el turismo y en la población, por lo que se minimizaron todos los costos para obtener un precio que sea apto para el segmento de mercado escogido. En este caso, se obtuvo un PVP de US\$529 por persona para el grupo de 6 turistas; US\$429 para el grupo de 9 y US\$379 para el grupo de 12. El detalle de lo anteriormente mencionado se lo puede visualizar de mejor manera en los Anexos 5 y 6.

5.1.2. Estrategia de promoción y comercialización.

En cuanto a la estrategia de promoción, se han definido todos los medios por los cuales se promocionará y comercializará el producto turístico para su correcto

desarrollo, en este caso, se tomaron en cuenta principalmente aquellos que fueron escogidos en el estudio de mercado y en las entrevistas realizadas a personas expertas.

El principal medio que se utilizará serán las redes sociales, pues de esta manera, se podrá llegar al segmento de mercado escogido con mayor rapidez y eficacia. Se crearán cuentas en Facebook e Instagram donde se realizarán constantes publicaciones con alusión a la importancia del bienestar en las personas; además las páginas tendrán toda la información con respecto a los atractivos naturales y actividades que estarán dentro de la ruta turística. Otro de los medios que se va a aplicar dentro del proyecto será una página web, en la misma se expondrá la información de todo lo que se abarcará dentro de la ruta *Wellness*.

Por otra parte, la estrategia de comercialización será realizada a través de canales indirectos, es decir, se ejecutarán alianzas estratégicas con agencias de viajes o tour operadoras que ofrezcan experiencias de bienestar para que vendan el producto turístico al segmento de mercado pertinente y beneficien al proyecto por el posicionamiento en el mercado que estas empresas ya poseen. Cabe recalcar que dentro de la página web se podrán realizar los pagos mediante cualquier método ya sea por tarjeta de crédito o débito, transferencias bancarias y PayPal. Además, se contará con un sistema de facturación electrónica para evitar el contacto directo con el cliente por motivo de bioseguridad y disminución de impacto ambiental.

5.1.3. Propuesta de interpretación

5.1.3.1. Guión interpretativo

- Bienvenida (Terminal Terrestre Quitumbe, Quito)

Buenos días, somos la empresa _____, mi nombre es _____. Le damos la más cordial bienvenida a “La Ruta del Bienestar y la Armonía” que busca crear una experiencia que ayude totalmente a mejorar su salud física,

mental y espiritual. Dentro de esta ruta podrá disfrutar de una gran cantidad de beneficios que ofrecen tanto los atractivos naturales como las actividades que va a realizar.

A continuación, se observa el mapa con todos los lugares de la ruta turística:

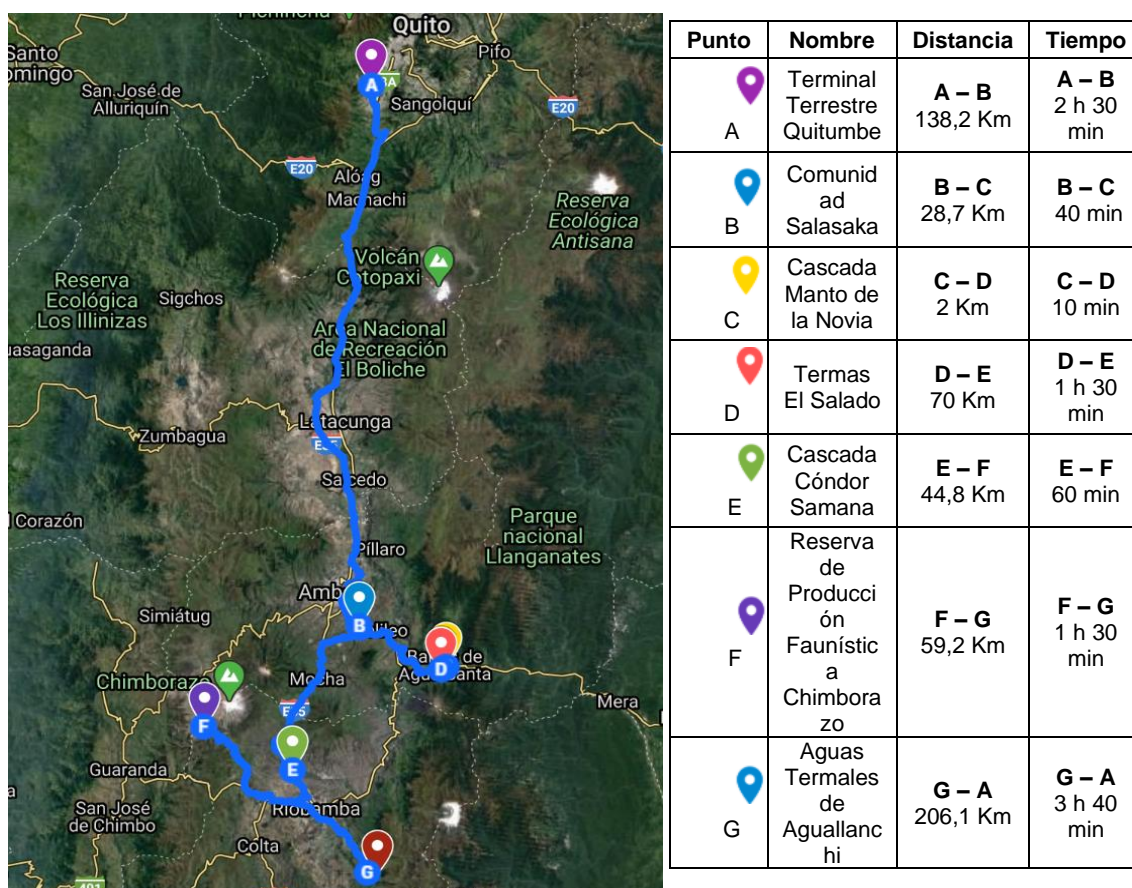


Figura 4. Mapa de la ruta turística Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.

Adaptado de: Google My Maps: <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1Ate-BGrZsU6fNITpeNPkkRbdM4MM5Y6F&ll=-1.1641693893139389%2C-78.34846494062504&z=8>

- Recomendaciones

- Siempre tenga cuidado de sus pertenencias.
- En caso de emergencia siga todas las instrucciones del guía.
- Llevar su cédula de identificación o copia del pasaporte.

- Recuerde que estaremos en sitios naturales y áreas protegidas, por lo tanto, no se debe contaminar el ambiente.
- Mantenga la distancia que ha sido recomendada por las autoridades ante la emergencia sanitaria.
- Se sugiere visitar la página web oficial del Sistema de Áreas Protegidas para ver todas las recomendaciones: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/vista-recomendaciones>.

- **Parada N.1: Comunidad Salasaka (Tungurahua)**

Ahora nos encontramos en la Comunidad Salasaka, la misma forma parte de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE). Este grupo étnico se caracteriza principalmente por la elaboración de artesanías y textiles. Dentro de la comunidad se pueden encontrar sanadores que usan plantas medicinales para curar ciertas enfermedades o malestares en las personas. Estos rituales ayudan a quitar las malas energías y a sentirse sano (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.).

- **Parada N.2: Cascada Manto de la Novia (Tungurahua)**

Esta cascada está formada por el Río Chinchín, posee ese nombre por la blancura de su caída de agua de 40 metros de altura que se asemeja bastante al manto de una novia. Además de sus aguas cristalinas y su paisaje hermoso, las energías de la cascada ayudan a quitar el estrés a las personas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños de Agua Santa, s.f.).

En este atractivo podrán realizar meditación aprovechando la energía que transmite la cascada ya sea para aliviar el estrés, disminuir la ansiedad, aumentar la felicidad o simplemente relajarse.

- **Parada N.3: Termas El Salado (Tungurahua)**

Están conformadas por aguas termales sulfatadas que bajan por el Volcán Tungurahua y poseen diferentes temperaturas. Las mismas ayudan a purificar el cuerpo, liberar toxinas, aumentar la circulación de la sangre, oxigenar y a aliviar el dolor tanto muscular como articular (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua, s.f.).

- **Parada N.4: Cascada Cóndor Samana (Chimborazo)**

Esta cascada posee una energía bastante especial gracias a su gran caída de agua, además se la considera como un lugar sagrado para la cosmovisión andina. A su alrededor se puede observar flora y fauna (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Andrés, s.f.). En este atractivo podrán realizar meditación aprovechando la energía que transmite la cascada ya sea para aliviar el estrés, disminuir la ansiedad, aumentar la felicidad o simplemente relajarse.

- **Parada N. 5: Reserva de Producción Faunística Chimborazo**

Es el volcán más alto de todo el Ecuador con 6.263 metros sobre el nivel del mar. Es uno de los atractivos más conocidos de Riobamba, forma parte de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en la cual se puede encontrar un ecosistema protegido para conservar el hábitat de animales como la llama, la alpaca y la vicuña. Por otra parte, esta es una montaña sagrada por imponer majestuosidad y serenidad para los antiguos habitantes (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, s.f.). En este lugar se realizará una caminata alrededor del volcán para reducir el negativismo y reducir la fatiga mental.

- **Parada N. 6: Aguas Termales de Aguallanchi (Chimborazo)**

Las termas son ricas en minerales, son de origen volcánico y poseen propiedades curativas, al igual que El Salado, ayudan a purificar el cuerpo,

liberar toxinas, aumentar la circulación de la sangre, oxigenar y a aliviar el dolor tanto muscular como articular. Además, alrededor de ellas se puede encontrar un bello paisaje gracias a la diversidad y abundante vegetación que existe (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chambo, s.f.).

- **Despedida y agradecimiento**

Este es el final de la ruta, por parte de la empresa _____, le agradecemos mucho por su visita y por su interés en tener una experiencia totalmente fuera de la cotidianidad. Le invitamos a seguir cuidando de su salud y bienestar visitando atractivos turísticos que le brinden diversos beneficios como los de Tungurahua y Chimborazo. Muchas gracias.

5.2. Identificación del posible impacto ambiental y su mitigación.

El presente proyecto se va a enfocar en cumplir con uno de los objetivos del turismo *Wellness* que es preservar el medio ambiente y el entorno en el que se desarrollen estas actividades (Global Wellness Institute, 2018); sin embargo, es importante tomar en cuenta los posibles impactos ambientales que el proyecto pueda generar, así como su mitigación.

En la Tabla 10 se puede observar una matriz de Leopold donde se evalúa de mejor manera los impactos que afectarán a cada recurso al momento de ejecutar las actividades del proyecto, los mismos se los clasifica a través de tres diferentes rangos: baja intensidad, moderada intensidad y alta intensidad; dependiendo de la magnitud del impacto que se genere. En este caso, se pudo determinar que existe una influencia alta tanto en la tierra como en el aire por el sobre pisoteo, la extracción de plantas y la contaminación por el CO₂.

Tabla 10

Matriz de Leopold, evaluación de impactos ambientales del proyecto.

Impactos de cada actividad \ Recursos	Agua	Tierra	Aire	Socio-cultural
Visita a cascadas <ul style="list-style-type: none"> • Uso del agua para actividad <i>Wellness</i> 	Moderada intensidad			
Senderismo/caminatas <ul style="list-style-type: none"> • Sobre pisoteo • Extracción de plantas • Contaminación del aire por humo de cigarrillo 		Alta intensidad	Moderada intensidad	
Consumo de alimentos <ul style="list-style-type: none"> • Desperdicios 	Moderada intensidad	Moderada intensidad		
Transporte <ul style="list-style-type: none"> • Contaminación del aire por el CO2 		Moderada intensidad	Alta intensidad	
Visita a Spas <ul style="list-style-type: none"> • Uso del agua para tratamientos 	Moderada intensidad			
Curación ancestral en Comunidad local <ul style="list-style-type: none"> • Aculturación • Extracción de plantas medicinales 		Moderada intensidad		Moderada intensidad
Purificación en aguas termales <ul style="list-style-type: none"> • Consumo energético del agua 	Moderada intensidad			

Nota: Información obtenida de entrevistas realizadas a expertos en turismo *Wellness*.

Actividades de mitigación para los impactos:

- Programa de capacitaciones de Buena Prácticas Ambientales para el personal de los spas en relación con los impactos del agua.
- Aplicación de Buenas Prácticas Ambientales para disminuir los impactos negativos que puedan generar los turistas en el aire, la tierra, el ecosistema y en comunidades locales.
- Mantenimiento mecánico permanente de los buses para garantizar el buen funcionamiento de los motores y que no se genere una contaminación tan excesiva.
- Exigir Responsabilidad Social Empresarial a los proveedores de servicios con los que se va a trabajar en el proyecto.

5.3. Hoja de ruta.

En la Tabla 11 se pueden visualizar los actores que van a intervenir dependiendo de las actividades que están en los cuatro componentes de la matriz de marco lógico, los mismos contribuirán para el desarrollo de la ruta turística *Wellness*.

Tabla 11

Hoja de ruta, forma de participación de los actores que serán parte del proyecto.

COMPONENTES / ACTIVIDADES (EMML)	TEMPORALIDAD (CRONOGRAMA 3 años) DIAGRAMA DE GANTT DESARROLLADO												Responsables	
	1er T	2do T	3er T	4to T	1er T	2do T	3er T	4to T	1er T	2do T	3er T	4to T		
COMPONENTE C1. Fortalecer las condiciones para la operación turística de productos Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.														
1.1. Implementación de certificaciones tipo <i>Wellness</i> .														Empresa certificadora: <i>Wellness Magazine</i>
1.2. Adquisición de equipamiento para actividades <i>Wellness</i> y bioseguridad.														Proveedores: The Sport Shop y Molicars.
1.3. Desarrollar mecanismos de comercialización mediante Tecnologías de Información y Comunicación.														Proveedores: Medium Multimedia y Wix
COMPONENTE C2. Mejorar el funcionamiento del espacio turístico del territorio de influencia.														
2.1. Implementación de infraestructura para actividades <i>Wellness</i> .														Proveedor: Miradores.net
2.2. Diversificar Creación de productos turísticos <i>Wellness</i> innovadores.														Ingeniero en Empresas Turísticas y Hoteleras
2.3. Diseño de planes de contingencia para enfrentar emergencias sanitarias y desastres naturales.														Proveedor: BC Group Ecuador
2.4. Establecer un mecanismo de mejoramiento de la experiencia de la demanda turística.														Proveedor: Lightning Professional
COMPONENTE C3. Establecer estrategias de promoción para la correcta difusión del espacio turístico.														
3.1. Mejorar las condiciones para la promoción de destinos.														Proveedor: Agencia de publicidad "Savanna Creativos"
3.2. Utilización de tecnologías para la promoción del territorio de influencia.														Proveedor: Agencia de publicidad "Savanna Creativos"
COMPONENTE C4. Generar mecanismos de conectividad, seguridad ciudadana y emergencias.														
4.1. Implementación de señalética para dar información a los turistas que llegan a comunidades de las provincias.														Proveedor: Madera Ecuador

4.2. Adquisición de equipamiento de bioseguridad y emergencias para el desarrollo de actividades turísticas.																			Proveedor: Molicars
4.3. Mejorar las condiciones de higiene y salubridad.																			Proveedor: Botiquines.ec

Nota: Información obtenida de entrevistas a proveedores de servicios.

5.4. Fuentes de financiamiento del proyecto.

La implementación de la ruta turística *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo tiene un costo total de US\$27.883,48. En la Tabla 12 se detalla la distribución de los rubros para cada sector que ayudará al financiamiento del proyecto, en este caso, la parte privada aportará con US\$14.054,72; el sector comunitario con US\$750; la parte pública con US\$5678,76; la academia con US\$500 y finalmente se pedirá un crédito al Banco del Pacífico de US\$6.900.

Tabla 12

Fuentes de financiamiento del proyecto de desarrollo turístico.

COMPONENTES/ACTIVIDADES (EMML)	RUBROS	SECTORES PARA FINANCIAMIENTO				
		PRIVADO	COMUNITARIO	PÚBLICO	ACADEMIA	CRÉDITOS
				GADS	UNIVERSIDADES	BANCO DEL PACÍFICO
COMPONENTE C1. Fortalecer las condiciones para la operación turística de productos <i>Wellness</i> en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	Certificación Wellness	\$7400				
	Esterillas de meditación	\$1050				
	Kits de limpieza	\$65,97				
	Página Web y Aplicación Móvil					\$2400
COMPONENTE C2. Mejorar el funcionamiento del espacio turístico del territorio de influencia.	Paneles interpretativos			\$5678,76		
	CRM experiencia del turista	\$2700				
	Plan de contingencia				\$500	
COMPONENTE C3. Establecer estrategias de promoción para la correcta difusión del espacio turístico.	Contratación de agencia de publicidad					\$4500

COMPONENTE C4. Generar mecanismos de conectividad, seguridad ciudadana y emergencias.	Señalética de teca		\$750			
	Kits de bioseguridad	\$2726,10				
	Botiquines de primeros auxilios	\$112,65				
Total del presupuesto referencial		\$14054,72	\$750	\$5678,76	\$500	\$6900

Nota: Información obtenida de proformas y entrevistas realizadas a proveedores de servicios.

5.5. Estrategia de seguimiento y evaluación.

En la matriz de estrategia de seguimiento y evaluación se incluyen las actividades, los indicadores, el presupuesto y el nivel de ejecución donde se evaluará si es que fue buena, regular o mala el cumplimiento de cada componente de la matriz de marco lógico, una vez que el proyecto se empiece a ejecutar; el detalle de la misma se encuentra en la Tabla 13.

Tabla 13

Matriz de estrategia de seguimiento y evaluación.

Componentes / actividades (EMML)	Indicadores (EMML)		Presupuesto (Matriz de presupuesto)		Nivel de ejecución (seguimiento y evaluación) % de avances			
	Seguimiento y evaluación de indicadores		Seguimiento y evaluación de presupuesto		Actividades realizadas (85% - 100%)	Actividades medianamente realizadas (25% - 84%)	Actividades No realizadas (1% - 24%)	
	Indicadores planteados de impacto y de resultados	Cumplimiento de indicadores planteados de impacto	Presupuesto Estimado	Presupuesto Ejecutado				
COMPONENTE C1. Fortalecer las condiciones para la operación turística de productos Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	Al término de 1 año, se consolida al menos dos productos turísticos Wellness de alta calidad.	%	\$US 10.915,97	%				
1.1. Implementación de certificaciones tipo <i>Wellness</i> .					%			
1.2. Adquisición de equipamiento para actividades <i>Wellness</i> y bioseguridad.					%			
1.3. Desarrollar mecanismos de comercialización mediante Tecnologías de Información y Comunicación.					%			

COMPONENTE C2. Mejorar el funcionamiento del espacio turístico del territorio de influencia.	Al término de 2 años se logra el 80% de satisfacción turística.	%	\$US 8.878,76	%			
2.1. Implementación de infraestructura para actividades <i>Wellness</i> .				%			
2.2. Diversificación de la oferta de productos turísticos <i>Wellness</i> innovadores.				%			
2.3. Diseño de planes de contingencia para enfrentar emergencias sanitarias y desastres naturales.				%			
2.4. Establecer un mecanismo de mejoramiento de la experiencia de la demanda turística.				%			
COMPONENTE C3. Establecer estrategias de promoción para la correcta difusión del espacio turístico.	Al término de cada año se han ejecutado al menos 3 estrategias de posicionamiento de la ruta turística <i>Wellness</i> en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	%	\$US 4.500,00	%			
3.1. Mejorar las condiciones para la promoción de destinos.				%			
3.2. Utilización de tecnologías para la promoción del territorio de influencia.				%			
COMPONENTE C4. Generar mecanismos de conectividad, seguridad ciudadana y emergencias.	Al término de 3 años se logra ingresar en el top 20 de las rutas más visitadas en Ecuador.	%	\$US 3.588,75	%			
4.1. Implementación de señalética para dar información a los turistas que llegan a comunidades de las provincias.				%			
4.2. Adquisición de equipamiento de bioseguridad y emergencias para el desarrollo de actividades turísticas.				%			
4.3. Mejorar las condiciones de higiene y salubridad.				%			
TOTAL, PRESUPUESTO REFERENCIAL			\$US 27.883,48				

Nota: Información obtenida de proformas y entrevistas a proveedores de servicios.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El diseño de la ruta turística tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo ayudará a que el país incremente de una manera próspera el desarrollo del turismo interno, ya que el mismo ha ido incrementando su popularidad gracias a que brinda beneficios a la salud física y mental de las personas, por otra parte, se abarcarán otros segmentos de mercado que han sido descubiertos parcialmente, aprovechando los atractivos naturales que brindan las provincias de intervención.
- La caracterización situacional de Tungurahua y Chimborazo permitió determinar que su ubicación en la región Sierra centro del país es beneficiosa para realizar diversas actividades económicas como la agricultura y la ganadería; adicionalmente, el turismo es una de sus fuentes alternativas de comercio, por motivo de que las provincias cuentan con un gran número de atractivos tanto culturales como naturales que son visitados constantemente por turistas nacionales y extranjeros; además, cuentan con infraestructura y vialidad adecuadas para el impulso de esta actividad.
- El mercado actual en su mayoría es de 16 a 25 años, de los cuales el 32% practicaría turismo de bienestar por motivo de quitar el estrés, además, visitarían atractivos naturales como aguas termales, cascadas y lagunas, en los cuales, se realizarían actividades como meditación, purificación, visitas a spas, curaciones ancestrales y consumo de comida saludable. Además, el 50% estaría dispuesto a pagar de US\$100 a US\$200 por realizar actividades de este tipo y el 100% recorrería la ruta turística tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.
- Se encontró que no existen suficientes mecanismos y alternativas para el desarrollo de turismo *Wellness* en el territorio de influencia, por lo que se plantearon alternativas que contribuirán a resolver este problema. El desarrollo de estas tendrá un costo total de US\$27.883,48 el cual estará

financiado por actores públicos, privados, comunitarios, académicos y entidades financieras.

- En el desarrollo de la ruta *Wellness* se planteó un paquete con un itinerario de 2 noches 3 días en donde se incluyen todos los servicios turísticos necesarios como alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, actividades y visitas a atractivos, asimismo, existirán grupos de 6, 9 y 12 turistas tomando en cuenta que se deben respetar los protocolos de bioseguridad. El paquete tendrá un PVP de US\$529 para el grupo de 6, US\$429 para el de 9 y US\$379 para el grupo de 12.

Recomendaciones

- Implementar manuales de procedimientos que permitan el control interno, en este caso, se deberían abarcar todas las responsabilidades, información de políticas, medidas de seguridad, objetivos e instrucciones que corresponden a realizarse dentro de la ruta turística *Wellness*, lo que favorecerá para poder realizar todas las actividades de una manera más adecuada y producir los resultados esperados con mayor eficiencia y calidad.
- Efectuar un código de ética para socialización de valores como la justicia, la honestidad, el respeto, la libertad y la equidad; así como la no discriminación ya sea de raza, género o de otras preferencias. Esto ayudará a incrementar la confianza de todas las personas que trabajen dentro de la ruta turística, a minimizar situaciones de riesgo y a incrementar la fidelidad tanto de los proveedores de servicios como de los consumidores.
- Es fundamental realizar alianzas estratégicas con influencers de diversas redes sociales que estén promoviendo la salud y el bienestar, ya sea con el consumo de comida saludable, realizando ejercicio o practicando meditación y yoga, para lograr un mejor impacto en los turistas jóvenes que, en este caso, es el mercado potencial al que se debe dirigir la ruta turística *Wellness*. Adicionalmente, la fidelidad de los turistas será más probable y existirá más confianza hacia el producto.

REFERENCIAS

- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera ed.). Bogotá: Pearson.
- Bock, N. (16 de Octubre de 2019). Turismo Wellness en la Sierra-centro del Ecuador. (D. Rosero, Entrevistador)
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (Cuarta ed.). México: Trillas.
- Castillo, M. A. (21 de Abril de 2020). Ruta turística de tipo Wellness . (D. Rosero, Entrevistador)
- Cevallos, J. (2014). *Universidad Nacional de Chimborazo*. Recuperado el 26 de Octubre de 2019, de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/693/1/UNACH-EC-IG.TUR-2015-0005.pdf>
- Dr. Prem. (s.f.). Importance and advantages of wellness tourism. *Dr. Prem*. Recuperado el 14 de Octubre de 2019, de DrPrem: <https://drprem.com/wellness/importance-advantages-wellness-tourism/>
- Global Wellness Institute. (s.f.). *¿What is Wellness Tourism?* Recuperado el 12 de Octubre de 2019, de Global Wellness Institute: <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/>
- Global Wellness Institute. (3 de Diciembre de 2018). *5 Trends in Wellness Tourism*. Recuperado el 25 de Febrero de 2020, de Global Wellness Institute: <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2018/12/03/new-gwi-research/>
- Global Wellness Institute. (Noviembre de 2018). *Global Wellness Tourism Economy*. Recuperado el 23 de Octubre de 2019, de Global Wellness Institute: https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf
- Global Wellness Summit. (2019). *Prescribing Nature*. Recuperado el 2 de Marzo de 2020, de Global Wellness Summit:

<https://www.globalwellnesssummit.com/2019-global-wellness-trends/prescribing-nature/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños. (2018). *Baños de Agua Santa*. Recuperado el 31 de Octubre de 2019, de Baños de Agua Santa: <https://banos-ecuador.com/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños de Agua Santa. (s.f.). *Cascada Manto de la Novia*. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de Baños de Agua Santa: <https://banos-ecuador.com/es-ec/tungurahua/banos-agua-santa/rio-verde/cascada/cascada-manto-novia-a2mq79x7z>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chambo. (s.f.). *Aguas termales de San Francisco*. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de Gobierno de Chambo: <https://www.gobiernodechambo.gob.ec/chambo/images/AguasTermales.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. (s.f.). *Conoce el Pawkar Raymi Carnaval Puruwa*. Recuperado el 3 de Abril de 2020, de Riobamba: <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/tradicionales/conoce-pawkar-raymi-carnaval-puruwa-a04tkk7cv>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. (s.f.). *Volcán Chimborazo*. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de Riobamba: <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/volcan/volcan-chimborazo-a07694d29>

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Andrés. (s.f.). *Atractivos turísticos*. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de GAD Parroquial San Andrés: <http://sanandres.gob.ec/attractivos-turisticos/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo*. Recuperado el 4 de Abril de 2020, de Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/066000

0280001_PDyOT%20FINAL%20-%20160516%2013y50_16-05-2016_19-06-53.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo. (2019). *Datos de la provincia*. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de Prefectura Chimborazo: <https://chimborazo.gob.ec/la-provincia/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo. (2019). *Turismo*. Recuperado el 29 de Marzo de 2020, de Prefectura Chimborazo: <https://chimborazo.gob.ec/turismo/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua. (2017). *Agenda Territorial de Tungurahua*. Recuperado el 4 de Abril de 2020, de Tungurahua: <https://www.tungurahua.gob.ec/images/archivos/transparencia/2017/AgendaTerritorialTungurahua2016.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua. (s.f.). *Balneario El Salado*. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de Vive Tungurahua: <https://tungurahuatourismo.com/es-ec/tungurahua/banos-de-agua-santa/termas/termasel-salado-afnfgxixb>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua. (s.f.). *Datos generales*. Recuperado el 15 de Marzo de 2020, de Gobierno Provincial de Tungurahua: <https://www.tungurahua.gob.ec/index.php/la-institucion-hgpt/datos-generales>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua. (s.f.). *Fuentes de comercio*. Recuperado el 25 de Marzo de 2020, de Honorable Gobiernos Provincial de Tungurahua: <https://www.tungurahua.gob.ec/index.php/la-institucion-hgpt/fuentes-de-comercio>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua. (s.f.). *Pueblos Indígenas*. Recuperado el 10 de Mayo de 2020, de Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua: <https://www.tungurahua.gob.ec/index.php/la-institucion-hgpt/pueblos-indigenas-de-la-provincia>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Tungurahua. (s.f.). *Servicios culturales*. Recuperado el 29 de Marzo de 2020, de Honorable Gobierno

- Provincial de Tungurahua:
<https://www.tungurahua.gob.ec/index.php/servicios/culturales>
- Guerrero González, P. E., & Ramos Mendoza, J. R. (2014). *Introducción al turismo* (Primera ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional* (Primera ed.). México: Serie Didáctica.
- Instituto Geofísico Militar. (s.f.). *Geoportal*. Recuperado el 9 de Abril de 2020, de Geoporta IGM:
<http://www.geoportaligm.gob.ec/visorIEE/composer/#maps/148>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2018). *Pase del Niño*. Recuperado el 3 de Abril de 2020, de Patrimonio Cultural:
<http://www.patrimoniocultural.gob.ec/pase-del-nino/>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (s.f.). *Patrimonios Inmateriales del Ecuador*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de Patrimonio Cultural:
<http://www.patrimoniocultural.gob.ec/patrimonios-inmateriales-del-ecuador/>
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificacion* (Primera ed.). Buenos Aires: OMPT.
- Maldonado, A. C. (28 de Abril de 2020). Ruta turística de tipo Wellness. (D. Rosero, Entrevistador)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (29 de Diciembre de 2014). *Ley de Turismo*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo:
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (31 de Diciembre de 2014). *Reglamento de Transporte Terrestre Turístico*. Recuperado el 12 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO1.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (18 de Febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Recuperado el 11 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador. (24 de Mayo de 2016). *Reglamento de Guianza Turística*. Recuperado el 12 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (24 de Junio de 2016). *Reglamento de Operación e Intermediación Turística*. Recuperado el 10 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador. (10 de Septiembre de 2018). *Ecuador promociona el turismo de bienestar y salud en "Termatalia 2018"*. Recuperado el 18 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-promociona-el-turismo-de-bienestar-y-salud-en-termatalia-2018/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Movimientos Internos: GEOVIT*. Recuperado el 24 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (5 de Octubre de 2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*. Recuperado el 12 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador. (18 de Febrero de 2020). *Disfruta el carnaval 2020 recorriendo los Andes Centro del Ecuador*. Recuperado el 2 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/feriado-disfruta-el-carnaval-2020-recorriendo-los-andes-centro-del-ecuador/>

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (13 de Enero de 2020). *La Fiesta de la Fruta y las Flores fue declarada Patrimonio Inmaterial de la Región Andina*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/la-fiesta-de-la-fruta-y-las-flores-fue-declarada-patrimonio-inmaterial-de-la-region-andina/>
- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Objetivos*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/objetivos/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 19 de Abril de 2020, de Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Organización Mundial de Turismo. (27 de Diciembre de 2018). *La OMT y la CET publican un informe sobre turismo de salud*. Recuperado el 14 de Octubre de 2019, de UNWTO: <http://www2.unwto.org/es/press-release/2018-12-20/la-omt-y-la-cet-publican-un-informe-sobre-turismo-de-salud>
- Organización Mundial del Turismo. (21 de Diciembre de 2001). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Recuperado el 18 de Abril de 2020, de OMT: <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 19 de Abril de 2020, de UNWTO: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Glosario de términos de turismo*. Recuperado el 22 de febrero de 2020, de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas* (Primera ed.). México: Trillas.
- Sampieri, R. H., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una vida*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de SENPLADES: <http://www.planificacion.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Servicio Nacional de Aprendizaje. (s.f.). *Diseño de rutas turísticas*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2019, de Academia: file:///C:/Users/HP/Downloads/Diseno_de_Rutas_turisticas.pdf

Tipos de Investigación. (s.f.). *Investigación descriptiva: qué es, características, ejemplos e imágenes animadas*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Tipos de investigación: <https://tiposdeinvestigacion.org/descriptiva/>

Universidad De Las Américas. (2019). Lineamientos de investigación. Quito, Ecuador. Obtenido de UDLA.

Varisco, C. (2013). *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Mar del Plata.

Wellness Tourism Association. (s.f.). *Glosary of Wellness Tourism Industry Terms*. Recuperado el 24 de Febrero de 2020, de Wellness Tourism Association: <https://www.wellnesstourismassociation.org/glossary-wellness-tourism-industry-terms/>

Wellness Tourism Association. (s.f.). *What is Wellness Tourism?* Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de Wellness Tourism Association: <https://www.wellnesstourismassociation.org/>

Wellness Tourism Worldwide. (s.f.). *The Purpose of Wellness Travel & Tourism*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2019, de Wellness Tourism Worldwide: <http://www.wellnesstourismworldwide.com/purpose.html>

ANEXOS

Anexo 1

Anexo 1. Formato de la encuesta virtual para el desarrollo del estudio de mercado del proyecto.

Encuesta acerca de turismo de Bienestar o Wellness

- La presente encuesta tiene como objetivo principal recolectar información para determinar la viabilidad del diseño de una ruta turística de tipo Bienestar o Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.
- El turismo de Bienestar o Wellness es aquella actividad turística que se enfoca en mejorar y convertir los viajes en una oportunidad para conservar y renovar la salud física, mental y espiritual de las personas.
- La presente encuesta le tomará de 3 a 5 minutos realizarla.
- Se solicita a usted de favor que llene la encuesta y seleccione las opciones en torno a sus gustos y preferencias.
- La información que se va a recibir será totalmente confidencial.
- De antemano le agradecemos por responder la presente encuesta.

* Obligatorio

1. Nombre y Apellido *

Escriba su respuesta

2. Correo electrónico *

Escriba su respuesta

3. Número de teléfono *

Escriba su respuesta

4. Número de cédula *

Escriba su respuesta

5. Nacionalidad *

Nacional

Extranjero

6. Provincia de residencia *

Escriba su respuesta

7. Género *

- Masculino
- Femenino
- LGBTIQ
- Otros

8. ¿En qué rango de edad se encuentra? *

- 16-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- Más de 65

9. Al momento en el que usted reserva o accede a información turística, ¿por qué medios lo hace? *

- Redes Sociales
- Páginas web
- Televisión
- Radio
- E-mail
- Otro

10. ¿Por qué mecanismo de interpretación le gustaría recibir información en una ruta turística? *

- Paneles interpretativos
- Mapas turísticos
- Aplicación móvil
- Trípticos
- Tablets interactivas
- Otros

11. El turismo de Bienestar o Wellness es aquella actividad turística que se enfoca en mejorar y convertir los viajes en una oportunidad para conservar y renovar la salud física, mental y espiritual de las personas.

¿Usted ha practicado turismo de Bienestar o Wellness? *

- Sí
- No

12. Tomando en cuenta lo que es el turismo de Bienestar o Wellness, ¿usted practicaría este tipo de turismo? *

Si su respuesta es sí, pase a la siguiente pregunta

Si su respuesta es no, ha terminado la encuesta

Sí

No

13. ¿Con quién viajaría para realizar este tipo de turismo?

Solo/a

Familia

Pareja

Amigos

Otros

14. ¿Qué lo motivaría a realizar turismo de Bienestar o Wellness? Escoja más de una opción.

Mejorar la salud física

Curiosidad

Salir de la cotidianidad

Quitar el estrés

Recreación

Otro

15. Algunos de los lugares que se visitan para turismo de Bienestar o Wellness son: cascadas, aguas termales, montañas, bosques.

¿Qué lugares ha visitado con mayor frecuencia? Escoja mínimo 3 opciones.

Cascadas

Aguas termales

Montañas, nevados, volcanes

Bosques

Lagunas o lagos

Otros

16. En las provincias de Tungurahua y Chimborazo se encuentran la mayoría de atractivos para practicar este tipo de turismo.

¿Qué atractivos de estas provincias visitaría para practicar turismo de bienestar? Escoja todos los que visitaría.

- Volcán Tungurahua
- Pailón del Diablo (Baños-Tungurahua)
- Aguas termales en Baños (Tungurahua)
- Cascada Manto de la Novia (Baños-Tungurahua)
- Río Blanco (Baños-Tungurahua)
- Bosque Nublado Río Verde (Baños-Tungurahua)
- Lagunas de San Borja (Patate-Tungurahua)
- Volcán Chimborazo
- Laguna de Colta (Colta-Chimborazo)
- Lagunas de Ozogoche (Alausí-Chimborazo)
- Aguas termales de Aguallanchi (Chambo-Chimborazo)
- Lagunas de El Altar (Riobamba-Chimborazo)
- Bosque San Lorenzo (Chunchi-Chimborazo)
- Cascada Cóndor Samana (Guano-Chimborazo)
- Otros

17. ¿Qué tipo de actividades realizaría al momento de practicar turismo de Bienestar o Wellness? Escoja mínimo 3 opciones.

- Yoga al filo de una laguna
- Ejercicio en bosques
- Caminatas alrededor de un volcán
- Consumo de gastronomía saludable
- Visitas a Spas
- Purificación en aguas termales
- Meditación en cascadas
- Curación ancestral en una comunidad local
- Otros

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una experiencia de tipo Bienestar o Wellness, tomando en cuenta que se realizarían actividades como las mencionadas en la pregunta anterior?

- Menos de \$100
- \$101-\$200
- \$201-\$300
- \$301-\$400
- Más de \$400

19. ¿Estaría dispuesto a recorrer una ruta turística de tipo Bienestar o Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador?

- Sí
- No

Enviar

Anexo 2

Anexo 2. Formato de entrevista para determinar la percepción de profesionales en turismo *Wellness*

- La presente entrevista tiene la finalidad de recolectar información para determinar la viabilidad del diseño de una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador.

- Tomando en cuenta que el turismo de Bienestar o *Wellness* es aquella actividad turística que se enfoca en mejorar y convertir los viajes en una oportunidad para conservar y renovar la salud física, mental y espiritual de las personas; se le solicita de favor que responda las siguientes preguntas de acuerdo a su experiencia en turismo *Wellness*.

1- ¿Cómo cree usted que se encuentra actualmente el turismo *Wellness* en el Ecuador?

2- ¿Cree usted que es un tipo de turismo que ayudará al desarrollo de destinos en Ecuador?

3- ¿Cuáles cree usted que serían las ventajas de diseñar una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador?

4- ¿Qué tipo de actividades cree usted que serían las adecuadas para implementar en este tipo de ruta en las provincias de Tungurahua y Chimborazo?

5- ¿Qué tipo de atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales cree usted que se deberían visitar en una ruta turística *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo?

6- ¿Qué tipo de servicios cree usted que se deberían ofrecer para complementar la ruta turística?

7- ¿Qué aspectos de innovación se deben tomar en cuenta para que no sea un producto tradicional?

8- ¿Por qué medios cree que se debería promocionar esta ruta turística?

9- ¿Qué mecanismos de interpretación turística se deberían implementar para brindarle información de la ruta al visitante?

10- ¿Qué impactos cree que se generarían a partir del desarrollo de esta actividad?

11- ¿Cómo cree que los impactos de la pregunta 11 deben ser mitigados?

12- ¿Qué estrategias de precios se deberían utilizar mayormente al momento de lanzar un producto *Wellness*?

13- ¿Por qué medios de distribución se debería comercializar esta ruta turística?

Anexo 2.1

Entrevista realizada a María Augusta Castillo, gerente del departamento de marketing y ventas del establecimiento Refugio Spa Garden en Baños, Tungurahua.

1- ¿Cómo cree usted que se encuentra actualmente el turismo *Wellness* en el Ecuador?

*“Creo que nos falta mucho, como turismo de bienestar, integrar un concepto para que en verdad exista un recorrido como tal. A comparación de Colombia que maneja varios lugares que te venden este servicio y tú como turista sabes que puedes acceder a ese turismo *Wellness*. En el Ecuador no está muy integrado el concepto como tal”.*

2- ¿Cree usted que es un tipo de turismo que ayudará al desarrollo de destinos en Ecuador?

“Por supuesto, creo que el turista que busca este servicio de bienestar, cada vez se incrementa. Creo incluso que después del coronavirus va a ser un nicho muy bueno para explotar porque la gente va a necesitar desconectarse de lo material, va a buscar tener una buena salud mental y física, pienso que el Ecuador va a ser potencialmente muy bueno porque se pueden recorrer todas nuestras provincias y ofrecer en una ruta servicios de bienestar que te conecten como ser humano”.

3- ¿Cuáles cree usted que serían las ventajas de diseñar una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador?

“Se captaría más el turista para que pueda conocer más la riqueza de las provincias. Por ejemplo, Tungurahua y Chimborazo tienen estaciones climáticas diversas, pero al mismo tiempo te permiten experimentar nuevas sensaciones y disfrutar del espacio, creo que son dos provincias estrechamente conectadas por las distancias cortas y te permiten conocer y disfrutar al mismo tiempo”

4- ¿Qué tipo de actividades cree usted que serían las adecuadas para implementar en este tipo de ruta en las provincias de Tungurahua y Chimborazo?

“Creo que sería interesante mantener un concepto que nos identifique como país y como sector, es decir, se podría aprovechar muy bien la concepción de la medicina andina que ofrecen las dos provincias. Comenzando con una limpia energética de grandes taitas y mamas que tiene Chimborazo, también con meditación frente a una laguna, pero siempre en el concepto andino. Esta conexión debería estar basado en el concepto andino de Chimborazo con el concepto más amazónico de Baños, Tungurahua que es la puerta del oriente. Si queremos plantear actividades como yoga, pero ofreciendo un servicio como el temazcal para conectarlo con lo andino, o limpiezas energéticas y desintoxicaciones corporales, pero con productos netamente andinos”.

5- ¿Qué tipo de atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales cree usted que se deberían visitar en una ruta turística *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo?

“Específicamente en Baños, te puedo decir que en el momento ya existen rutas que tratan sobre una desconexión a través de visitas a cascadas, las mismas son guiadas con terapeutas expertos en la materia y se dedican a hacer limpias energéticas emocionales a través de procesos de sanación con el agua, las fuentes y las vertientes. En este caso, serían adecuadas las cascadas como: Machai y Río negro”.

6- ¿Qué tipo de servicios cree usted que se deberían ofrecer para complementar la ruta turística?

“Siempre es interesante tener buenos lugares de alojamiento, en este caso, Tungurahua y Chimborazo son muy fuertes en ese sentido. También de comida, pero se debe identificar este nicho para ofrecer no solo comida tradicional como tal, sino que la misma sea consumida para desintoxicarse y ofrecer una ruta de desintoxicación por ejemplo”.

7- ¿Qué aspectos de innovación se deben tomar en cuenta para que no sea un producto tradicional?

“Vendiendo una conexión emocional y corporal donde tu puedas vivir una experiencia de desarrollo personal, por ejemplo, a través de la podología terapia. Con terapeutas holísticos y naturópatas. Creo que el turismo Wellness tiene que estar muy enfocado en algo íntegro, en este caso, trabajar cuerpo, mente y espíritu”.

8- ¿Por qué medios cree que se debería promocionar esta ruta turística?

“De la experiencia que tenemos como Refugio Spa Garden, el turismo de bienestar es de un target un poco más alto, no es del que busca vivir toda la experiencia en un solo día. A nosotros no ha funcionado muy bien las redes sociales y plataformas digitales”.

9- ¿Qué mecanismos de interpretación turística se deberían implementar para brindarle información de la ruta al visitante?

“Personalmente pienso que debería ser lo más lúdico posible y más desconectado de la tecnología, porque la idea es que el turista se conecte con la naturaleza y permita desconectarse al mismo tiempo de la cotidianidad, se podría decir que sería mejor hacerlo más tradicional como mapas guiados”.

10- ¿Qué impactos cree que se generarían a partir del desarrollo de esta actividad?

“Creo que el manejo de turismo de bienestar siempre va a generar un aspecto de renovación, porque la idea del mismo es que tú llegues a un lugar para desconectarte y al mismo tiempo cuidar. Por ejemplo, nosotros como Refugio te invitamos a desconectarte del mundo sin olvidarnos del entorno natural que nosotros protegemos, entonces la idea es impulsar el mantenimiento ecológico, no me refiero solo a la no contaminación, sino que como ser humano no invadimos nuevas áreas para destruir, sino para involucrarnos y cuidarlas. Por lo tanto, pienso que no habría impactos negativos al implementar esta ruta turística siempre y cuando sean bien manejados por los sectores. Por lo general el turista Wellness es mucho más consciente incluso de contaminar ambientes”.

11- ¿Qué estrategias de precios se deberían utilizar mayormente al momento de lanzar un producto *Wellness*?

“El turismo Wellness, de acuerdo a nuestra experiencia, no puede ser un turismo realizado por cualquier persona, siempre deben ser personas formadas y capacitadas. Por lo tanto, los precios no pueden ser muy bajos porque no justificarían la educación especializada de las personas involucradas en los procesos, pero tampoco tendría que ser muy de élite, debe ser para personas de una clase media para Ecuador y alta para los extranjeros porque lo valoran bastante. Nosotros ofrecemos servicios de todos los precios, el más bajo es de \$9 y el más alto es de \$44, depende de lo que quiera el cliente para que sea o no un precio mayor, en este caso, estamos accediendo a varios nichos de mercado. Nuestra estrategia de precios como Refugio Spa Garden trabajamos nuestros precios en base a nuestros costos de producción. Además, nosotros tratamos de generar sustentabilidad y por ende bajar nuestros costos”.

12- ¿Por qué medios de distribución se debería comercializar esta ruta turística?

“A nosotros nos ha ido muy bien con el manejo de agencias de viajes porque la misma se encarga de vender el concepto del producto y el cliente está totalmente seguro de a donde va y se está garantizando el servicio que vas a pagar. También nos ha ido bien con el turista que viene por redes sociales, que conoce y ha visto nuestros reviews, pero creo que es muy indispensable el manejo con agencias de viajes que puedan vender el concepto de lo que estás buscando”.

Anexo 2.2

Entrevista realizada a Ana Carolina Maldonado, Decana de la Facultad de Hospitalidad y Gestión Ambiental de la Universidad Internacional del Ecuador.

1- ¿Cómo cree usted que se encuentra actualmente el turismo *Wellness* en el Ecuador?

*“El turismo *Wellness* antes del COVID-19 era algo que ya existía en diferentes espacios sobre todo en provincias. Ya sea esto en hoteles, hosterías o como espacios solo dedicado al *wellness*, siempre con ese componente de medicina y terapias ancestrales, no en todos los casos, pero en muchos ya que el cuidado de nuestro cuerpo y mente es parte de nuestras culturas indígenas”.*

2- ¿Cree usted que es un tipo de turismo que ayudará al desarrollo de destinos en Ecuador?

*“Si lo considero, sin embargo, seguimos tipificados todavía como un destino de aventura, de exploración. Considero que no hay suficiente información sobre el turismo *Wellness* localmente y habría que hacer un análisis de la oferta que hay y si cumplen con normas estándar de sanidad e infraestructura”.*

3- ¿Cuáles cree usted que serían las ventajas de diseñar una ruta turística de tipo *Wellness* en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, Ecuador?

“Considero que es una buena idea, la afluencia en el sector da para este tipo de turismo, pero es importante entender que este tipo de turismo corresponde a un segmento de mercado específico que tiene como prioridad su cuidado, algo que no es para la mayoría de los turistas porque estas actividades suelen tener un costo alto”.

4- ¿Qué tipo de actividades cree usted que serían las adecuadas para implementar en este tipo de ruta en las provincias de Tungurahua y Chimborazo?

“No creo que sea posible hablar de actividades generales, creo que el desarrollo de las actividades se debe dar según el espacio y el entorno, eso va a ser el

factor diferenciador. En tal caso creo que mezclar técnicas ancestrales de Wellness va a brindar un diferenciador y trabajo con plantas y hierbas, el enseñar a las personas a crear sus propios productos después de haberlas experimentado en las terapias”.

5- ¿Qué tipo de atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales cree usted que se deberían visitar en una ruta turística Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo?

“Llegar en tren y pasar por la Nariz del diablo, ir a la base del volcán (tener terapias minerales con alusión al volcán), la Laguna de Colta, Baños, Reserva de Vida Silvestre Chimborazo”.

6- ¿Qué tipo de servicios cree usted que se deberían ofrecer para complementar la ruta turística?

“Servicios que hagan alusión a la naturaleza, minerales, lodos, terapias de agua o de cajón. Utilización de chocolate, botánica y como lo he mencionado antes hacer hincapié en terapias ancestrales”.

7- ¿Qué aspectos de innovación se deben tomar en cuenta para que no sea un producto tradicional?

“El bagaje cultural y tener terapias que se estén haciendo en el resto del mundo también”.

8- ¿Por qué medios cree que se debería promocionar esta ruta turística?

“Por medio de redes sociales, páginas oficiales y trabajar con MinTur para buscar el apoyo del tipo de turismo que esto implica”.

9- ¿Qué mecanismos de interpretación turística se deberían implementar para brindarle información de la ruta al visitante?

“Sería interesante tener un guía desde Quito que acompañe al grupo o las personas hasta llegar al espacio de Wellness, de esta forma el guía va a interpretar el entorno y la relevancia en la experiencia que van a tener cuando

lleguen a su destino. La señalética dentro del espacio del Wellness es clave para brindar información y seguridad al turista”.

10- ¿Qué impactos cree que se generarían a partir del desarrollo de esta actividad?

“Hay impactos directos en la comunidad donde este situado el espacio, generación de trabajo y de bienestar al poder involucrar a quienes habitan estos espacios. Hay impactos ambientales también que habría que tomar en cuenta al crear estos espacios”.

11- ¿Cómo cree que los impactos de la pregunta 11 deben ser mitigados?

“Definitivamente hay que hacer estudios de impactos ambientales del espacio elegido para este tipo de turismo, ya que el Wellness no solo es el bienestar físico y mental si no tiene un componente de respeto a su entorno”.

12- ¿Qué estrategias de precios se deberían utilizar mayormente al momento de lanzar un producto Wellness?

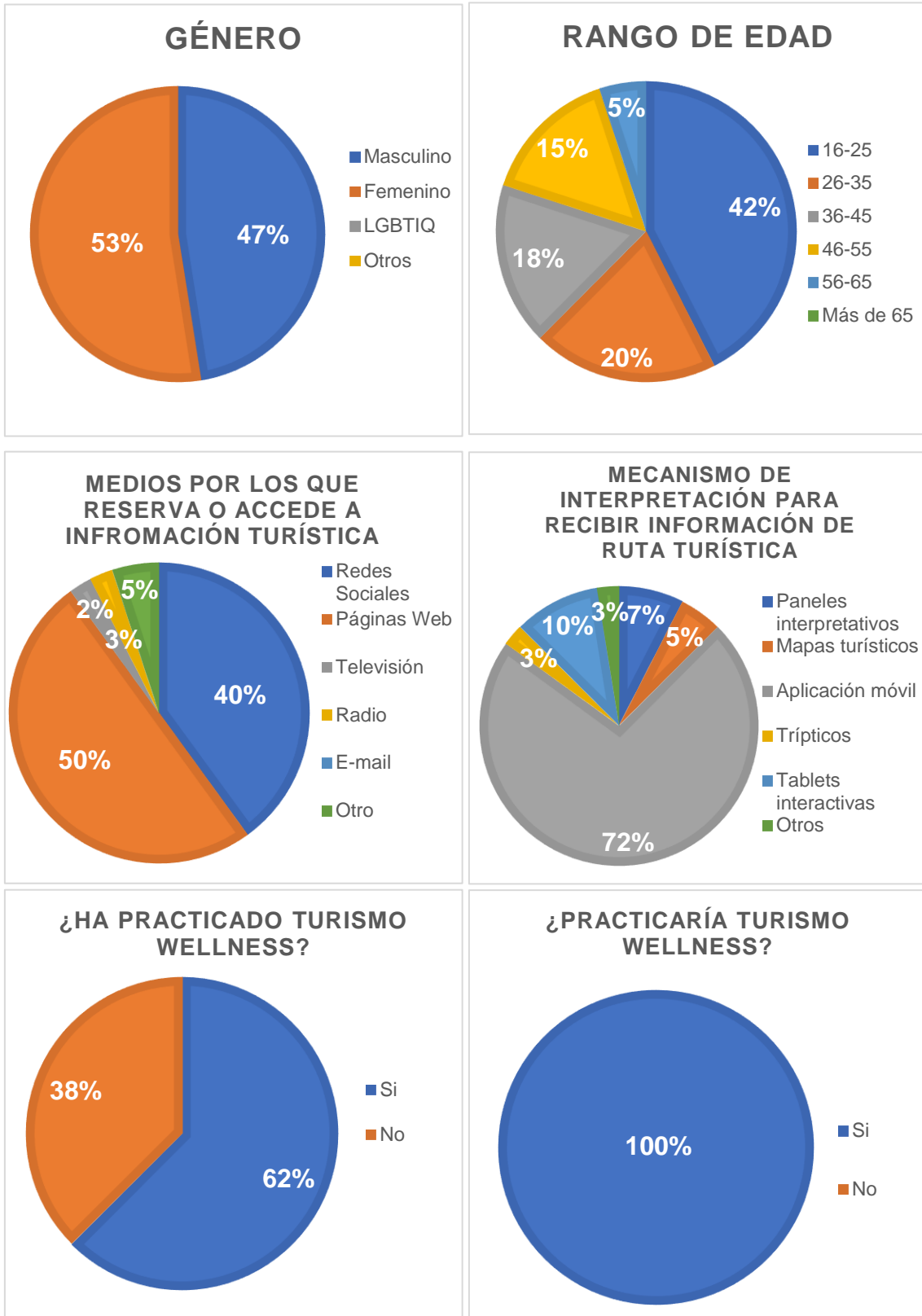
“Hay que hacer un benchmarking sobre que está haciendo la competencia localmente y en el extranjero. A partir de ahí evaluar los costos que el servicio significa y posicionarse en el espacio que tu segmento de mercado esté dispuesto a pagar”.

13- ¿Por qué medios de distribución se debería comercializar esta ruta turística?

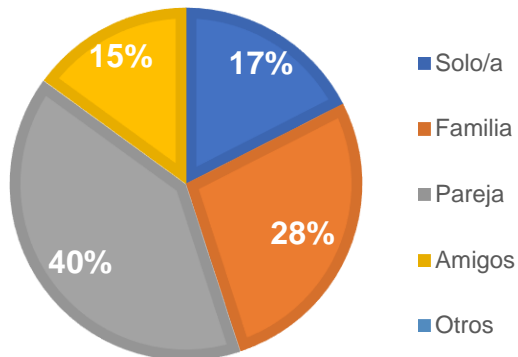
“Redes, canales oficiales del país y páginas oficiales, haciendo primero una campaña para el público local que también van a hacer una herramienta de difusión y conexión con lo que se propone”.

Anexo 3

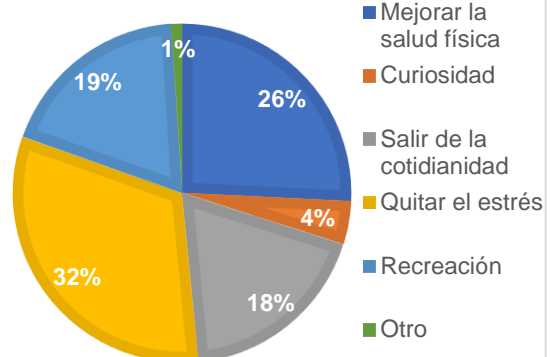
Anexo 3. Resultados de las encuestas virtuales para el estudio de mercado del proyecto.



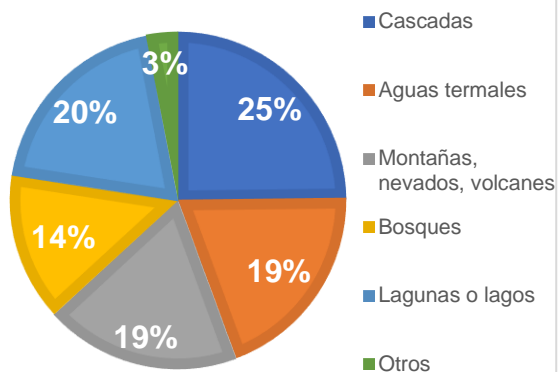
¿CON QUIÉN VIAJARÍA PARA REALIZAR TURISMO WELLNESS?



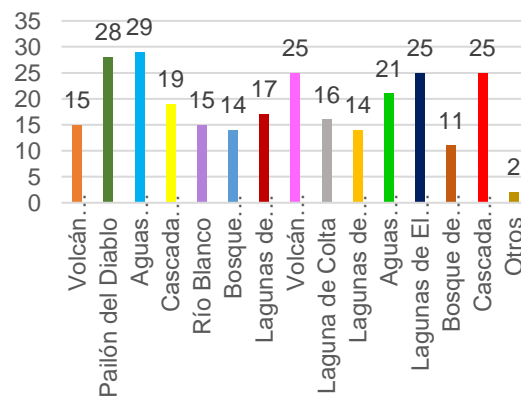
¿QUÉ LO MOTIVARÍA A REALIZAR ESTE TIPO DE TURISMO?



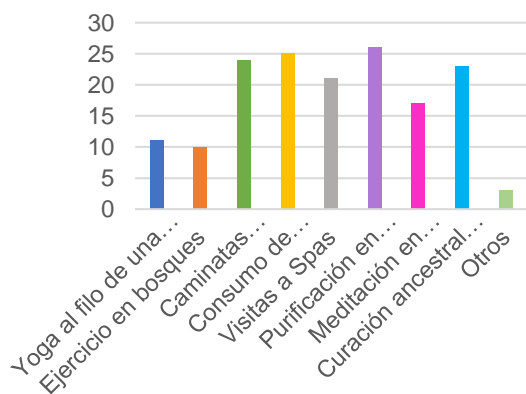
¿QUÉ LUGARES HA VISITADO CON MAYOR FRECUENCIA?



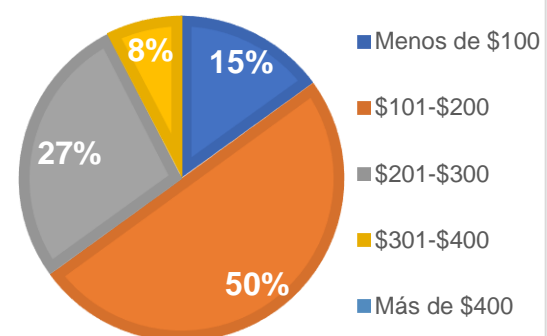
¿QUÉ ATRACTIVOS DE LAS PROVINCIAS TUNGURAHUA Y CHIMBORAZO VISITARÍA?



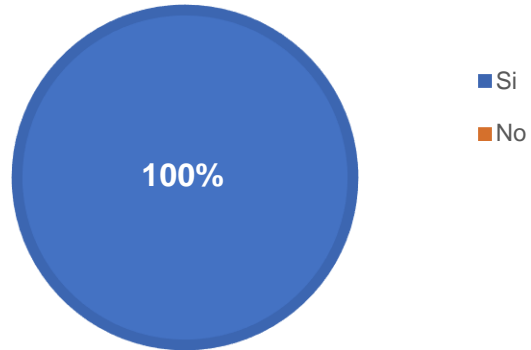
¿QUÉ ACTIVIDADES REALIZARÍA AL MOMENTO DE PRACTICAR TURISMO WELLNESS?



¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UNA EXPERIENCIA WELLNESS?



¿ESTARÍA DISPUESTO A RECORRER UNA RUTA TURÍSTICA DE TIPO WELLNESS EN LAS PROVINCIAS DE TUNGURAHUA Y CHIMBORAZO, ECUADOR?



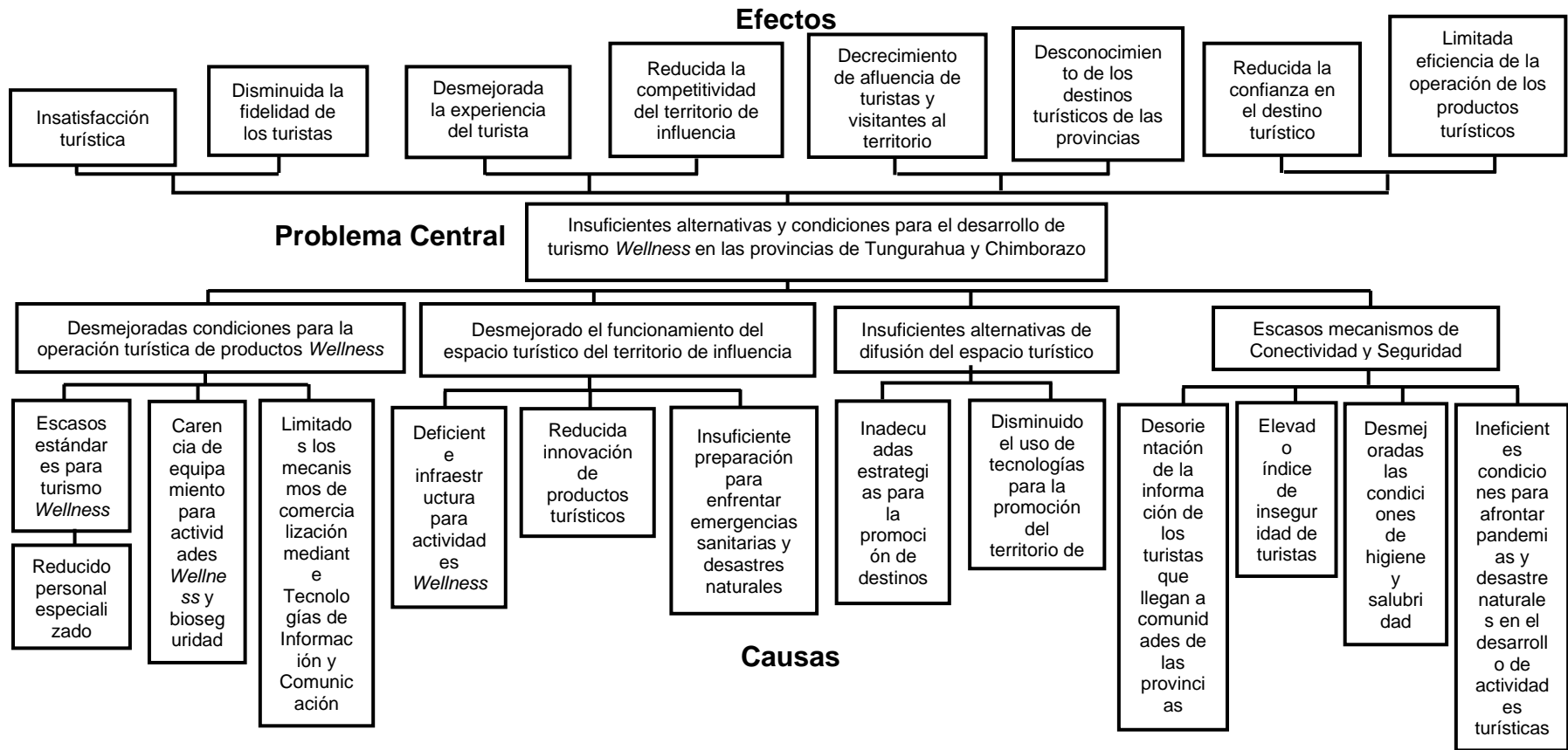
Nota: El estudio de mercado fue realizado entre el 5 de marzo y 4 de junio.

Anexo 4

Anexo 4. Árbol de problemas, objetivos y alternativas del proyecto.

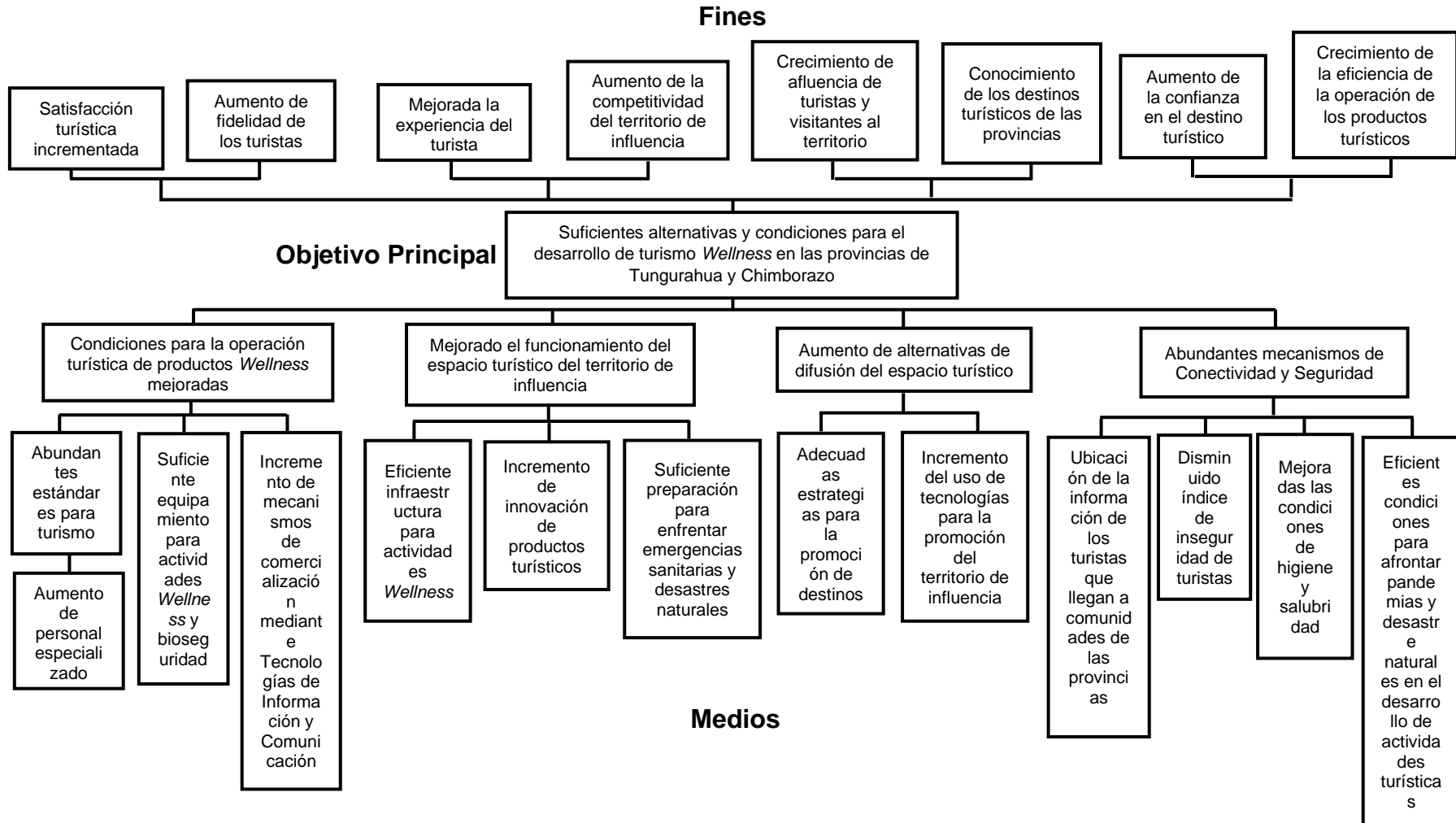
Anexo 4.1

Árbol de problemas.



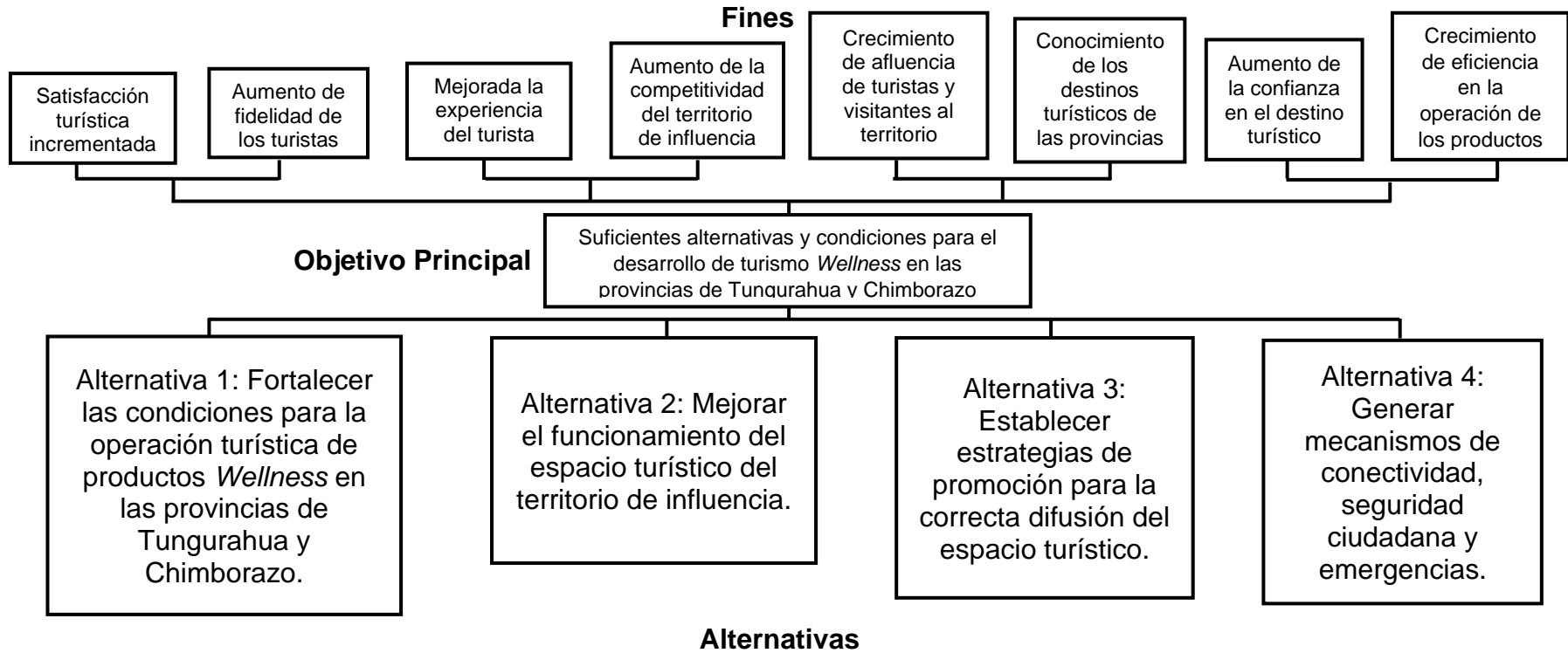
Anexo 4.2

Árbol de Objetivos



Anexo 4.3

Árbol de Alternativas



Anexo 5

Anexo 5. Análisis de costos fijos, costos variables, utilidad de la empresa, costos administrativos e impuestos del proyecto.

COSTOS / VALORES	6	PAX	9	PAX	12	PAX
	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
COSTOS VARIABLES	966	161	1449	161	1932	161
Servicio de alojamiento (incluye desayuno)	540	90	810	90	1080	90
Servicio de Spa	180	30	270	30	360	30
Box lunch	12	2	18	2	24	2
Servicio de alimentos y bebidas (almuerzo)	90	15	135	15	180	15
Servicio de alimentos y bebidas (cena)	90	15	135	15	180	15
Pago de Entradas (atractivos)	54	9	81	9	108	9
COSTOS FIJOS	1302	217	1308	145	1314	110
Servicio de transporte turístico (terrestre)	1050	175	1050	117	1050	88
Servicio de guianza turística (guía especializado en bienestar y guía local)	240	40	240	27	240	20
Pagos de misceláneos (recuerdos)	12	2	18	2	24	2
SUBTOTAL 1 ANTES DE IMPUESTOS Y UTILIDADES(costos fijos + costos variables)	2268	378	2757	306	3246	271
Utilidades de la empresa (15%) (de acuerdo a la política de cada empresa)	340	57	414	46	487	41
Costos administrativos de la empresa (10%) (de acuerdo a la política de cada empresa)	227	38	276	31	325	27
SUBTOTAL 2 ANTES DE IMPUESTOS (SUBTOTAL 1 + UTILIDAD + COSTOS ADMINISTRATIVOS)	2835	473	3446	383	4058	338
IMPUESTOS - IVA (SRI - 12%) (de acuerdo a la realidad tributaria de cada país)	340	57	414	46	487	41
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO PVP (SUBTOTAL 2 + IMPUESTOS IVA12% SRI)	3175	529	3860	429	4544	379

Nota: Los datos unitarios fueron obtenidos según la política interna de la empresa, la ley de régimen tributario y los estimados de precios que ofrecen actualmente los proveedores de servicios turísticos.

Anexo 6

Anexo 6. Análisis del punto de equilibrio del proyecto.

Paquete	Número de PAX	Total costos fijos (PVP – Cvu)	Punto de Equilibrio
1	6	$\frac{\$1302}{\$529,20 - \$161}$	4 PAX
2	9	$\frac{\$1308}{\$428,87 - \$161}$	5 PAX
3	12	$\frac{\$1314}{\$378,70 - \$161}$	6 PAX

Anexo 8

Anexo 8. Presupuesto del proyecto de desarrollo turístico.

Componentes/Actividades	Rubros	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Total por Componente	Valor Total de Presupuesto
C1. Fortalecer las condiciones para la operación turística de productos Wellness en las provincias de Tungurahua y Chimborazo.	Certificación <i>Wellness</i>	2	3700	7400	10915,97	27883,48
	Esterillas de meditación	105	10	1050		
	Kits de limpieza	3	21,99	65,97		
	Página Web y Aplicación Móvil	1	2400	2400		
C2. Mejorar el funcionamiento del espacio turístico del territorio de influencia.	Paneles interpretativos	3	1892,92	5678,76	8878,76	
	CRM experiencia del turista	1	2700	2700		
	Plan de contingencia	1	500	500		
C3. Establecer estrategias de promoción para la correcta difusión del espacio turístico.	Contratación de agencia de publicidad	1	4500	4500	4500	
C4. Generar mecanismos de conectividad, seguridad ciudadana y emergencias.	Señalética de teca	3	250	750	3588,75	
	Kits de bioseguridad	39	69,9	2726,1		
	Botiquines de primeros auxilios	5	22,53	112,65		

Nota: Información obtenida de proformas y entrevistas con proveedores de servicios.

