

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “El Potencial Turístico del Termalismo del Artesón y Aguas Hediondas y su Incidencia en el Desarrollo Turístico de la Parroquia Tufiño, Tulcán, Carchi”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciado en Turismo

AUTOR: Urgilés Moscoso Nixon Israel

TUTOR: Ing. Iturralde Vallejos Jaime A, MSc.

Tulcán 2024

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el estudiante Urgilés Moscoso Nixon Israel con el número de cédula 0401856570 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "El Potencial Turístico del Termalismo del Artesón y Aguas Hediondas y su Incidencia en el Desarrollo Turístico de la Parroquia Tufiño, Tulcán, Carchi".

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva

Ing. Iturralde Vallejos Jaime A, MSc.

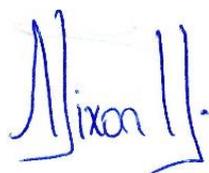
TUTOR

Tulcán, julio de 2024

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciado en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales.

Yo, Urgilés Moscoso Nixon Israel con cédula de identidad número 0401856570 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Urgilés Moscoso Nixon Israel

AUTOR

Tulcán, julio de 2024

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo Urgilés Moscoso Nixon Israel declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "El Potencial Turístico del Termalismo del Artesón y Aguas Hediondas y su Incidencia en el Desarrollo Turístico de la Parroquia Tufiño, Tulcán, Carchi" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Urgilés Moscoso Nixon Israel

AUTOR

Tulcán, julio de 2024

AGRADECIMIENTO

Estoy agradecido con la vida y con todos los hermosos regalos que me ha dado, le agradezco a mi familia, mi madre quien con su amor y su fortaleza me ha moldeado para el éxito, mi padre quien me ha apoyado inimaginablemente en todos los momentos, a mis hermanas quienes me inspiran cada día a ser mejor, mi tía quien me ha apoyado incontables veces en mi formación académica y personal. A todos y cada uno de mis familiares y amigos que de alguna forma me apoyaron. Y en especial a mis ángeles, quienes me animan desde el paraíso,

Le agradezco a mi tutor MSc. Jaime Iturralde, por haberme guiado motivado y apoyado durante los años que fue mi profesor. A todos y cada uno de los docentes, quienes me han brindado su conocimiento y apoyo durante estos largos años.

Urgilés Moscoso Nixon Israel

DEDICATORIA

Con amor a mi madre Mayra y mi padre Elio. mi fortaleza. Por creer en mí en cada paso del camino.

Urgilés Moscoso Nixon Israel

ÍNDICE

RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
I. EL PROBLEMA	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.4.3. Preguntas de Investigación	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	21
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.2. MARCO TEÓRICO	23
2.2.1. Turismo y desarrollo turístico.....	23
2.2.2. Diagnostico turístico	26
2.2.3. Potencial turístico	26
2.2.4. Termalismo	28
2.2.5. Parroquia Tufiño.....	29
III. METODOLOGÍA	31
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	31
3.1.1. Enfoque Cualitativo	31
3.1.2. Tipo de Investigación	31
3.2. IDEA A DEFENDER	32

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	32
3.3.1. Definición de las variables	32
3.3.2. Operacionalización de las variables	33
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	35
3.4.1. Métodos.....	35
3.4.2. Técnicas.....	35
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	36
3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	38
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
4.1. RESULTADOS	40
4.1.1. Resultados de la evaluación del potencial turístico mediante las fichas del Ministerio de Turismo	40
4.1.2. Resultados de la encuesta aplicada	44
4.1.3. Resultados de la entrevista realizada.....	60
4.1.4. Resultados de la ficha Las fichas de registro de datos.....	71
4.1.5. Matriz de comparación de los resultados	73
4.2. DISCUSIÓN.....	74
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	77
5.1 CONCLUSIONES	77
5.2 RECOMENDACIONES.....	78
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
VII. ANEXOS.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Preguntas de investigación derivadas de cada objetivo específico.....	20
Tabla 2. Operacionalización de las variables.....	33
Tabla 3. Técnicas e instrumentos a utilizarse en el estudio	35
Tabla 4. Rangos de potencial turístico según Ministerio de Turismo.....	40
Tabla 5. Evaluación del potencial turístico de El Artesón	41
Tabla 6. Evaluación del potencial turístico del complejo Aguas hediondas	42
Tabla 7. Importancia de las fuentes termales como atractivo turístico	60
Tabla 8. Calificación de la infraestructura turística en las fuentes termales.....	61
Tabla 9. Mejoras infraestructura turística de las termas en los últimos años.....	62
Tabla 10. Servicios o actividades adicionales en las fuentes termales.....	62
Tabla 11. Influencia del turismo en el desarrollo económico de la parroquia	63
Tabla 12. Aumento en el empleo local relacionado con el turismo termal	64
Tabla 13. Turismo termal contribuido a preservación y promoción patrimonio	64
Tabla 14. Turismo termal impulsado desarrollo otras actividades económicas	65
Tabla 15. Promoción turística de las fuentes termales.....	65
Tabla 16. Sugerencias para mejorar la promoción turística de las fuentes termales ..	66
Tabla 17. Desarrollo turístico ha sido sostenible y respetuoso con el ambiente	67
Tabla 18. Contribución identidad cultural a la parroquia	68
Tabla 19. Servicios turísticos ofrecidos en la parroquia	68
Tabla 20. Calidad de los servicios turísticos en la parroquia	69
Tabla 21. Importancia de establecimientos de alojamiento en la parroquia.....	69
Tabla 22. Estado de conservación de los atractivos turísticos	70
Tabla 23. Estudios sobre la identificación del perfil del turista	71
Tabla 24. Matriz comparativa de resultados.....	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol poblacional edad y género de los encuestados	44
Figura 2. Nacionalidad	45
Figura 3. Estado civil	46
Figura 4. Ocupación	47
Figura 5. Nivel educativo.....	48
Figura 6. Motivo del viaje.....	48
Figura 7. Frecuencia de viajes.....	49
Figura 8. Fuente de información	50
Figura 9. Presupuesto	51
Figura 10. Opciones de alojamiento	52
Figura 11. Tipo de alojamiento preferido	52
Figura 12. Calidad de la accesibilidad a las termas.....	53
Figura 13. Aspectos importantes para la calidad de los servicios	54
Figura 14. Servicios turísticos para complementar la visita a las termas	55
Figura 15. Satisfacción variedad servicios turísticos disponibles	56
Figura 16. Aspectos importancia de calidad de servicios turísticos	57
Figura 17. Medios digitales con información sobre las termas	57
Figura 18. Promoción para conocer las termas del Artesón y Aguas Hediondas	58
Figura 19. Actividades más efectivas para atraer más turistas a las termas.....	59
Figura 20. Aplicación Ficha MINTUR en termas 1	111
Figura 21. Aplicación Ficha MINTUR en termas 2.....	111
Figura 22. Aplicación de Ficha y entrevista GAD Carchi	112
Figura 23. Aplicación de Ficha y entrevista GAD Tulcán	112
Figura 24. Aplicación Instrumento a los Turistas 1	113
Figura 25. Aplicación Instrumento a los Turistas 2	113

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC	84
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.....	85
Anexo 3. Evaluación del Complejo Aguas Hediondas	87
Anexo 4. Evaluación del potencial turístico El Artesón	94
Anexo 5. Ficha de registro de datos sobre desarrollo turístico El Artesón	102
Anexo 6. Ficha de registro de datos sobre desarrollo turístico Aguas Hediondas	104
Anexo 7. Guía de entrevista aplicada	106
Anexo 8. Cuestionario de encuesta para turistas	108
Anexo 9. Fotografías y Evidencias de la utilización de los instrumentos.....	111

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo principal evaluar el potencial turístico de las aguas termales del Artesón y Aguas Hediondas y su impacto en el desarrollo turístico de la Parroquia Tufiño, ubicada en el cantón Tulcán, provincia del Carchi. La investigación se llevó a cabo mediante una metodología cualitativa, utilizando tanto fuentes bibliográficas como datos de campo recopilados a través de entrevistas semiestructuradas, una encuesta modelo a los visitantes y fichas de levantamiento de datos. Se identificaron los recursos turísticos mediante salidas de campo y representantes del sector, así como a través de estadísticas proporcionadas por el Ministerio de Turismo y otras entidades gubernamentales. Los resultados indican que, aunque el Artesón y el complejo Aguas Hediondas atraen a un determinado número de turistas debido a sus características naturales, su potencial se desaprovecha debido a una oferta turística limitada, accesibilidad deficiente y promoción inadecuada. Entre los servicios adicionales sugeridos por los turistas se incluyen spa, recorridos, deportes acuáticos, venta de recuerdos y espacios para actividades culturales y de entretenimiento. La implementación de estas mejoras podría elevar significativamente la afluencia turística y mejorar el desarrollo económico local. El estudio concluye que, para maximizar el potencial turístico de estas áreas termales, es crucial mejorar la infraestructura, diversificar la oferta de servicios y fortalecer las estrategias de promoción turística, sin embargo, es importante tomar en cuenta las alertas de riesgo recurrentes de erupción del complejo volcánico Chiles Cerro Negro. Además, se enfatiza la importancia de una gestión adecuada y sostenible de los recursos naturales para garantizar una experiencia turística de calidad y un impacto positivo en la comunidad.

Palabras claves: Potencial turístico, termalismo, desarrollo turístico, recursos naturales, Turismo sostenible, Desarrollo local.

ABSTRACT

The present study aims to evaluate the tourism potential of the Artesón and Aguas Hediondas thermal springs and their impact on the tourism development of the Tufiño Parish, located in the Tulcán canton, Carchi province. The research was conducted using a qualitative methodology, utilizing both bibliographic sources and field data collected through semi-structured interviews, a model survey of visitors, and data collection forms. Tourist resources were identified through field trips and representatives of the sector, as well as statistics provided by the Ministry of Tourism and other governmental entities. The results indicate that, although the Artesón and Aguas Hediondas complex attract a certain number of tourists due to their natural characteristics, their potential is underutilized due to limited tourist offerings, poor accessibility, and inadequate promotion. Additional services required by tourists include spas, tours, water sports, souvenir sales, and spaces for cultural and entertainment activities. The implementation of these improvements could significantly increase tourist influx and enhance local economic development. The study concludes that, to maximize the tourism potential of these thermal areas, it is crucial to improve infrastructure, diversify the range of services, and strengthen tourism promotion strategies. However, it is important to consider the recurring risk alerts of eruption from the Chiles-Cerro Negro volcanic complex. Additionally, the importance of proper and sustainable management of natural resources is emphasized to ensure a quality tourism experience and a positive impact on the community.

Keywords: Tourism potential, thermalism, tourism development, natural resources, sustainable tourism, local development. .

INTRODUCCIÓN

El turismo es una industria fundamental para el desarrollo económico y social en todo el mundo, incluido Ecuador. A pesar de que el turismo representa aproximadamente el 2% del PIB en Ecuador, se reconoce como una actividad con un gran potencial debido a la diversidad de recursos turísticos que ofrece el país, como playas, montañas, selvas, cultura y gastronomía. En particular, el termalismo ha ganado importancia como una alternativa turística interesante en varias áreas del país.

El termalismo se refiere al uso terapéutico de aguas minero-medicinales, gases termales y lodos, y abarca diferentes aspectos administrativos, turísticos, sanitarios, sociales y medicinales. La Parroquia Tufiño, ubicada en la provincia de Carchi, cuenta con recursos turísticos relacionados con el termalismo en los sitios de El Artesón y El Complejo Aguas Hediondas, donde se han identificado fuentes de aguas termales con propiedades terapéuticas y recreativas debido a su composición rica en minerales. Sin embargo, a pesar de estos recursos, se ha observado una baja afluencia de turistas y una falta de desarrollo turístico en la zona.

Una de las causas de este limitado desarrollo es la falta de inversión, que se refleja en la falta de servicios complementarios y en la mala accesibilidad que dificulta la llegada de turistas a estos lugares. Estos problemas generan una mala imagen para los turistas, quienes reciben información negativa y no se sienten motivados a visitar la zona, a pesar de los beneficios termales que ofrece. Por lo mismo, el problema abordado en esta investigación es el deficiente aprovechamiento del termalismo del Artesón y Aguas Hediondas en la Parroquia Tufiño como actividad turística, lo que ha provocado un limitado desarrollo del turismo durante el año 2023.

La justificación de este estudio radica en su relevancia social, ya que el turismo es una fuente importante de ingresos y empleo para la comunidad local, y su desarrollo puede contribuir a mejorar la calidad de vida de la población. Además, promover el turismo puede aumentar el conocimiento y la valoración de las termas como recursos naturales y culturales, lo que tendría un impacto positivo en su conservación. Por otro lado, el estudio puede ser de interés para empresarios turísticos, autoridades locales y organizaciones de la sociedad civil, e impulsar la creación de programas, proyectos y políticas públicas que fomenten el desarrollo del turismo local de manera sostenible.

También se ha considerado que la investigación es factible y conveniente debido a la presencia de recursos turísticos relacionados con el termalismo en la Parroquia Tufiño, así como a la existencia de una infraestructura básica de servicios, transporte y comunicaciones que permite el acceso a los sitios de estudio.

Los objetivos de esta investigación son diagnosticar el potencial turístico del termalismo del Artesón y Aguas Hediondas y su incidencia en el desarrollo turístico de la Parroquia Tufiño, para lo cual se requiere fundamentar teóricamente el estudio, recopilar información sobre las termas a través de una investigación de campo y caracterizar la relación entre el desarrollo turístico y el potencial turístico de las termas, analizando la información obtenida y la evolución del turismo en la parroquia Tufiño.

El documento está estructurado en los siguientes puntos:

En el capítulo I se desarrolla el problema de investigación a través de su planteamiento y formulación. También se presenta la justificación del estudio y se detallan los objetivos y las preguntas que guiaron la investigación.

En el capítulo II se presenta la fundamentación teórica a través de la cual se sustentará la investigación, misma que se compone de los antecedentes investigativos, del marco teórico, y del marco referencial. Este último contiene la información documental recopilada sobre la parroquia Tufiño.

En el capítulo III se desarrolla la metodología establecida para la investigación, a través del enfoque y tipo de investigación, la idea a defender, la definición y operacionalización de variables, los métodos y técnicas, y la validación de los instrumentos para el levantamiento de la información oportuna en las termas.

El capítulo IV presenta los resultados del estudio a través del análisis de las entrevistas, encuestas y las fichas de registro de los recursos turísticos y del Ministerio de Turismo. Este capítulo también contiene la discusión de resultados, la cual se realizó a través de la confrontación de la información obtenida y acorde a la metodología.

El capítulo V contiene las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación, que responden directamente a los objetivos específicos.

Por último, se presentan las referencias bibliográficas y los anexos del estudio.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es actualmente una de las industrias más importantes para el desarrollo económico y social de muchas regiones del mundo según la Organización Mundial del Turismo (2022), y en Ecuador no es la excepción. De acuerdo con Santamaría y López (2019) si bien en Ecuador el turismo representa el 2% aproximadamente del PIB, se trata de una de las actividades de mayor potencial y una de las mejores alternativas ante el ingreso petrolero debido a que el país cuenta con una gran diversidad de recursos turísticos, que van desde playas, montañas y selvas, hasta la cultura y gastronomía, entre muchas otras opciones. Esta variedad de opciones ha contribuido a posicionar al país como un destino turístico atractivo para visitantes nacionales e internacionales. Dentro de esta diversidad de alternativas, en los últimos años el termalismo ha ganado especial relevancia y se ha convertido en una alternativa turística interesante para muchas zonas del país.

El termalismo es, según Pineda y Falla (2017), "el conjunto de medios administrativos, turísticos, sanitarios, sociales y medicinales que son puestos en operación con el fin de efectuar un uso terapéutico de aguas minero-medicinales, gases termales y lodos" (p. 110). Por esto, el termalismo como tal no se limita al uso turístico, sino a toda clase de utilización de los recursos naturales y no naturales relacionados con las aguas termales. En cambio, por turismo termal se hace referencia a la actividad turística que aprovecha el termalismo, y asimismo, entra en la categoría de turismo de salud o de bienestar y normalmente tiene que ser llevado de mano con la sostenibilidad.

Ecuador, al ser un país por el que cruza la cadena de volcanes de los Andes, posee múltiples zonas termales que se han ido desarrollando como destinos turísticos de calidad que involucran desde servicios de spa y tratamientos cosméticos y medicinales, hasta entornos naturales y rústicos. Algunas de las zonas termales más destacadas de Ecuador incluyen Baños de Agua Santa, Papallacta y Chachimbiro; sin embargo, existen muchos otros destinos turísticos con un fuerte potencial como atractivo termal, que no se han aprovechado de manera eficiente.

La Parroquia Tufiño, situada en la provincia de Carchi, es una región que posee valiosos recursos turísticos relacionados con el termalismo, en medio de una gran cantidad de atractivos naturales acuáticos y termales presentes en la provincia. Dentro de la parroquia Tufiño, en Tulcán, los sitios de Artesón y Aguas Hediondas destacan por albergar fuentes de aguas termales provenientes de las vertientes del volcán Chiles, las cuales ofrecen beneficios terapéuticos y recreativos gracias a su composición rica en minerales. Sin embargo, a pesar de estas cualidades, se ha evidenciado una baja afluencia de turistas y un insuficiente desarrollo turístico en la zona.

Uno de los factores que contribuye a este deficiente desarrollo es la falta de inversión, la cual se hace patente en la escasez de servicios complementarios y en la falta de accesibilidad adecuada, lo que disminuye considerablemente el flujo de turistas hacia estas áreas. Estos problemas generan una mala imagen para el turista, quien recibe información negativa y no se siente motivado a visitar el lugar, a pesar de los beneficios termales que ofrece. A su vez, la falta de inversión se traduce en la ausencia de infraestructuras turísticas y servicios básicos en la zona termal de Tufiño. La limitada oferta de alojamiento, restaurantes y actividades recreativas dificulta que los visitantes prolonguen su estancia y aprovechen al máximo las bondades de las aguas termales. Asimismo, la falta de señalización y vías de acceso adecuadas complica la llegada de turistas, especialmente aquellos que no están familiarizados con la zona. Existe también una deficiente acción por parte de los gobernantes traducida en deficientes políticas públicas que promuevan el uso sostenible y adecuado de las termas.

Además de la falta de inversión, otro aspecto que afecta el desarrollo turístico de la Parroquia Tufiño es la insuficiente promoción y difusión de sus atractivos termales y la parroquia en sí. Es esencial llevar a cabo campañas de marketing y publicidad que resalten los beneficios terapéuticos y recreativos de las aguas termales, así como las bellezas naturales y culturales de la zona.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El problema abordado es el siguiente:

El deficiente aprovechamiento del termalismo del Artesón y Aguas Hediondas en la Parroquia Tufiño provoca el limitado desarrollo del turismo durante el 2023.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El estudio propuesto es de gran relevancia a nivel social, ya que el turismo desempeña un papel fundamental en la generación de ingresos y empleo para la comunidad local. El desarrollo turístico en la zona puede contribuir significativamente a mejorar la calidad de vida de la población al generar nuevas oportunidades de empleo y negocios. Además, al promover el turismo, se fomenta el conocimiento y la valoración de las termas del Artesón y Aguas Hediondas como recursos naturales y culturales, lo que puede tener un impacto positivo en su conservación a largo plazo.

El estudio también es de interés para otros actores sociales, como empresarios turísticos, autoridades locales y organizaciones de la sociedad civil. Los empresarios turísticos pueden beneficiarse al obtener información sobre el potencial turístico de la zona, lo que les permitirá diseñar estrategias, productos y servicios turísticos acorde a las necesidades de los visitantes. Por su parte, las autoridades locales pueden utilizar los resultados del estudio como base para la elaboración de programas, proyectos y políticas públicas que impulsen de manera sostenible el desarrollo turístico local. Las organizaciones de la sociedad civil también pueden aprovechar esta información para promover acciones que contribuyan al desarrollo turístico y al bienestar de la comunidad.

En cuanto a la originalidad del estudio, se destaca que aborda un tema poco explorado, el potencial turístico del termalismo en los sitios del Artesón y las Aguas Hediondas. Si bien existen investigaciones previas relacionadas con estos recursos, ninguna de ellas ha realizado un diagnóstico integral del potencial turístico de la zona. Los estudios anteriores se han centrado en propuestas específicas para impulsar el turismo en el área como en Chenás (2020) o García (2014), pero no han abordado una evaluación global de su potencial. Por lo tanto, este estudio propuesto llenará un vacío de conocimiento importante en este campo.

Como beneficiarios del proyecto se considera a la comunidad local, a organizaciones públicas y privadas y a los turistas. Para la comunidad impulsar el turismo puede traducirse en nuevas oportunidades de empleo y negocios, y una mejoría en la calidad de vida y la estabilidad económica. Para la empresa privada la información levantada proporcionará una perspectiva general del potencial turístico que podrá ser aprovechada para el diseño de estrategias, productos y servicios turísticos. Para las organizaciones públicas, en especial el gobierno local, la

información servirá como una línea base para la elaboración de programas, proyectos y políticas públicas para impulsar el desarrollo del turismo. Y para el turista todas estas acciones se reflejarán en un mejor servicio y experiencia.

En cuanto a la factibilidad y conveniencia del estudio, se destaca que la parroquia Tufiño cuenta con recursos turísticos significativos relacionados con el termalismo, lo que hace que el tema sea relevante y prometedor. Además, la existencia de una infraestructura básica de servicios, transporte y comunicaciones facilita el acceso a los sitios de estudio. En términos económicos, el estudio puede ser realizado con un costo razonable y en un plazo adecuado, lo que lo convierte en una iniciativa viable desde ese punto de vista.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Analizar el potencial turístico del termalismo del Artesón y Aguas Hediondas y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Tufiño, cantón Tulcán, provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el estudio de los recursos termales y las variables investigativas.
- Evaluar el potencial turístico de las termas del Artesón y Aguas Hediondas
- Establecer una relación entre el potencial turístico de las termas y el desarrollo turístico de la parroquia Tufiño.

1.4.3. Preguntas de Investigación

A partir de los objetivos propuestos se han extraído las preguntas de investigación como se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Preguntas de investigación derivadas de cada objetivo específico

Objetivos específicos	Preguntas de investigación
Fundamentar teóricamente el estudio de los recursos termales y las variables investigativas.	¿Qué es el turismo termal, potencial turístico y desarrollo turístico?
Evaluar el potencial turístico de las termas del Artesón y Aguas Hediondas	¿Cuál es el nivel y características del potencial turístico de las termas del Artesón y Aguas Hediondas?
Establecer una relación entre el potencial turístico de las termas y el desarrollo turístico de la parroquia Tufiño.	¿Cómo influye el potencial turístico del Artesón y las Aguas Hediondas en el desarrollo turístico de la Parroquia Tufiño?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la búsqueda de artículos e investigaciones sobre el potencial turístico de recursos termales, o respecto a las termas del Artesón y Aguas Hediondas, se encontraron los siguientes antecedentes:

Santamartín (2016), en su estudio titulado Análisis del potencial turístico de las aguas termales en la parroquia Guapán, cantón Azogues, sostiene que los recursos turísticos naturales no cuentan con la suficiente difusión, teniendo un alcance a nivel cantonal y en el caso de las aguas termales a nivel provincial, no obstante, tienen el potencial para desarrollar actividades turísticas, lo cual se pudo constatar al elaborar las fichas técnicas y al recolectar la información de campo. El objetivo del estudio fue analizar el potencial turístico del recurso aguas termales en la parroquia Guapán. Para ello, se analizó la oferta y demanda turística, los recursos naturales y culturales que tiene la parroquia y se estimaron las necesidades y deseos de los turistas que visitan este recurso. El principal resultado del estudio fue que la parroquia tiene afluencia de visitantes actuales y potenciales y que los recursos naturales y culturales cuentan con facilidades de acceso, pero no con los servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los visitantes

Leyme (2023) en su tesis titulada El termalismo y la experiencia turística en el cantón Baños, realizó un diagnóstico sobre las características del termalismo en las "Termas de la Virgen Antigua" a través de una investigación de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo, a través de encuestas a una población compuesta por 359 visitantes de este destino turístico. Además realizó la recopilación de información bibliográfica y de campo para identificar el origen, tipo de agua, composición, beneficios y recomendaciones del agua termal. Además, evidenció que el nivel de satisfacción de los turistas que visitan estas termas es bueno, lo que los motiva a recomendarlas y destacó la importancia de difundir información sobre los beneficios de las aguas termales y de garantizar la seguridad integral de los turistas para una experiencia satisfactoria.

Gambarota y Lorda (2018) en el artículo titulado "El termalismo: un recurso potencial de Bahía Blanca", plantean que los recursos naturales tienen un potencial implícito para ser atractivos turísticos, y en el caso de los recursos termales, poseen beneficios para la salud que incrementan este atractivo para el visitante. No obstante, la presencia y detección de estos recursos no garantiza la motivación turística. La condición de atractividad del recurso termal se construye con relación a dos dimensiones: por un lado, los intereses de los turistas y las formas en que se configuran sus gustos, deseos y necesidades, y por otro, el interés de los actores que en el lugar de destino definen de algún modo la atractividad turística. En estos puntos intervienen, según el autor, la diversidad de actividades, atractivos, recursos e infraestructura que complementan el destino turístico.

Jarrassé (2002) en su artículo La Importancia Del Termalismo En El Nacimiento Y Desarrollo Del Turismo En Europa En El Siglo XIX, sugiere que el termalismo como atractivo de bienestar y salud ha contribuido al turismo especialmente en la Europa del siglo XIX fomentando las bases para estandarización de las prácticas termales y su influencia en el desarrollo turístico. Para este autor el termalismo constituye una de las formas más antiguas de turismo, y como tal, una de las que se ha mantenido inmutable por mayor tiempo, no obstante, el turista demanda cambios coherentes con el desarrollo de la sociedad, que hagan más amena y satisfactoria su visita. De ahí que actualmente el termalismo se integra en la oferta de turismo medicinal, y se complementa con prácticas propias de un spa o servicios similares.

Chenás (2020) realizó un estudio titulado Gestión y aprovechamiento de las termas del complejo turístico Aguas Hediondas, parroquia de Tufiño, en el que evaluó las acciones llevadas a cabo para promover este atractivo turístico y el nivel de calidad del servicio. El estudio se desarrolló mediante un diseño descriptivo, de tipo documental y de campo. Se realizaron entrevistas, encuestas y se aplicaron fichas de observación para el levantamiento de la información. Se encuestó a 291 turistas que visitan el complejo Aguas Hediondas. Entre los resultados el autor ha identificado un alto flujo de turistas por las bondades naturales del complejo, aunque también considera que ha sido subutilizado por un aprovechamiento escaso de la oferta turística, una accesibilidad pobre y una promoción deficiente. Según los propios turistas, entre los elementos ausentes que se deberían implementar se encuentran servicios de spa, recorridos, deportes acuáticos, venta de recuerdos y espacios para cultura o entretenimiento.

García (2014) realizó la investigación titulada Generación de Turismo Sustentable en el Balneario Turístico Aguas Hediondas, mediante la Senderización Técnica, en la que se centró en el complejo Aguas Hediondas y en la necesidad de señalización y senderización para el aprovechamiento de su riqueza paisajista. El estudio se llevó a cabo a través de un diseño no experimental, de enfoque cualitativo, y mediante una investigación documental y de campo. Se utilizaron encuestas a 123 turistas y adicionalmente se levantó la información sobre los recursos naturales y turísticos mediante fichas de registro de datos. El autor ha considerado el senderismo como una actividad factible de ser implementada en el Balneario Turístico Aguas Hediondas que permite aprovechar la belleza de los atractivos naturales del sector y que complementa y potencia el destino turístico.

En general, los antecedentes investigativos analizan el potencial turístico de los recursos termales y su importancia en el desarrollo turístico en diferentes lugares y épocas. Todos destacan la necesidad de difusión de información y la garantía de seguridad para ofrecer una experiencia satisfactoria a los turistas. Además, se enfatiza en la importancia de la gestión adecuada de los recursos para promover su aprovechamiento turístico y su impacto en el desarrollo sustentable de la región. En resumen, estos estudios demuestran la relevancia de los recursos termales como atractivos turísticos y la necesidad de una gestión adecuada para su potencial aprovechamiento turístico y su impacto en el desarrollo de la región.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Turismo y desarrollo turístico

El turismo, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (2016), se define como un fenómeno que abarca aspectos sociales, culturales y económicos, relacionado con el ocio y los viajes de personas a destinos diferentes a su lugar de residencia habitual. Esta actividad, que se enmarca dentro del sector terciario, tiene un impacto significativo en la economía global al generar empleo tanto directo como indirecto, al tiempo que aprovecha los recursos naturales y culturales presentes en un determinado territorio.

De acuerdo con Camilleri (2018) el concepto de turismo está anclado al de visitante o turista. El autor sugiere que las personas se convierten en turistas cuando voluntariamente abandonan su entorno normal, donde residen, para visitar otro ambiente. Estas personas generalmente participarán en diferentes actividades, sin

importar qué tan cerca o lejos esté este destino. Por lo tanto, los turistas son visitantes, y lo que hacen mientras visitan otro lugar se puede considerar como turismo. El autor también menciona que en 1963, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Viajes y Turismo Internacional acordó utilizar el término "visitantes" (que no sean residentes) para describir a las personas que visitan otro país. Esta definición abarcaba dos clases de visitantes: los turistas se clasificaban como visitantes temporales que permanecían al menos 24 horas en un destino. Si viajaban por recreación, salud, deporte, vacaciones, estudios o fines religiosos, su visita podía ser categorizada como ocio. Alternativamente, los excursionistas, incluidos los viajeros de cruceros, podrían considerarse visitantes temporales si se quedaran en un destino menos de 24 horas.

Para Fletcher et al. (2018) el concepto de "entorno habitual" es clave para diferenciar a los visitantes de los viajeros y definir el turismo. Se refiere al área geográfica donde las personas llevan su vida diaria. El propósito es excluir a aquellos que se desplazan regularmente entre su lugar de residencia y trabajo, o que visitan lugares comunes en su rutina diaria. Para los visitantes internacionales, su lugar de residencia es más importante que su nacionalidad. Las segundas residencias son importantes en el turismo, pero no deben ser la residencia principal del visitante. Es fundamental distinguir entre turistas que pernoctan y visitantes de un día. Las visitas de un día se han vuelto más relevantes debido a la facilidad de transporte, y no se pueden ignorar al evaluar el turismo actual. De ahí que puedan distinguirse tres tipos de turismo:

- Turismo interno, que comprende las actividades de un visitante residente dentro del país de referencia, ya sea como parte de un viaje doméstico o como parte de un viaje al extranjero, y es la forma predominante (alrededor del 80%) de actividad turística.
- Turismo al extranjero, que consiste en las actividades de un visitante residente fuera del país de referencia, ya sea como parte de un viaje al extranjero o como parte de un viaje doméstico.
- Turismo receptivo, que abarca las actividades de un visitante no residente dentro de un país en un viaje de entrada.

A su vez, el turismo estaría impulsado por diversos factores de motivación, entre los que Camilleri (2018) sugiere:

- Motivaciones físicas: Refrescamiento físico del cuerpo y mente con fines de salud; participación en deportes; placer o diversión; emoción; romance; compras y entretenimiento, entre otros.
- Motivación Cultural: Curiosidad acerca de países extranjeros, personas y lugares; interés en el arte, música, folclore y arquitectura; interés en lugares históricos (ruinas, monumentos e iglesias); vivir experiencias específicas (por ejemplo, Juegos Olímpicos, etc.); entre otros.
- Motivación Personal: Visitar amigos y familiares; conocer nuevas personas y buscar amistades; buscar nuevas y diferentes experiencias en diferentes entornos; escapar del entorno social permanente propio (deseo de cambio); emoción personal de viajar; visitar lugares y personas por razones espirituales (incluyendo peregrinaciones); entre otros.
- Motivaciones de Prestigio y estatus: Perseguir aficiones; continuar la educación y el aprendizaje; buscar contactos empresariales y metas profesionales; conferencias y reuniones; realzar el ego y disfrutar de los sentidos; moda, mantenerse al día con otros, etc.

El concepto de desarrollo turístico se introdujo por primera vez en 1971 durante la Conferencia sobre el Medio Humano en Estocolmo, Suecia según Gonzales, Alvarado y Ríos (2021), y se entiende como el efecto del turismo en el crecimiento y sostenibilidad a largo plazo en términos ecológicos, económicos y equitativos, desde una perspectiva ética y social hacia las comunidades involucradas. El desarrollo turístico se concibe como una respuesta a las necesidades actuales de la industria del turismo, así como de las regiones receptoras, con el objetivo de proteger y fomentar oportunidades futuras.

En este sentido, el desarrollo turístico se presenta como una herramienta para mejorar la gestión de los recursos y satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, al mismo tiempo que respeta la integridad cultural y los procesos ecológicos vitales, la diversidad biológica y los sistemas fundamentales para la vida (Gonzales, Alvarado y Ríos, 2021). Es importante destacar que el desarrollo turístico busca garantizar una planificación a largo plazo que considere los impactos positivos y negativos del turismo en el entorno, además, se enfoca en equilibrar los beneficios económicos con la preservación del patrimonio natural y cultural, y en promover la

participación activa de las comunidades locales en el proceso de toma de decisiones.

Por tanto, el turismo se configura como un fenómeno complejo que influye en múltiples aspectos de la sociedad y la economía, mientras que el desarrollo turístico comprende un enfoque integral que busca lograr un equilibrio entre los beneficios económicos, sociales, culturales y la preservación de los recursos naturales para garantizar un turismo sostenible a largo plazo.

2.2.2. Diagnóstico turístico

León et al. (2022) sostiene que, por diagnóstico turístico, se comprende a la fase o etapa dentro de un proceso de planificación o proyecto, en el que tiene lugar la evaluación del estado de un destino o recurso turístico en un momento dado, y que contribuirá con los datos e información necesarios para guiar la toma de decisiones de carácter estratégico.

Para Ricaurte (2009) el diagnóstico turístico es “una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino” (p. 3). Mientras que Espín, Flores y Pinos (2018) lo consideran una herramienta clave para la planeación de destinos o productos turísticos que aprovecha múltiples metodologías de investigación y de análisis.

En general, el diagnóstico turístico es una herramienta fundamental para conocer la situación actual de un destino o recurso turístico y, a partir de ello, tomar decisiones estratégicas en materia de planificación turística. Como señalan los autores citados esta fase de evaluación puede aportar información valiosa para la definición de objetivos, metas y acciones concretas, además de facilitar la identificación de las mejoras o avances al comparar los resultados obtenidos antes y después de las acciones o proyectos. En definitiva, el diagnóstico turístico es una pieza clave para la gestión y planificación de destinos y productos turísticos, y su correcta aplicación puede contribuir significativamente al éxito y sostenibilidad de los mismos.

2.2.3. Potencial turístico

Por potencial turístico, según Aguilar y Aguilar (2015) se alude al resultado del análisis de la oferta, demanda, competencia, tendencias o intereses del mercado y las características intrínsecas del territorio para una actividad turística. El potencial

turístico de un territorio se basa en su capacidad para atraer turistas y satisfacer sus necesidades, por lo que es necesario dotar a los atractivos y destinos en general, con las instalaciones e infraestructuras necesarias para llevar a cabo actividades turísticas. Antes de emprender cualquier actividad económica relacionada con el turismo, es fundamental evaluar su situación actual mediante índices y factores clave para el desarrollo turístico, a partir de los componentes que conforman la potencialidad de un lugar determinado, estos son: los recursos, la accesibilidad y el equipamiento (Lazo, Bastidas, Aguilar, & Calle, 2017).

Por su parte Molina (2000) sugiere que existen seis elementos de los cuales depende la potencialidad turística de un determinado sector, los cuales son:

- 1) Los atractivos turísticos del territorio, ya sean naturales o culturales, los cuales deben despertar el interés del viajero debido a sus características tangibles e intangibles y su relevancia histórica.
- 2) La supraestructura, que incluye entidades públicas y privadas que representan a los proveedores de servicios, así como políticas que velan por sus intereses.
- 3) La infraestructura, que proporciona viabilidad y conexiones entre los diferentes sectores turísticos.
- 4) Los servicios disponibles en una ciudad, tanto aquellos directamente relacionados con el turista como los que complementan la experiencia turística de forma indirecta.
- 5) La demanda, compuesta por los turistas que visitan el sector.
- 6) La comunidad receptora, formada por los proveedores de servicios turísticos y los habitantes del área en cuestión.

Según Reza, Villarroel, Sánchez y Romero (2021) para determinar el potencial turístico que un territorio tiene, se requiere utilizar métodos y técnicas que ayuden a valorar los recursos, infraestructura y atractivos turísticos. Esta valoración implica la identificación y clasificación de los atractivos reales y potenciales, considerando cada uno de sus diversos elementos en función del grado de conservación, importancia y existencia de especies. De acuerdo con estos autores el potencial turístico está determinado por la forma en que la oferta de productos y servicios logra satisfacer la demanda y los intereses de los turistas.

Para Mikery y Pérez (2014) el potencial puede entenderse como un adjetivo que describe lo que puede existir en un territorio, y también se utiliza para referirse a la aptitud de uso de un área. La aptitud del territorio se define mediante un análisis de la vocación del espacio, que resulta de la interacción entre factores biofísicos (clima, topografía, suelo, drenaje) y condiciones socioeconómicas imperantes en el territorio, y que determinan el mejor uso que se puede dar a un espacio en particular. En otras palabras, permiten priorizar los usos en función de su viabilidad natural, social, económica y política. Al estudiar el potencial turístico, existen dos enfoques principales en su definición: uno "material" y otro "inmaterial". El enfoque "material" considera el potencial del turismo como la suma de recursos naturales y humanos, mientras que el enfoque "inmaterial" propone estudiar el potencial turístico como la suma de condiciones objetivas o subjetivas, es decir, las condiciones básicas para el desarrollo. Este último enfatiza el hecho de que el potencial turístico es preliminar y precede a la certeza, representando "lo máximo posible a lograr" y la capacidad de que se produzca.

2.2.4. Termalismo

Gorski (2017) afirma que el termalismo comprende diversos conceptos asociados a la utilización del agua mineral natural, sea o no termal, de mar o lago salado, y los recursos y elementos que la complementan como el clima, sedimentos y derivados. Por su parte Rodríguez (2006) lo considera como el uso de aguas minero-medicinales a través de una metodología sanitaria, carente de toxicidad, aplicada en establecimientos sanitarios denominados balnearios. No obstante, este tipo de recurso integra una finalidad de salud con otra recreativa.

Desde el ámbito turístico Rodas, Cote y Barón (2020) sugieren que encaja en el turismo de bienestar y que comprende la práctica terapéutica de aguas minerales y termales y de gases naturales y lodos o pelidos a través del baño, ingesta, vaporización o inhalación. Gorski (2017) sostiene que estas son:

- Aguas sulfurosas ricas en azufre: indicadas para reumatismos, artrosis, afecciones dérmicas y mucosas. Poseen una fuerte acción antialérgica, bactericida y antiséptica; estimulan la función hepática y las defensas; regulan la circulación y la secreción broncopulmonar y tienen una acción excitante de las glándulas gastrointestinales y de la bilis.

- Aguas cloruradas ricas en cloruro de sodio: cuando tienen una concentración de 1gr/l poseen propiedades antiinflamatorias y actúan sobre el sistema linfático estimulando la acción de las células y la fagocitosis. Además, aumentan la secreción y los movimientos intestinales.
- Aguas alcalinas ricas en Oxígeno y con un Ph elevado: actúan sobre factores metabólicos del organismo y sobre el aparato digestivo.
- Aguas ferruginosas ricas en hierro: indicadas, principalmente en estados carenciales y dolencias hepáticas ya que mejoran el valor globular y actúan sobre las glándulas endocrinas, órganos genitales y el aparato urinario. Además, excitan el sistema nervioso, la circulación capilar y las funciones del aparato digestivo.

2.2.5. Parroquia Tufiño

La parroquia de Tufiño se ubica en el cantón Tulcán y se caracteriza por estar en el límite fronterizo con Colombia. De acuerdo con Castro (2016) gracias a su ubicación geográfica, la parroquia ha logrado sobrevivir mediante la colaboración entre los dos pueblos y la apertura de rutas de acceso. Asimismo, la población local ha participado activamente en actividades comerciales y turísticas que actualmente tienen una alta demanda en toda la zona.

Fue creada el 6 de junio de 1935. Antes de ser una parroquia, se le conocía como Montañuela por la presencia de una planta local conocida como piñuela. En 1946, después de la firma del Tratado Muñoz Vernaza-Suárez que estableció los límites fronterizos entre Ecuador y Colombia, la parroquia fue renombrada en honor al cartógrafo Luis Gonzalo Tufiño, quien llevó a cabo los estudios de dichos límites (Go Raymi, 2018).

De acuerdo con datos del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Tufiño (2022) la zona presenta una altitud que varía entre 2.920 y 4.720 m.s.n.m., estando su cabecera parroquial ubicada a una altitud de 3.200 m.s.n.m. Por otro lado, el clima en la región es más agradable en el período de junio a diciembre, especialmente en las mañanas cuando la neblina se despeja de los picos, lo que permite a los turistas visitar lugares de interés como el Volcán Chiles y las Lagunas Verdes. La temperatura promedio de la zona se encuentra en el rango de 6 a 11 grados centígrados aproximadamente y la superficie del territorio es de 127 km².

Para el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Tufiño (2022) el turismo en la Parroquia tiene grandes expectativas de crecimiento, impulsado en gran parte por la construcción de un balneario de aguas sulfurosas que está a punto de finalizarse gracias al aporte del Municipio de Tulcán. También se encuentra el complejo de Aguas Hediondas, una fuente natural propiedad del Gobierno Provincial del Carchi, que es muy popular entre turistas ecuatorianos y colombianos. La Parroquia cuenta con varios recursos hídricos, como los ríos Bobo, Chico, Grande y Játiva, aunque estos se encuentran contaminados debido a la mala gestión de los agricultores, quienes arrojan residuos de pesticidas y fungicidas. A pesar de esto, algunos riachuelos son utilizados para la crianza de trucha, que es el plato típico de la zona. Además, la Parroquia cuenta con tres lagunas propias, como las Lagunas Verdes, la Laguna el Artesón y la Laguna Curva de Arco, así como la laguna de Potrerillos, que es compartida con la reserva ecológica de El Ángel, y que tienen el potencial de convertirse en atractivos turísticos a largo plazo. Es importante destacar que la escasez de agua para consumo humano en la zona es una preocupación debido a la desaparición de algunas fuentes de agua por parte de propietarios privados.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque Cualitativo

El enfoque seleccionado para este estudio es el cualitativo, lo cual implica utilizar un marco de investigación empírica que se centra en la obtención de información no cuantificable. A diferencia de los métodos cuantitativos que se basan en datos numéricos y estadísticas, la investigación cualitativa busca comprender y explorar las perspectivas, experiencias y puntos de vista de los participantes.

Según Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014) la investigación cualitativa se basa en la interacción entre individuos y colectivos, reconociendo la importancia de la subjetividad y el contexto en la comprensión de los fenómenos estudiados. Este enfoque permite capturar los datos a partir de las opiniones de los participantes, así como sus interpretaciones y significados atribuidos a las situaciones y eventos.

En este estudio se utilizará el enfoque cualitativo para obtener información sobre el punto de vista y la percepción de representantes del sector turístico y el Artesón y Aguas Hediondas, acerca de los problemas que afrontan estos atractivos turísticos y las posibles vías de acción, y respecto a la manera en que esto puede haber influido en el desarrollo turístico del territorio.

3.1.2. Tipo de Investigación

La investigación puede definirse como descriptiva, transversal y mixta.

3.1.2.1. Investigación Descriptiva

La investigación de alcance descriptivo busca describir o caracterizar un fenómeno o situación sin buscar establecer relaciones causales según Rebollo y Ábalos (2022). Este tipo de estudio se enfoca en recolectar y analizar datos descriptivos que permitan entender el objeto de estudio. En la presente investigación un estudio de alcance descriptivo podría ser útil para recopilar información sobre los turistas, las características del Artesón y Aguas Hediondas, las perspectivas sobre el desarrollo turístico de la parroquia, entre otros aspectos.

3.1.2.2. Investigación Transversal

Por otro lado, el estudio de corte transversal se refiere a la recolección de datos en un solo punto en el tiempo (Pereyra, 2020). En este tipo de investigación, los datos se recopilan una sola vez y se utilizan para hacer análisis sobre las características de la población en ese momento.

3.1.2.3. Investigación Mixta

Finalmente, la investigación mixta combina métodos bibliográficos y de campos en una misma investigación (Rebollo & Ábalos, 2022) y permite recopilar información detallada de documentos o fuentes secundarias que enriquezcan el análisis de los datos primarios. Para el presente estudio una investigación mixta podría ser útil para complementar la información recopilada mediante las entrevistas con una comprensión más detallada de la situación en general a partir de bases de datos estadísticos y otra información bibliográfica o documental.

3.2. IDEA A DEFENDER

El potencial turístico del termalismo del Artesón y las Aguas Hediondas contribuye al desarrollo turístico en la parroquia Tufiño.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1. Definición de las variables

3.3.1.1. Variable Independiente

Potencial Turístico

Características y recursos que posee una región o destino, los cuales tienen la capacidad de atraer visitantes y generar beneficios económicos y sociales a través de la actividad turística.

3.3.1.2. Variable Dependiente

Desarrollo Turístico

Es la cualidad que posee un atractivo para generación de una oferta turística con el objetivo de garantizar el desarrollo sostenible de las localidades aledañas.

Tal como se muestra en la tabla 2.

3.3.2. Operacionalización de las variables

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumento
V.I. Potencial turístico	Accesibilidad, conectividad	Vías de acceso	Observación	Fichas
		Servicio de transporte		
	Planta turística /servicios	Condiciones de accesibilidad	Entrevista	Cuestionario
		Señalización		
		Alojamiento	Encuesta	
		Alimentos y bebidas		
		Agencias de viaje		
		Guía		
	Facilidades en el entorno			
	Estado de conservación e integración	Complementarios a la actividad turística		
Estado del atractivo				
Estado del entorno				
Declaratoria del espacio turístico asociado al entorno				
Higiene y seguridad turística	Servicios básicos			
	Señalética			
	Salud			
	Seguridad			
	Servicio de comunicación			
	Multiamenazas			
Actividades que se practican en el atractivo	Atractivos naturales			
	Atractivos culturales			
Difusión del atractivo	Medios de promoción del atractivo			
	Inclusión del atractivo en una oferta establecida			

V.D. Desarrollo turístico	Registro de visitantes y afluencia	Frecuencia de visitantes según estadísticas Frecuencia de visitantes según informantes clave		
	Dimensión social y cultural	Impacto en la comunidad local Participación comunitaria Preservación del patrimonio	Observación Entrevista	Fichas Cuestionario
	Dimensión ambiental	Turismo accesible Sostenibilidad Impacto en el entorno	Encuesta	Cuestionario
	Dimensión económica	Ingresos generados por el turismo Cantidad de turistas a la parroquia Empleos generados por el turismo		

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos

Método Deductivo

A través del método deductivo se permite determinar las características de una realidad para realizar un diagnóstico en este caso particular del termalismo como influencia en el desarrollo turístico de la Parroquia Tufiño, se estudia las termas del Artesón y Aguas Hediondas para demostrar los resultados de los atributos de las características a ser estudiados.

Método inductivo

También se aplicará el método inductivo, pues en este se obtienen conclusiones generales a partir de casos o premisas particulares. En ese sentido, la información que pueda obtenerse a través de técnicas cualitativas como la encuesta, el análisis de contenidos de registros o documentos, entre otras fuentes.

3.4.2. Técnicas

Las técnicas a utilizarse en el estudio se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Técnicas e instrumentos a utilizarse en el estudio

Técnica	Instrumento	Fuente
Observación	Ficha de registro de datos sobre potencial turístico	Basada en el Manual de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (2018).
	Ficha Registro de datos	Elaboración propia
Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada	Elaboración propia
Encuesta	Cuestionario de encuesta	Elaboración propia

Para los informantes elegidos, en este caso las autoridades y líderes comunitarios, en la ficha de registro de datos y entrevistas, de acuerdo con Lane y Kastenholtz (2015), se indica que se debe considerar la opinión de las autoridades y líderes de la zona rural donde se está realizando el estudio con el fin de determinar el desarrollo turístico. Se debe advertir, sin embargo, que en este estudio no se han tomado en cuenta como informantes a los miembros de la comunidad ya que se han aplicado otros

métodos para lograr su participación de otro modo (Fichas de Jerarquización de MINTUR 2018) y se prevé dejar esta percepción para futuras investigaciones.

3.4.2.1. Ficha de Jerarquización de Atractivos Turísticos.

La Ficha de registro de datos sobre potencial turístico se utilizará para diagnosticar de manera técnica el potencial turístico, tomando en cuenta el Manual de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador de Lane B. y (2018) en el que se recopila información del atractivo turístico, en los siguientes aspectos: accesibilidad y conectividad, planta turística, estado de conservación e integración, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades que se practican, promoción y comercialización, registro de visitantes y afluencia, y recursos humanos.

Esta metodología arroja una puntuación sobre 100 puntos.

Los instrumentos se adjuntan como Anexos 3 y 4.

3.4.2.2. Ficha de Registro de datos sobre desarrollo turístico

La Ficha de Registro de datos sobre desarrollo turístico se utilizará para tomar datos sobre el desarrollo turístico y algunas características de cada atractivo termal.

Los instrumentos se adjuntan como Anexos 5 y 6.

3.4.2.3. Guía de entrevista semiestructurada

La guía de entrevista semiestructurada se utilizará para diagnosticar el potencial turístico desde la percepción de los representantes de la comunidad y obtener datos sobre el desarrollo turístico del sector.

SU aplicación se da teniendo en cuenta a (Lane B y Elisabeth Kastenholtz, 2015)

El instrumento se adjunta como Anexo 7.

3.4.2.4. Cuestionario de encuesta

La encuesta se utilizará para determinar la percepción de los turistas sobre el potencial turístico de las termas del Artesón y Aguas Hediondas. El instrumento se adjunta como anexo 8.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para cada uno de los tres instrumentos aplicados se llevó a cabo la siguiente preparación y ejecución:

- Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo

La preparación de la ficha de registro de datos sobre potencial turístico consistió, en primer lugar, en la búsqueda de los formatos correspondientes proporcionados por el Ministerio de Turismo. Estos formatos se encuentran en formato de Microsoft Excel, y poseen macros y fórmulas que, de acuerdo con las respuestas colocadas, proporcionan una evaluación automática del potencial turístico del recurso analizado.

- Mediante la visita directa a los recursos turísticos y a través de la conversación con personal del sector y de los propios recursos.
 - Mediante la búsqueda de información publicada en línea, en fuentes oficiales de las propias termas (sitios web, redes sociales) y en fuentes secundarias como el Ministerio de Turismo.
 - Mediante la búsqueda de información secundaria de carácter académico, sean otras tesis o artículos que se hayan llevado a cabo sobre estos recursos turísticos.
 - Con esta información se llenó las fichas de evaluación.
 - Los resultados se obtuvieron directamente de los formatos en Excel.
- Ficha de Registro de datos sobre desarrollo turístico

Teniendo la oportunidad en las salidas de campo de poder realizar una investigación y recolectar ciertos datos sobre el desarrollo turístico, se construyó un esquema para poder medir ciertas características del desarrollo turístico de la parroquia y registrar algunos datos de los atractivos termales del Artesón y el complejo Aguas Hediondas.

- Guía de entrevista semiestructurada

Para la entrevista semiestructurada, se consideró la operacionalización de variables realizada, y se observaron cuáles de las dimensiones de cada variable era compatible con la recopilación de información a través de entrevistas, considerando que ciertos datos son evidentes para el turista y otros solamente son visibles para un representante de las termas o de la comunidad.

Se indagó entre los representantes de la comunidad para establecer quienes serían informantes adecuados. Finalmente se aplicó la entrevista a la Licencianda Rosa

Lima, secretaria-Tesorerera del GAD Parroquial rural de Tufiño, y a la Ingeniera Amparo Chiles, Presidenta de la Comuna La Esperanza. Ambas entrevistas se grabaron, previa autorización verbal de las entrevistadas, y se transcribieron para su posterior análisis.

- Cuestionario de encuesta

Para la realización de la encuesta se recurrió a las dimensiones establecidas en la operacionalización. Se estructuraron los ítems de la encuesta como preguntas cerradas, de respuesta múltiple (1 sola respuesta entre varias opciones) y de selección múltiple (varias respuestas entre varias opciones).

La aplicación de la encuesta se la efectuó mediante cuestionarios físicos y digitales. Para acceder a la población de turistas se visitaron las paradas de buses y camionetas, siendo la zona un sitio de paso frecuente para los turistas que se dirigen hacia cualquiera de los dos recursos termales.

Los cuestionarios aplicados se tabularon posteriormente en Microsoft Excel, y se exportaron a SPSS, software estadístico en el que se realizaron los cálculos de frecuencias y porcentajes para cada ítem, y en el que construyeron las tablas y los gráficos estadísticos.

3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el levantamiento de las encuestas se consideró como población a los turistas que visitan las termas del Artesón y Aguas Hediondas. Sin embargo, debido a la ausencia de registros de cualquier tipo, se desconoce la cantidad de individuos que cumplen con estos criterios. Por tal motivo, la población se definió como infinita.

En ese sentido, se utilizó una fórmula de muestreo aleatorio probabilístico para poblaciones desconocidas:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

En esta fórmula z es el valor estándar asociado al nivel de confianza seleccionado. En este caso, el nivel de confianza es del 95%, al que corresponde un valor z de 1,96.

P y q representan las probabilidades de que la población cumpla con los criterios de inclusión para la muestra, se denomina como probabilidad de éxito (p) o fracaso (q). Para este caso se manejó un valor estándar de 50% para ambos factores.

Por último, ' e ' representa el error de muestreo asociado a la precisión buscada. Para este caso el error fue del 5%.

Al reemplazar los datos se tiene:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,960364}{0,0025} = 384,15$$

Por lo que la población calculada fue de 384 individuos. Sin embargo, se obtuvieron 403 respuestas, lo que modifica el error de muestreo de forma ligera. Para identificar el error de muestreo se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Error de muestreo} = Z \times \sqrt{\frac{\hat{p}(1 - \hat{p})}{n}}$$

Reemplazando se tiene:

$$\text{Error de muestreo} = 1,96 \times \sqrt{\frac{0,5(1 - 0,5)}{403}} = 0,0488$$

Por lo que el error de muestreo final fue de 4.

En cuanto a los informantes seleccionados para la aplicación de la encuesta, en este caso los turistas y visitantes, se ha tomado en cuenta los estudios de Gunn y Var (2002) donde se señala que se debe incluir la opinión de los turistas y visitantes que acuden a la zona de estudio, para la determinación del potencial turístico de los atractivos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Resultados de la evaluación del potencial turístico mediante las fichas del Ministerio de Turismo

En concordancia con el objetivo específico que propone 'Identificar el potencial turístico de las termas del Artesón y Aguas Hediondas a través de una investigación de campo mediante la aplicación de la Ficha de evaluación del potencial turístico del Ministerio de Turismo', se realizó la evaluación a través de la Ficha de evaluación. El detalle de cada evaluación se presenta en los anexos 3 y 4, y a continuación se presenta los resultados de esta evaluación.

Es de mencionar que esta evaluación es calculada de manera automática por el instrumento en Excel proporcionado por el Ministerio de Turismo, el cual evalúa cada uno de los criterios con la información ingresada. La calificación de cada criterio puede compararse con el valor ponderado para identificar que tanto se ha logrado en cada uno. El valor de la evaluación total se interpreta en función de lo siguientes rangos como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Rangos de potencial turístico según Ministerio de Turismo

Rangos	Jerarquía	Interpretación
86 - 100	IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos relevantes enfocados al mercado nacional e internacional
61 - 85	III	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
36 - 60	II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.
11-35	I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía
0-10	Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo

La evaluación de las Termas El Artesón obtuvo un valor total de 34,7 puntos sobre 100, como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5. Evaluación del potencial turístico de El Artesón

		Resultados de la evaluación técnica			
Criterios de valoración		Descripción	Ponderación	Resultado	
A	Accesibilidad y conectividad	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	9	
B	Planta turística / servicios	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5,7	
C	Estado de conservación e integración sitio / entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico- ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	8	
D	Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	5	
E	Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0	
F	Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3	
G	Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0	
H	Registro de visitantes y afluencia	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2	
I	Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2	
TOTAL			100	34,7	

El resultado total de 34,7 puntos sitúa a las Termas El Artesón en la categoría I. Esta categoría se describe como "Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía". Este resultado indica cierto grado de potencial turístico, pero con múltiples áreas de mejora necesarias, entre las que se mencionan la falta de políticas y regulaciones, junto con la carencia de difusión y promoción del sitio, como los puntos más críticos a abordar. Además, la infraestructura y los servicios ofrecidos deben mejorarse significativamente para atraer y retener a los visitantes. Por otro lado, la integración

del atractivo en planes territoriales y la formación de los trabajadores también son aspectos que deben trabajarse para elevar el nivel del atractivo turístico del Artesón. La evaluación de las Termas del complejo Aguas Hediondas obtuvo un valor total de 48,3 puntos sobre 100, como se muestra en la tabla 6.

Tabla 6. Evaluación del potencial turístico del complejo Aguas hediondas

		Resultados de la evaluación técnica			
	Criterios de valoración	Descripción	Ponderación	Resultado	
A	Accesibilidad y conectividad	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	14	
B	Planta turística / servicios	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,8	
C	Estado de conservación e integración sitio / entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12	
D	Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	7,5	
E	Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0	
F	Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3	
G	Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0	
H	Registro de visitantes y afluencia	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2	
I	Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2	
TOTAL			100	48,3	

La evaluación arrojó un resultado total de 48,3 puntos, por lo que se ubica en la categoría II. Las mayores fortalezas del complejo Aguas Hediondas radican en su accesibilidad, conectividad, y el estado de conservación e integración del sitio con su entorno, sin embargo, posee debilidades significativas en la falta de políticas y regulaciones. Además, la falta de difusión y el incumplimiento de las normativas necesarias son barreras significativas para el desarrollo turístico del complejo, a lo que

puede añadirse la limitada oferta de actividades y servicios, y la gestión deficiente en la higiene, seguridad, y en la formación del personal.

Al comparar ambos atractivos, se observa que el complejo Aguas Hediondas se ubica en la categoría II, lo que sugiere que posee rasgos llamativos y condiciones básicas para la generación de productos turísticos, mientras que Termas El Artesón se encuentra en la categoría I, indicando que presenta condiciones mínimas para generar productos turísticos.

El complejo Aguas Hediondas destaca por su superior accesibilidad y conectividad, con 14 puntos sobre 18, reflejando vías de acceso adecuadas, además de que posee facilidades para personas con discapacidad motriz y señalización. En comparación, El Artesón obtiene solo 9 puntos en este criterio, señalando la necesidad de mejoras significativas y la ausencia de las características observadas en el complejo Aguas Hediondas. En cuanto a la planta turística y los servicios, Las Aguas Hediondas supera nuevamente a El Artesón con 7,8 puntos sobre 18 frente a los 5,7 puntos del segundo, aunque ambos necesitan desarrollo adicional para satisfacer plenamente a los visitantes.

El estado de conservación e integración con el entorno del complejo Aguas Hediondas es notablemente mejor, con 12 puntos sobre 14, en comparación con los 8 puntos de El Artesón, lo que sugiere una mejor preservación de las termas y una integración más adecuada con el entorno. Sin embargo, en términos de higiene y seguridad turística, aunque ambos atractivos requieren mejoras.

Además, un área donde ambos atractivos muestran debilidades es en las políticas y regulaciones, donde obtienen una puntuación de 0 sobre 10, reflejando una ausencia de integración en la planificación territorial turística y el incumplimiento de regulaciones necesarias. La oferta de actividades también es limitada en ambos sitios, con una puntuación de 3 sobre 9, lo que indica una falta de actividades que agreguen valor significativo a la experiencia del visitante. Asimismo, ninguno de los dos atractivos cuenta con una adecuada difusión, obteniendo ambos 0 puntos sobre 7, lo que limita su visibilidad y reconocimiento.

El registro de visitantes y la afluencia son gestionados de manera insuficiente en ambos complejos, con 2 puntos sobre 5, lo que dificulta la planificación y el desarrollo estratégico del turismo. Además, el nivel de instrucción académica del personal es

bajo en ambos sitios, también con 2 puntos sobre 5, afectando la calidad del servicio y la experiencia turística ofrecida.

Por lo cual, si bien las Aguas Hediondas presenta un mayor potencial turístico en comparación con El Artesón, ambos atractivos requieren mejorar la infraestructura, implementar políticas y regulaciones adecuadas, desarrollar actividades adicionales, aumentar la difusión y promoción, y capacitar al personal para mejorar la calidad del servicio y atraer a un mayor número de visitantes.

4.1.2. Resultados de la encuesta aplicada

Los resultados se muestran en la figura 1 hasta la figura 19 y sus análisis a continuación.

4.1.2.1. Datos generales

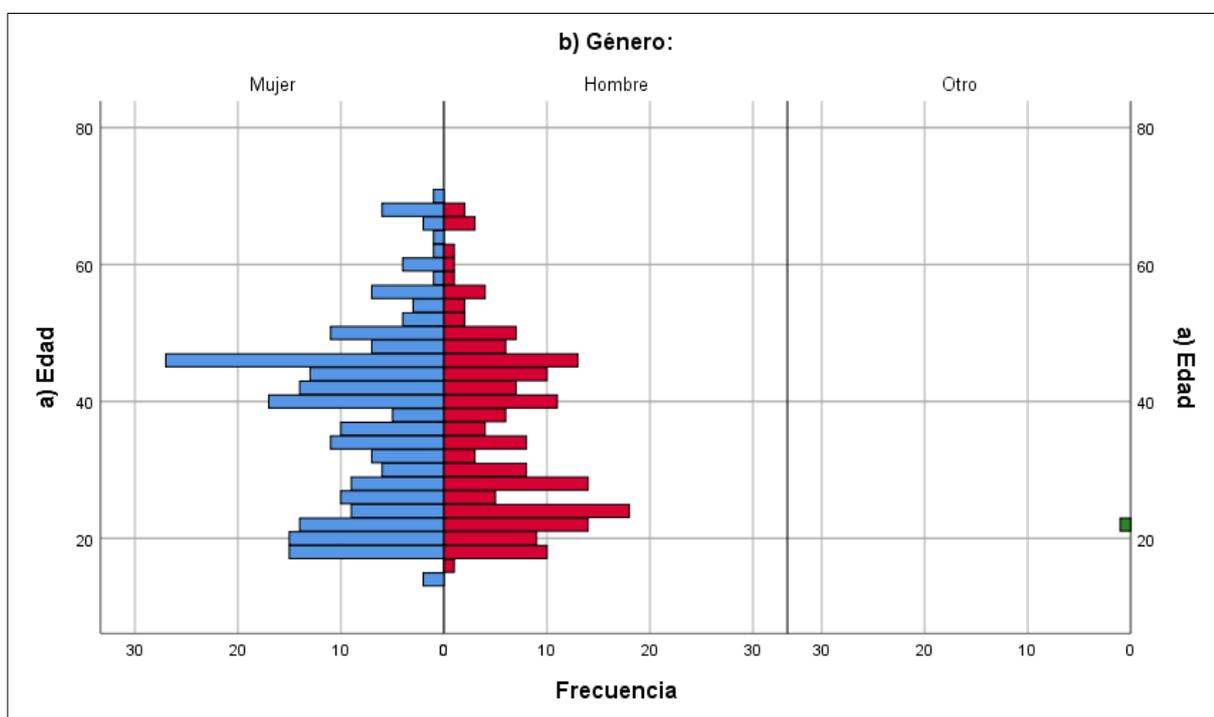


Figura 1. Árbol poblacional edad y género de los encuestados

En términos generales, se observa que la mayoría de los participantes son mujeres, representando el 57.6% del total de encuestados, mientras que los hombres constituyen el 42.1%. Es interesante destacar que se registra solo un caso catalogado como "Otro" en cuanto al género.

Al examinar la distribución por rangos de edad, emerge un panorama heterogéneo. El grupo más numeroso se encuentra en el rango de edad de 41 a 45 años, con un total de 79 encuestados. Dentro de este grupo, las mujeres representan el 21.1% y los

hombres el 17.6%. Por otro lado, el grupo de 21 a 25 años también es significativo, con 65 encuestados, donde la proporción de hombres (20.6%) es notablemente mayor que la de mujeres (12.5%).

Resulta relevante observar que los encuestados menores de 20 años conforman el grupo más pequeño, con un total de 52 participantes. En este segmento, la proporción de mujeres (13.8%) es ligeramente superior a la de hombres (11.8%). Estas disparidades en la distribución de género según la edad sugieren la existencia de distintos patrones de participación en función de las cohortes de edad.

Asimismo, la presencia de una sola respuesta categorizada como "Otro" subraya la importancia de reconocer la diversidad de identidades de género y la necesidad de promover prácticas inclusivas en el desarrollo turístico.

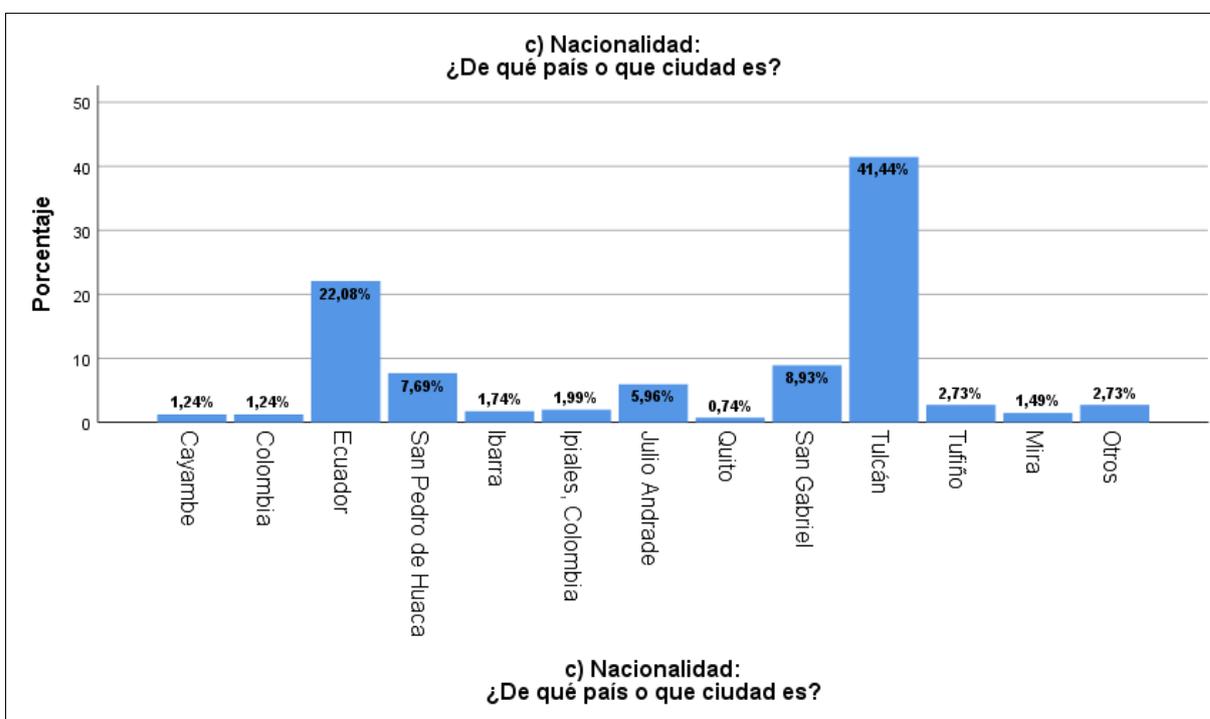


Figura 2. Nacionalidad

En primer lugar, es notable que la mayoría abrumadora de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana, representando el 22.1% del total de la muestra. Esto sugiere que la población local constituye una parte significativa de los visitantes y residentes que participaron en la encuesta, lo cual es fundamental para comprender el impacto del turismo termal en la comunidad.

Además, se observa una presencia considerable de personas provenientes de diferentes localidades dentro de Ecuador, como San Pedro de Huaca, Julio Andrade, San Gabriel, Tulcán, Tufiño y Mira. Estos datos resaltan la importancia del turismo local y regional en la promoción del desarrollo turístico sostenible en la Parroquia Tufiño y sus alrededores.

A nivel internacional, se registra una representación significativa de visitantes colombianos, con un 1.2% proveniente de la ciudad de Ipiales y otro 1.2% de Colombia en general. Esto sugiere la relevancia del turismo transfronterizo en la zona, lo cual puede tener implicaciones importantes para la promoción del turismo y la cooperación regional.

En cuanto a otras nacionalidades, se observa una pequeña pero significativa presencia de personas de otras ciudades y países, así como respuestas clasificadas bajo la categoría de "Otros".

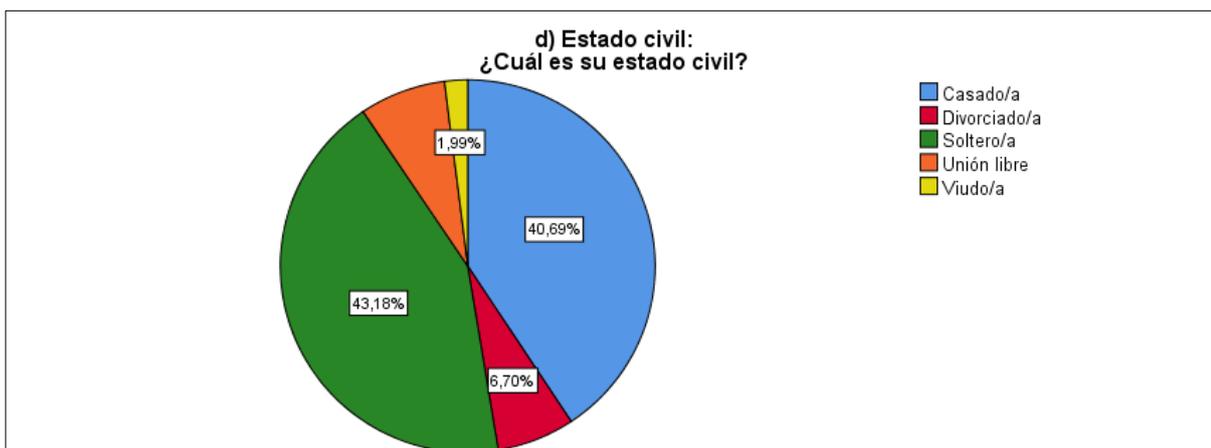


Figura 3. Estado civil

La mayoría de los encuestados se encuentran en la categoría de "Soltero/a", representando el 43.2% del total de la muestra lo que sugiere que los individuos solteros son una parte significativa de la población que participó en la encuesta, lo cual puede tener implicaciones en la planificación de actividades y servicios turísticos dirigidos a este grupo demográfico.

Asimismo, se registra una proporción considerable de encuestados casados, con un 40.7% del total. La categoría de "Unión libre" representa el 7.4% de los encuestados, lo cual indica la presencia de parejas que pueden tener distintas dinámicas familiares y necesidades turísticas específicas. Por otro lado, se observa una menor representación de encuestados en las categorías de "Divorciado/a" (6.7%) y

"Viudo/a" (2.0%), lo cual refleja una parte más reducida de la muestra pero que aun así es importante considerar en el diseño de políticas y servicios turísticos inclusivos.

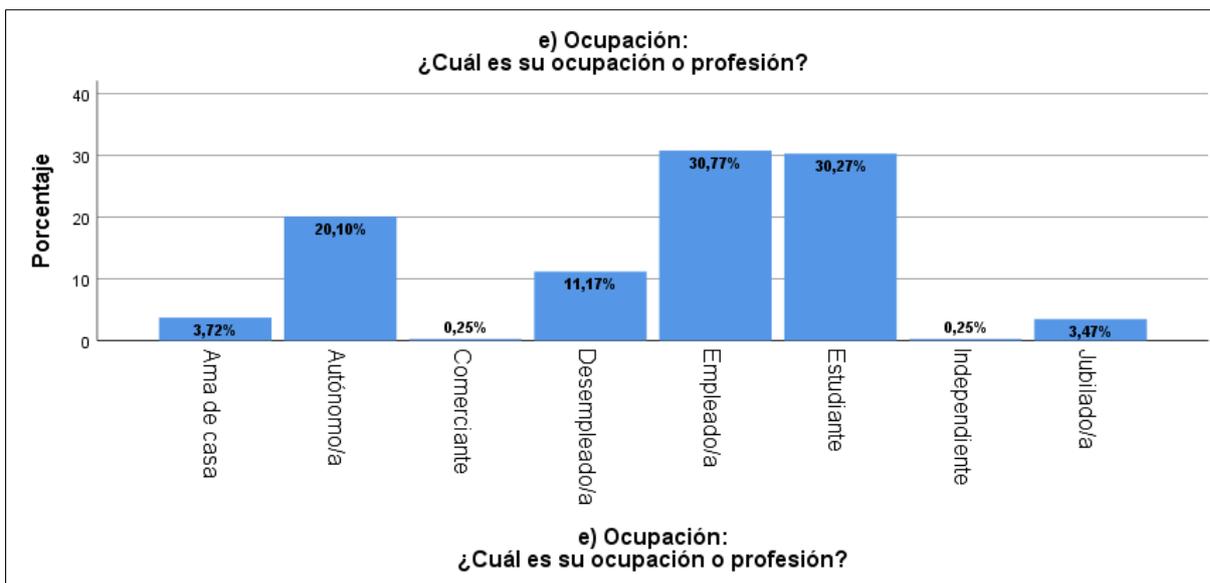


Figura 4. Ocupación

Se observa que la mayoría de los encuestados se identifica como empleado/a, representando el 30.8% del total. Este grupo constituye una parte significativa de la población encuestada y sugiere la presencia de trabajadores con empleo remunerado que pueden estar explorando el turismo termal como parte de sus actividades recreativas. Además, destaca la presencia de estudiantes, abarcando el 30.3% del total, lo que muestra la importancia del sector estudiantil como segmento demográfico activo en la participación en actividades turísticas y en la generación de demanda de servicios y productos turísticos.

En términos de otras ocupaciones, se registran números menores pero significativos en categorías como autónomo/a (20.1%), desempleado/a (11.2%), y ama de casa (3.7%), lo que refleja la diversidad de situaciones laborales y económicas de los participantes en el estudio, lo cual puede influir en sus patrones de consumo y preferencias turísticas. Se observa también la presencia de algunos encuestados jubilados/as, constituyendo el 3.5% del total.

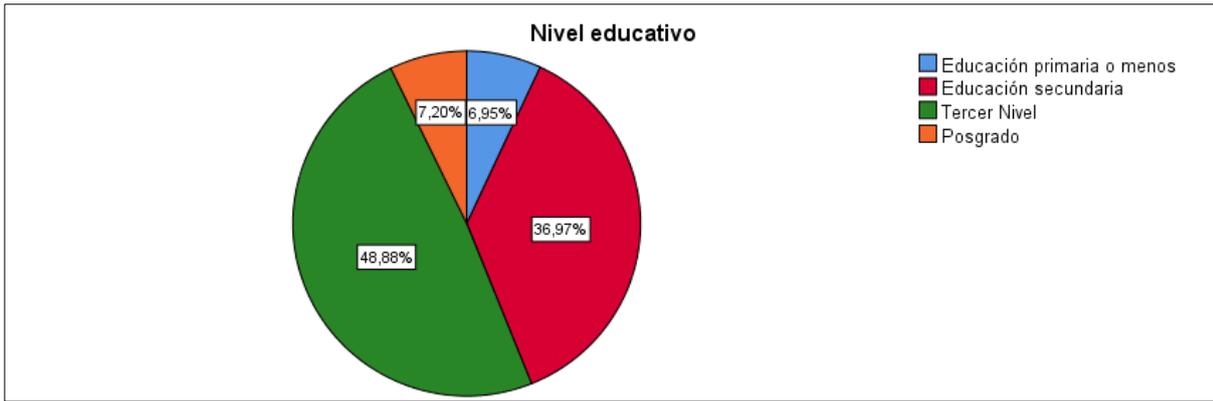


Figura 5. Nivel educativo

Se observa que la mayoría de los encuestados han alcanzado el nivel de educación terciaria, representando el 48.9% del total, grupo que incluye a individuos que han completado estudios universitarios o técnicos superiores, lo que sugiere un nivel significativo de educación y capacitación formal entre los participantes. Además, se tiene la presencia de participantes con educación secundaria, abarcando el 37.0% del total y un grupo más reducido de participantes con educación primaria o menos, constituyendo el 6.9% del total. Esto indica que un porcentaje significativo de los encuestados ha completado al menos la educación secundaria obligatoria, lo que puede influir en su capacidad para acceder y comprender información relacionada con el turismo y la sostenibilidad.

Asimismo, se observa la presencia de individuos con estudios de posgrado, representando el 7.2% del total. Este grupo demográfico puede incluir a personas con especializaciones, maestrías o doctorados, lo que sugiere un nivel más alto de especialización y experiencia académica entre los participantes.

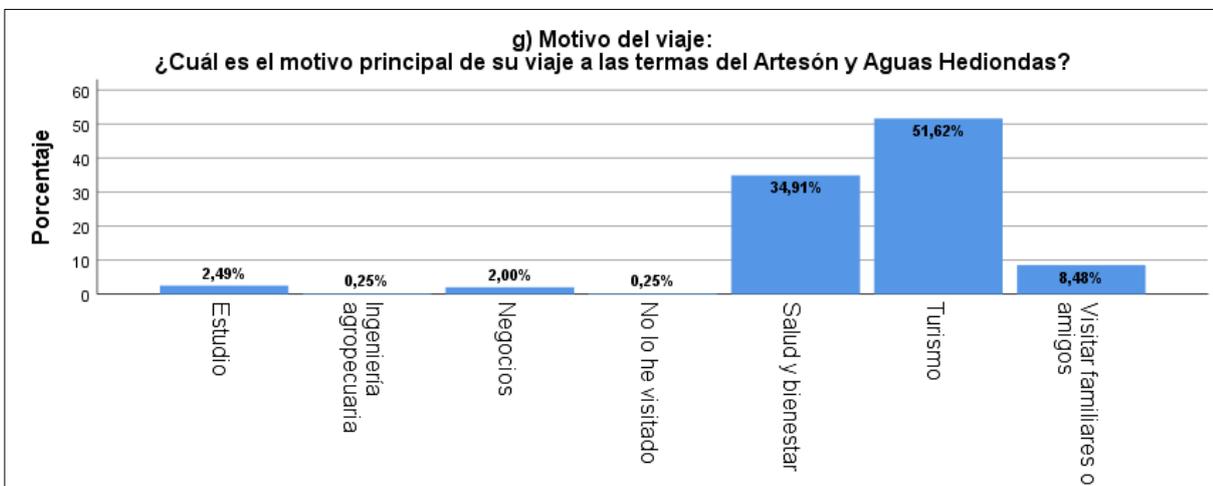


Figura 6. Motivo del viaje

La mayoría de los encuestados señalan el turismo como el motivo principal de su visita, representando el 51.4% del total, lo que sugiere que una proporción significativa de los participantes ha elegido visitar las termas del Artesón y Aguas Hediondas como destino turístico, lo que puede estar relacionado con la atracción de sus propiedades terapéuticas y paisajísticas.

Un porcentaje considerable de encuestados indica la salud y el bienestar como motivo de su viaje, abarcando el 34.7% del total, de modo que las termas son percibidas como un lugar para mejorar la salud y disfrutar de actividades relacionadas con el bienestar personal.

Asimismo, se observa que visitar familiares o amigos es otro motivo importante, representando el 8.4% del total, lo que indica la presencia de una red social establecida en la zona de las termas, lo que puede influir en la elección de destino de los visitantes. Además, se registran algunos casos donde el motivo del viaje está relacionado con estudios, negocios o ingeniería agropecuaria, aunque estos representan porcentajes menores en comparación con el turismo, la salud y el bienestar, y visitar familiares o amigos.

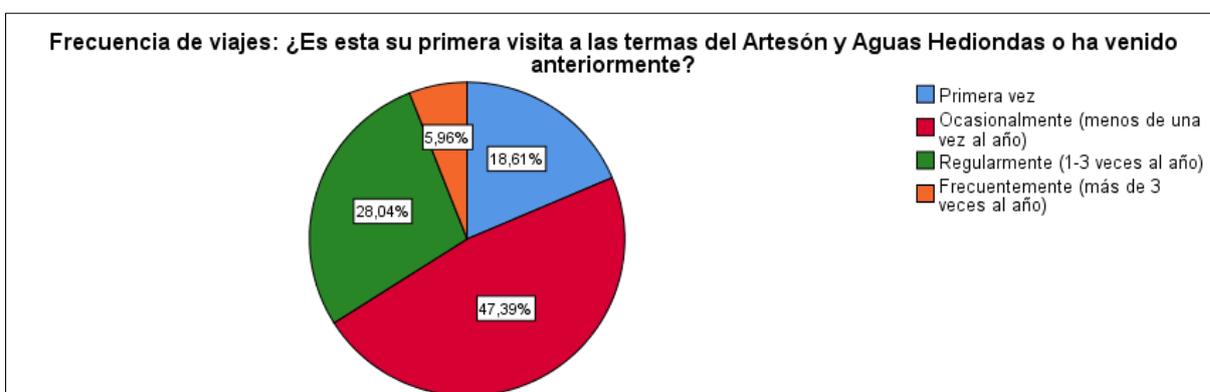


Figura 7. Frecuencia de viajes

Un porcentaje significativo de los encuestados, el 47.4%, indica que visita las termas ocasionalmente, es decir, menos de una vez al año, de forma que una parte considerable de los visitantes acude al lugar de manera esporádica, posiblemente como una actividad de ocio ocasional o para disfrutar de sus propiedades terapéuticas en momentos específicos. Asimismo, el 28.0% de los encuestados afirma visitar las termas regularmente, entre 1 y 3 veces al año, lo que sugiere un compromiso más sólido con el destino y posiblemente una percepción positiva de sus beneficios, lo que motiva a los visitantes a regresar con cierta regularidad.

Un porcentaje menor, el 6.0%, indica visitar las termas con una frecuencia más alta, más de 3 veces al año. Estos visitantes frecuentes pueden ser aquellos que valoran especialmente las propiedades terapéuticas de las termas o que tienen una conexión emocional o familiar con el lugar que los motiva a visitarlo con más frecuencia. Por otro lado, un grupo del 18.6% señala que esta es su primera visita a las termas del Artesón y Aguas Hediondas lo que indicaría que el destino sigue atrayendo a nuevos visitantes y podría ser el resultado de esfuerzos de promoción turística o de la popularidad del lugar como destino de bienestar y turismo.

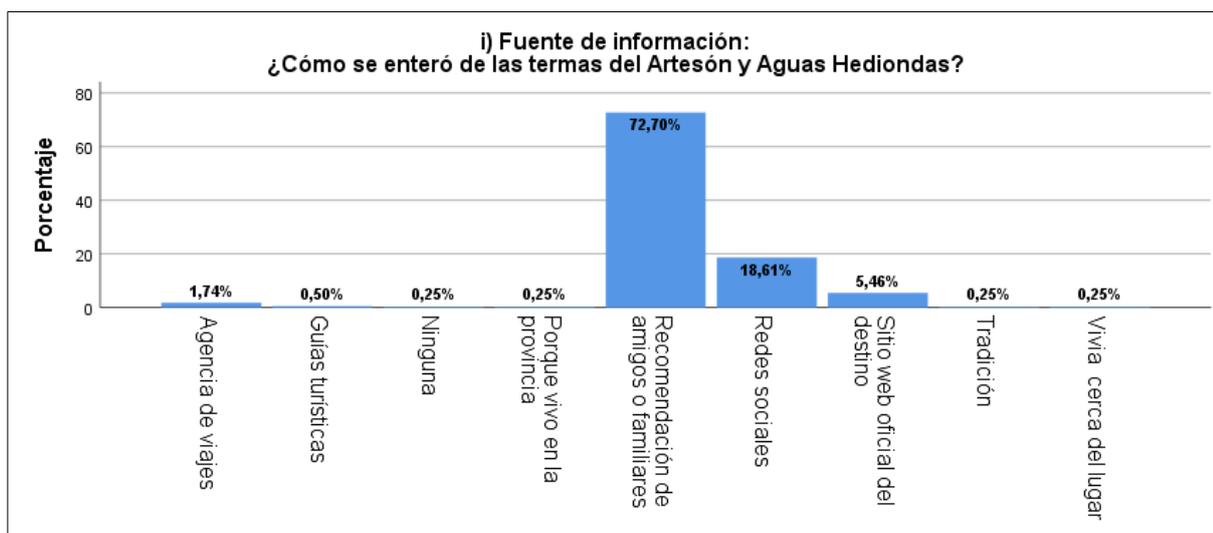


Figura 8. Fuente de información

La mayoría de los encuestados, representando el 72.7%, indica que se enteró de las termas a través de recomendaciones de amigos o familiares lo que resalta el poder de la recomendación personal y la influencia de las redes sociales en la toma de decisiones de viaje, sugiriendo que las experiencias compartidas por personas cercanas tienen un impacto significativo en la elección de destinos turísticos.

Además, un porcentaje del 18.6%, menciona las redes sociales como la fuente de información sobre las termas, lo que sugiere el creciente papel de las plataformas digitales en la difusión de información turística y la influencia en las decisiones de viaje, especialmente entre las generaciones más jóvenes y los usuarios activos en línea.

Otras fuentes de información incluyen el sitio web oficial del destino, mencionado por el 5.5% de los encuestados, y agencias de viajes, guías turísticas, tradición, vivir cerca del lugar o ninguna fuente específica, cada una de las cuales representa una proporción mucho menor de los encuestados.

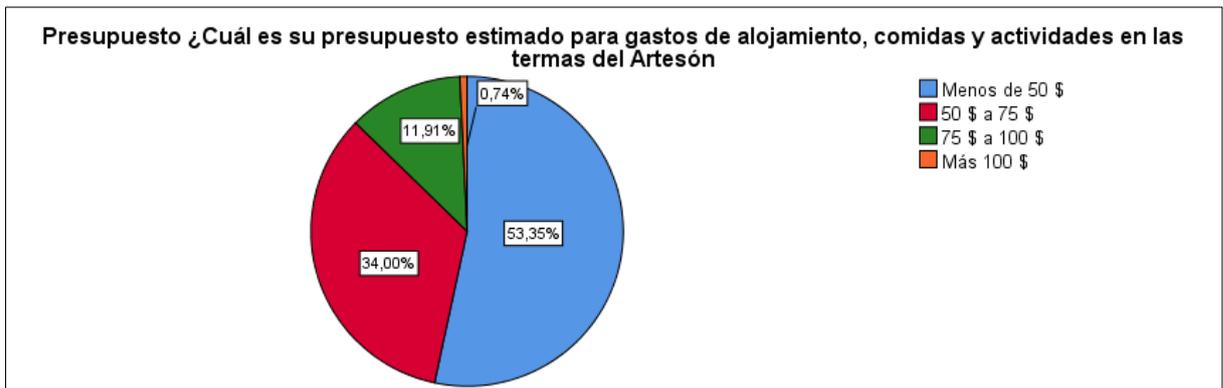


Figura 9. Presupuesto

El grupo más grande de encuestados, representando el 53.3%, tiene un presupuesto estimado de menos de 50 dólares para sus gastos en alojamiento, comidas y actividades en las termas del Artesón, lo que implica que una parte considerable de los visitantes busca opciones económicas y accesibles para disfrutar de su experiencia en el destino turístico. Un porcentaje significativo del 34.0%, tiene un presupuesto estimado que oscila entre 50 y 75 dólares, lo que indicaría que una proporción de los visitantes está dispuesta a invertir un poco más en sus gastos durante su estadía en las termas, lo que podría reflejar la búsqueda de comodidades adicionales o experiencias gastronómicas más variadas.

Por otro lado, un 11.9% de los encuestados indica tener un presupuesto estimado entre 75 y 100 dólares, que correspondería a una población que está dispuesta a dedicar una parte más sustancial de su presupuesto para sus actividades y experiencias durante su visita a las termas. Un porcentaje más pequeño, el 0.7%, indica tener un presupuesto estimado de más de 100 dólares, y aunque este grupo es minoritario, sugiere la presencia de visitantes dispuestos a gastar más en experiencias de lujo o actividades premium durante su estadía en el destino.

4.1.2.2. Respuestas al cuestionario

1. ¿Considera que hay suficientes opciones de alojamiento cerca de las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

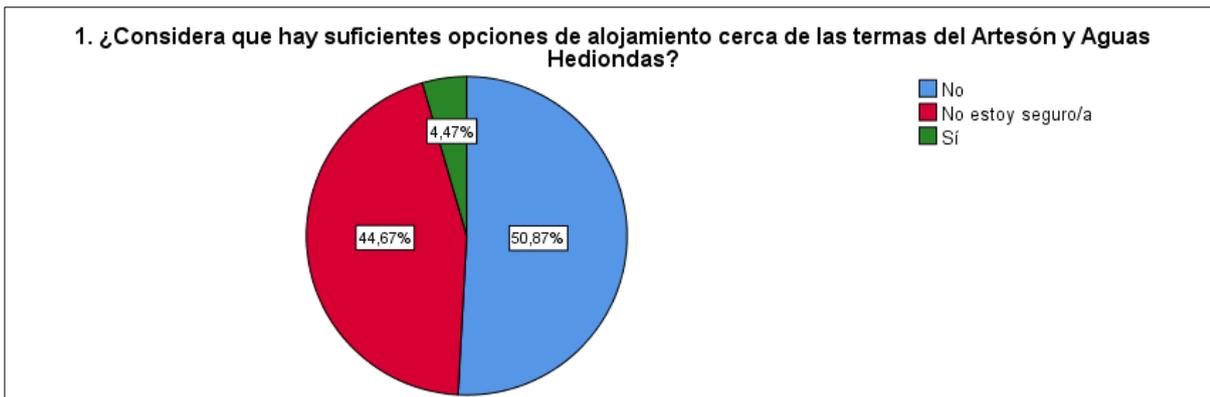


Figura 10. Opciones de alojamiento

El 50.9% de los encuestados responde negativamente, indicando que no consideran que haya suficientes opciones de alojamiento cerca de las termas. Esta percepción sugiere que una parte significativa de los visitantes puede enfrentar dificultades para encontrar alojamiento adecuado en la zona, lo que podría afectar su experiencia de viaje.

Por otro lado, el 44.7% de los encuestados responde que no está seguro/a. Esta respuesta refleja una incertidumbre generalizada sobre la disponibilidad y variedad de opciones de alojamiento en las cercanías de las termas del Artesón y Aguas Hediondas.

Solo el 4.5% de los encuestados responde afirmativamente, indicando que consideran que hay suficientes opciones de alojamiento cerca de las termas. Sin embargo, este porcentaje es significativamente bajo en comparación con aquellos que expresan preocupaciones o incertidumbre sobre el tema.

2. ¿Qué tipo de alojamiento preferiría cerca de las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

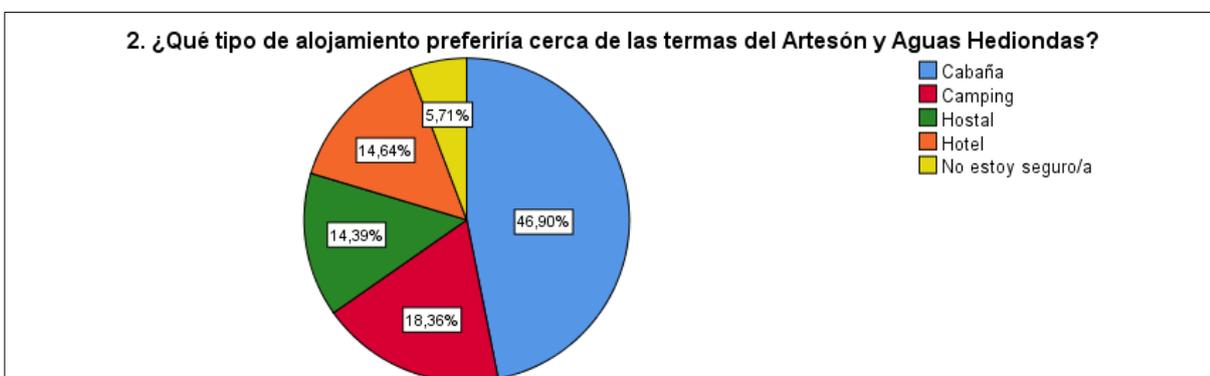


Figura 11. Tipo de alojamiento preferido

El 46.9% de los encuestados indica que preferiría alojarse en cabañas cerca de las termas. Las cabañas suelen ofrecer una experiencia de alojamiento más cercana a la naturaleza y pueden ser percibidas como una opción acogedora y pintoresca para los visitantes que buscan una experiencia rústica y relajante. Por otro lado, el 18.4%, expresa preferencia por el camping, lo cual se trata de una opción atractiva para aquellos que disfrutan de actividades al aire libre y desean una experiencia de acampada más auténtica y económica en contacto directo con la naturaleza.

El 14.4% de los encuestados prefiere alojarse en hostales cerca de las termas ya que suelen ser una opción de alojamiento económica y social, ideal para viajeros individuales o grupos que buscan interactuar con otros huéspedes y obtener información local. Además, un 14.6% indica preferencia por hoteles, ya que pueden ofrecer comodidades y servicios adicionales, así como un ambiente más formal y estructurado, que pueden ser preferidos por ciertos segmentos de viajeros que buscan mayor confort y conveniencia durante su estancia. Un pequeño porcentaje, el 5.7%, no está seguro/a sobre el tipo de alojamiento preferido lo que indica cierta indecisión o falta de preferencia clara entre las opciones proporcionadas.

3. ¿Cómo calificaría la calidad de la accesibilidad a las termas?

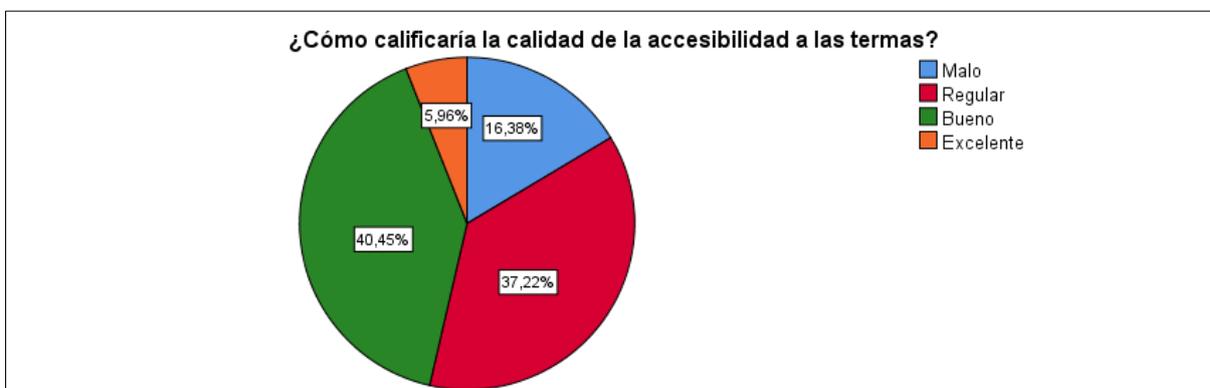


Figura 12. Calidad de la accesibilidad a las termas

Según los datos recopilados, el 37.2% de los participantes calificó la accesibilidad como "regular", lo que sugiere que existe una consideración generalizada sobre aspectos mejorables en los medios de acceso al destino termal, lo que indica la posible necesidad de mejorar la infraestructura vial o de transporte para garantizar un acceso más fluido y eficiente para los visitantes.

Por otra parte, un porcentaje considerable del 40.4% de los encuestados, evaluó la accesibilidad como "buena", lo cual sugiere que la mayoría de los visitantes considera que los medios de acceso disponibles cumplen con sus expectativas y necesidades.

Un grupo minoritario, pero significativo, compuesto por el 6.0% de los encuestados, consideró la accesibilidad como "excelente". Esta evaluación resalta la percepción positiva de una parte de los visitantes respecto a la facilidad y eficacia de los medios de acceso, lo que sugiere la existencia de infraestructuras bien diseñadas y servicios de transporte eficientes. En contraste, un 16.4% de los encuestados expresó una percepción negativa al calificar la accesibilidad como "mala", lo que representaría la percepción de deficiencias significativas en los medios de acceso al destino termal, lo que puede incluir problemas de infraestructura vial, limitaciones en las opciones de transporte público o dificultades en el acceso para personas con movilidad reducida.

4. ¿Qué aspectos considera importantes para la calidad de los servicios en la zona?

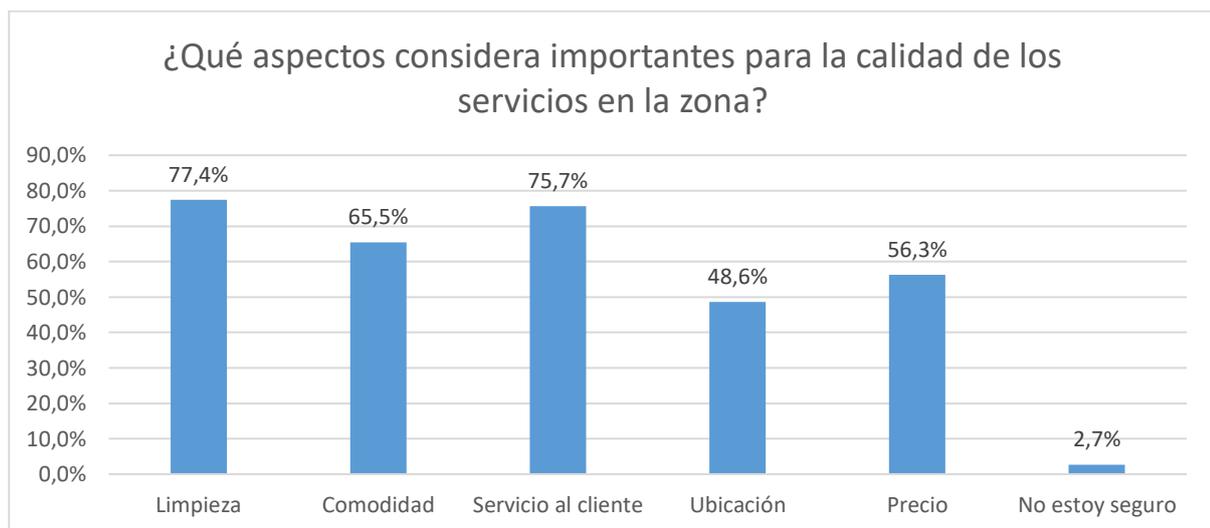


Figura 13. Aspectos importantes para la calidad de los servicios

Entre los hallazgos más destacados, la limpieza emerge como un factor crítico, siendo mencionada por el 77.4% de ellos lo que sugiere una alta prevalencia y una valoración significativa de la limpieza en la evaluación general del servicio turístico.

Asimismo, la comodidad y el servicio al cliente también reciben una atención considerable, con porcentajes de menciones del 65,5% y 75,7% respectivamente. En contraste, la ubicación y el precio muestran una menor prevalencia en términos de menciones, con el 48.6% y el 56.3% de los encuestados, lo que indica que, aunque

menos mencionados, estos aspectos aún juegan un papel importante en la evaluación del servicio turístico.

Por último, solo un pequeño porcentaje, el 2.7%, expresó incertidumbre sobre los aspectos de calidad evaluados.

5. ¿Qué servicios turísticos considera importantes para complementar tu visita a las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

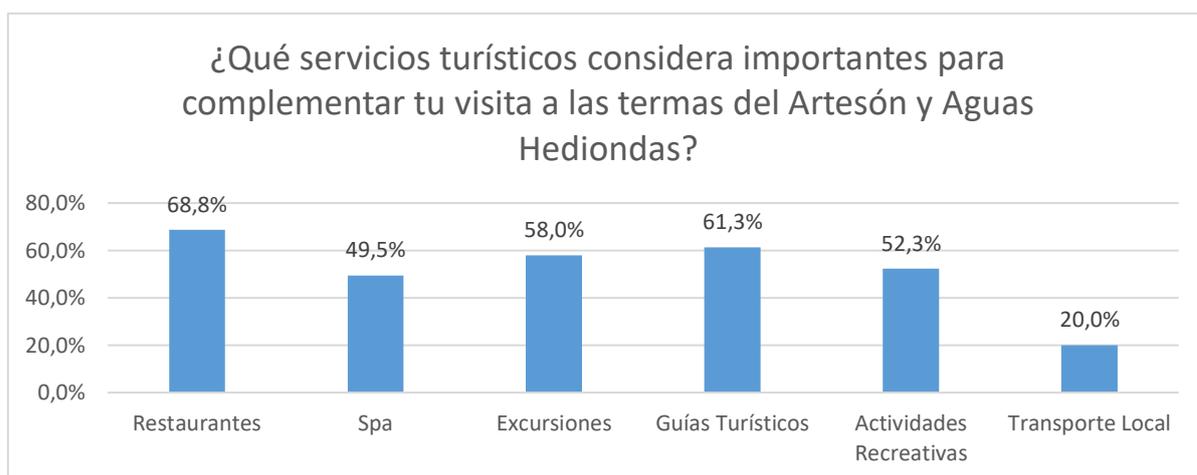


Figura 14. Servicios turísticos para complementar la visita a las termas

Entre los servicios mencionados, los restaurantes emergen como un elemento crucial en la experiencia turística, siendo identificados por el 68.8% de los encuestados lo que sugiere que los restaurantes desempeñan un papel fundamental en la satisfacción del turista y son ampliamente reconocidos como parte integral de la experiencia. En cuanto al spa, aunque menos mencionado que los restaurantes, sigue siendo valorado positivamente por el 49.5% de los participantes, lo que indica que es un componente significativo en la experiencia del turista, proporcionando un servicio de relajación y bienestar durante su visita.

Las excursiones también destacan, siendo mencionadas por el 58% de los encuestados, lo cual subraya la importancia de las actividades organizadas para explorar y experimentar el destino turístico de manera más completa y enriquecedora. Los guías turísticos, aunque mencionados en menor medida que otros servicios, son valorados positivamente por el 61.3% de los participantes, lo que destaca su contribución a la experiencia del turista al proporcionar información y orientación especializada durante su visita.

Las actividades recreativas, aunque mencionadas por 52.3%, sugiere una demanda y apreciación significativas por parte de los turistas. Finalmente, el transporte local, aunque menos mencionado que otros servicios, sigue siendo considerado importante por el 20.0% de los participantes, lo que resalta la necesidad de un transporte eficiente y accesible para facilitar la movilidad de los turistas durante su estancia.

6. ¿Qué tan satisfecho/a está con la variedad de servicios turísticos disponibles en las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

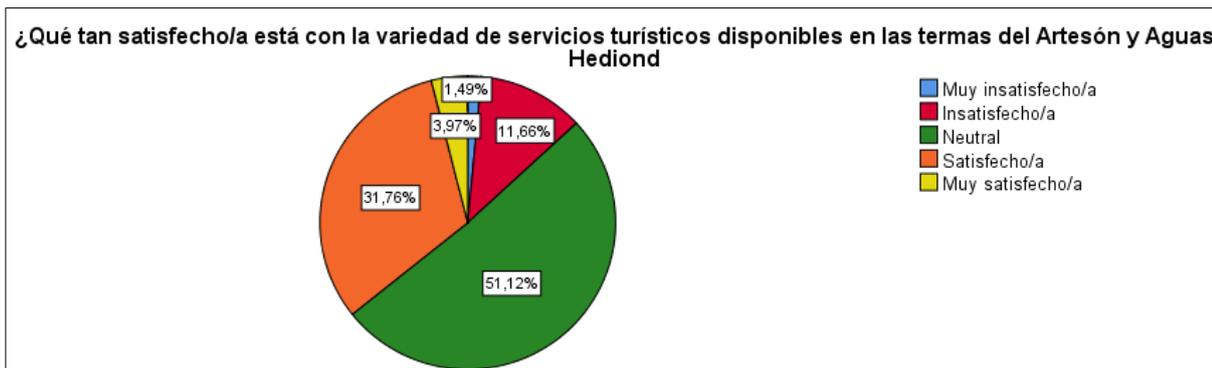


Figura 15. Satisfacción variedad servicios turísticos disponibles

De los encuestados, el 1.5% expresó sentirse muy insatisfecho con la oferta de servicios, mientras que un 11.7% manifestó estar insatisfecho, porcentajes que sugieren la presencia de una minoría que no encuentra adecuada la diversidad de servicios proporcionados en el destino turístico. Por otro lado, la mayoría de los participantes, representando un 51.1%, indicaron sentirse neutral en cuanto a la variedad de servicios turísticos disponibles, lo que refleja una postura ambivalente, donde los encuestados no expresan una satisfacción ni insatisfacción significativa con la oferta de servicios existente.

No obstante, es importante destacar que un porcentaje considerable de los encuestados, el 31.8%, se mostró satisfecho con la variedad de servicios turísticos disponibles en las termas, y un 4.0% expresó sentirse muy satisfecho con la oferta de servicios proporcionada. Estos resultados sugieren que una parte significativa de los visitantes percibe positivamente la diversidad de opciones disponibles en el destino turístico.

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante al evaluar la calidad de los servicios turísticos en las termas?



Figura 16. Aspectos importancia de calidad de servicios turísticos

De los participantes, el 36.4% considera que la calidad de los productos o servicios ofrecidos es el aspecto más relevante en esta evaluación, seguido por un 24.1% que enfatiza la importancia de la atención al cliente. Asimismo, destaca que un 18.6% de los encuestados valora la existencia de precios justos como aspecto fundamental en la evaluación de la calidad de los servicios turísticos. Por otro lado, el profesionalismo del personal es señalado por el 15.5% de los participantes como un aspecto crucial en la experiencia turística.

Además, un pequeño porcentaje de los encuestados, el 5.5%, expresó no estar seguro acerca del aspecto más importante al evaluar la calidad de los servicios turísticos en las termas. Estos resultados resaltan la diversidad de perspectivas y prioridades entre los visitantes en relación con la calidad de los servicios ofrecidos en el destino turístico.

8. ¿En qué medios digitales ha encontrado información sobre las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

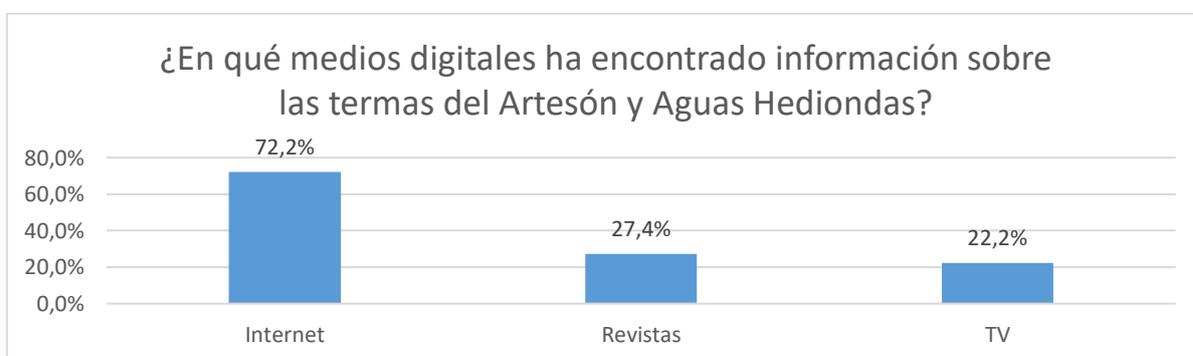


Figura 17. Medios digitales con información sobre las termas

El análisis de los medios digitales utilizados para obtener información sobre las termas del Artesón y Aguas Hediondas revela que Internet es el recurso más frecuentemente empleado por los encuestados, con un total del 59.3% de las respuestas. Este hallazgo sugiere que la mayoría de los visitantes recurren a plataformas en línea para obtener información sobre el destino turístico, lo que resalta la importancia de tener una presencia digital sólida y accesible para promover el turismo en la zona.

Por otro lado, las revistas representan el 22.5% de los medios digitales utilizados para obtener información, lo que sugiere que este formato aún es relevante para una parte significativa de los encuestados. Además, la televisión es utilizada por el 18.2% de los encuestados como fuente de información sobre las termas. Esto indica que, aunque menos prevalentes que Internet, otros medios tradicionales aún tienen un papel importante en la difusión de información turística.

9. ¿Considera que se realiza una adecuada promoción para dar a conocer las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

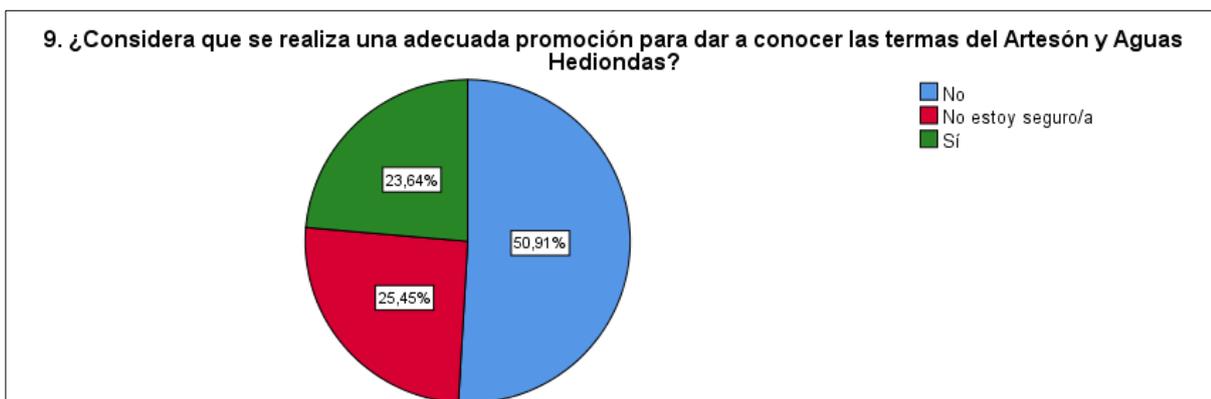


Figura 18. Promoción para conocer las termas del Artesón y Aguas Hediondas

Del total de participantes, el 50.9% expresó que no considera que se esté llevando a cabo una promoción adecuada, lo que sugiere que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias en los esfuerzos de promoción destinados a dar a conocer este destino turístico específico. Por otro lado, un 25.5% de los encuestados indicó no estar seguro/a sobre la efectividad de la promoción realizada, lo que refleja una falta de claridad o información insuficiente sobre las estrategias de promoción implementadas.

En contraste, un porcentaje minoritario pero significativo, el 23.6%, considera que se lleva a cabo una adecuada promoción para dar a conocer las termas del Artesón y

Aguas Hediondas, lo que sugiere que existe un segmento de la población encuestada que percibe los esfuerzos de promoción como efectivos y satisfactorios.

10. ¿Qué tipo de actividades considera más efectivas para atraer más turistas a las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

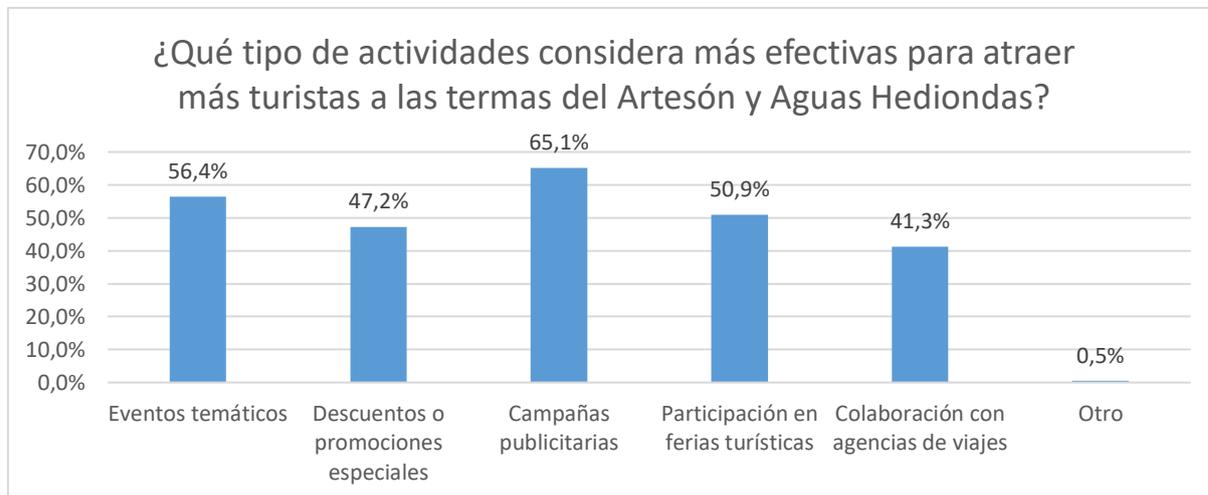


Figura 19. Actividades más efectivas para atraer más turistas a las termas

De las respuestas recabadas, los eventos temáticos destacan como la actividad más efectiva, siendo mencionados por el 56,4% de los encuestados. En segundo lugar, se encuentran los descuentos o promociones especiales, que representan el 47,2% de las respuestas, por lo que esta estrategia parece ser una herramienta importante para atraer visitantes y fomentar el turismo en el área de las termas.

Asimismo, las campañas publicitarias son consideradas efectivas por el 65,1% de los encuestados, lo que sugiere que la publicidad desempeña un papel significativo en la difusión y promoción de las termas como destino turístico. Y la participación en ferias turísticas también se percibe como una actividad efectiva, según el 50,9% de los participantes lo que indica que la presencia en eventos turísticos importantes puede generar visibilidad y generar interés entre potenciales visitantes.

Por último, la colaboración con agencias de viajes es mencionada como una actividad efectiva por el 41,3% de los encuestados. La asociación con agencias puede facilitar la comercialización y la promoción de las termas como destino turístico.

4.1.3. Resultados de la entrevista realizada

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas aplicadas por un lado, la Licenciada Rosa Lima, secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño, y por otro, a la Ingeniera Amparo Chiles, Presidenta de la Comuna La Esperanza. Como se muestra en las tablas 7 hasta la tabla 23 y su posterior análisis,

Tabla 7. Importancia de las fuentes termales como atractivo turístico

Pregunta	Licenciada Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Cuál es la importancia de las fuentes termales como atractivo turístico en la parroquia?	Las fuentes de Aguas Hediondas y Artesón, cercanas a la parroquia, y los ríos Grande, Chico y Játiva, son importantes recursos naturales.	Las fuentes termales son recursos no explotados en su totalidad. Su promoción podría mejorar la economía local.

De acuerdo con la Licenciada Rosa Lima, Aguas Hediondas y Artesón son administradas por entidades locales, lo que sugiere una conexión directa con la comunidad, aunque son recursos potenciales que aún no se han explotado completamente. Ante esto, se estarían llevando a cabo actividades para dar visibilidad a estos lugares dentro de la comuna, lo que sugiere un interés por promover el turismo local, además, la entrevistada destaca el potencial económico que podría generar esta actividad. De manera similar, la Ingeniera Amparo Chiles, presidenta de la Comuna La Esperanza, complementa esta visión al destacar la importancia del recurso termal como un activo turístico que aún no ha sido completamente desarrollado, aunque enfatiza aún más la relevancia de este recurso para la economía local, sugiriendo que su explotación adecuada podría tener un impacto positivo significativo en las familias de la comuna y la parroquia.

Por tanto, ambas entrevistadas coinciden en la importancia del desarrollo turístico de las fuentes termales en la parroquia, resaltando su potencial económico, evidenciando la necesidad de visibilizar y promover estas fuentes.

Tabla 8. Calificación de la infraestructura turística en las fuentes termales

Pregunta	Licenciada Rosa Lima, Secretaría-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Cómo calificaría la infraestructura turística en las fuentes termales?	Las aguas sulfurosas dañan la infraestructura metálica, por lo que se utiliza madera, pero esto requiere recursos considerables. El Artesón necesita permisos ambientales para mejorar su infraestructura, al estar dentro de una reserva ecológica.	La inversión en el Artesón ha sido mínima y hecha por la comuna sin apoyo local o estatal, con obstáculos para obtener permisos turísticos. La infraestructura es básica, atendiendo solo a 50 personas. Aguas Hediondas ha recibido mayor inversión por parte de la prefectura tras la venta de las tierras.
-¿Cuáles son los desafíos que enfrenta la infraestructura de las fuentes termales?		Las aguas termales con alto contenido de hierro causan taponamiento en las tuberías, que requieren intervenciones y cambios periódicos.

Ambas entrevistadas concuerdan en que la infraestructura en las fuentes termales presenta desafíos significativos debido a su exposición a elementos corrosivos, especialmente en el caso de las fuentes sulfurosas que afectan particularmente las estructuras metálicas. La Licenciada Rosa Lima destaca la necesidad de utilizar materiales menos susceptibles al desgaste, como la madera, aunque reconoce que esto conlleva costos considerables que requieren de recursos financieros considerables. Sin embargo, la Ingeniera Chiles resalta que, si se ha realizado inversión en la infraestructura, especialmente en el complejo de Aguas Hediondas, aunque aún se enfrentan desafíos relevantes, particularmente en el caso del Artesón, donde la infraestructura es básica y limitada en su capacidad de atención a visitantes, debido en parte a la falta de apoyo de las autoridades locales y estatales. Además, menciona obstáculos relacionados con la obtención de permisos turísticos y de operación, especialmente debido a la proximidad del sitio al volcán Chiles y la necesidad de consideraciones ambientales. La alcalinidad del agua en el Artesón sería una de las causas que provoca taponamientos en las tuberías, lo que requiere intervenciones frecuentes y el reemplazo periódico de estas infraestructuras, siendo evidente la necesidad de un mantenimiento constante y recursos adicionales para garantizar el funcionamiento adecuado de las instalaciones y la calidad de la experiencia turística.

Tabla 9. Mejoras infraestructura turística de las termas en los últimos años

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaría-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Ha notado mejoras en la infraestructura turística de las fuentes termales en los últimos años?	Sí, especialmente en Aguas Hediondas, con mejoras en las vías de acceso e infraestructura. Un complejo termal en la parroquia cerró por corrosión.	Sí, el Artesón ha mejorado desde sus inicios, con la construcción de una cabaña, vestidores y baterías sanitarias, y mejoras en el acceso. La infraestructura se adapta a normas ambientales, evitando turismo masivo para minimizar el impacto.

La Licenciada Lima destaca mejoras significativas en el complejo de Aguas Hediondas, señalando una mejora tanto en las vías de acceso como en la propia infraestructura, sin embargo, menciona el caso del cierre de un complejo termal en la Parroquia debido a problemas de corrosión en las estructuras metálicas, lo que sugiere desafíos persistentes en el mantenimiento de la infraestructura. Por su parte, la Ingeniera Chiles resalta la evolución positiva en la infraestructura del Artesón en los últimos años al pasar de ser una pequeña piscina a contar con una infraestructura más completa, incluyendo una cabaña, vestidores y baterías sanitarias. Destaca también el trabajo realizado por la comunidad para mejorar el acceso al sitio, incluyendo la adecuación del camino y la aplicación de medidas ambientales, como la utilización de biodigestores. De manera general ambas entrevistadas coinciden en la importancia de seguir normativas ambientales y en la necesidad de un enfoque de turismo controlado que minimice el impacto en el ambiente, lo que requeriría un compromiso compartido por parte de las autoridades locales y la comunidad para mejorar la infraestructura turística de manera sostenible.

Tabla 10. Servicios o actividades adicionales en las fuentes termales

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaría-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Qué servicios o actividades adicionales le gustaría encontrar en las fuentes termales?	Servicio guías turísticos, alojamiento, camping, alimentación, recolección residuos para preservar ambiente de R. E. El Ángel.	En El Artesón se planea senderismo, deportes de montaña, miradores de fauna y un salón de eventos para actividades comunitarias. Estratégico para el Conteo Navideño de Aves.

Para la Licenciada Lima son importantes servicios como guías turísticos, alojamiento, camping o casa de acogida, y alimentación, además de la recolección de residuos para preservar el entorno natural; los cuales mejorarían la comodidad de los visitantes y contribuirían a la protección del medio ambiente, mientras que para la Ingenieria Chiles sería beneficioso contar con una ampliación de actividades recreativas en el Artesón, como senderismo, deportes de montaña, y observación de aves, aprovechando eventos como el Conteo Navideño de Aves que se realiza cada diciembre. Además, se sugiere la construcción de un pequeño salón de eventos en la Comuna La Esperanza, lo que podría impulsar actividades culturales y comunitarias, contribuyendo a fortalecer el tejido social y promover el turismo cultural en la zona.

Tabla 11. Influencia del turismo en el desarrollo económico de la parroquia

Pregunta	Licenciada Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
En su opinión, ¿cómo ha influido el turismo en el desarrollo económico de la parroquia?	El turismo ha generado un crecimiento económico notable en la parroquia, con un aumento en el número de restaurantes y la creación de empleo local.	El turismo en El Artesón ha permitido una rotación de personal en la comuna, beneficiando económicamente a las familias. Además, ha contribuido a retener capital en la zona y fortalecer la economía local.

Entre las respuestas de las entrevistadas destaca el crecimiento en la infraestructura turística de la parroquia en la última década, sobre todo el aumento en el número de restaurantes, así como la adaptación de hogares locales para atender a los visitantes, por lo que el turismo local ha generado oportunidades de empleo para los habitantes locales, contribuyendo así al desarrollo económico. Además, se menciona cómo la gestión del personal en las piscinas termales ha sido fundamental para optimizar los recursos y generar beneficios económicos para las familias de la comuna y se destaca la implementación de una metodología rotativa para roles como guardabosques, promotores ambientales y cuidadores de las piscinas, lo que permite involucrar a diversos miembros de la comunidad y evitar la fuga de capital. Por tanto, las entrevistadas coinciden en que el turismo ha fortalecido la economía local, proporcionando empleo y oportunidades de negocio para los habitantes de la parroquia. Además, resaltan cómo la mejora en la infraestructura turística,

especialmente en el Artesón, ha contribuido a atraer a más visitantes y retenerlos por más tiempo, lo que impulsa aún más la economía del sector.

Tabla 12. Aumento en el empleo local relacionado con el turismo termal

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Ha observado un aumento en el empleo local relacionado con el turismo termal en la parroquia?	El empleo en las termas sigue políticas provinciales que priorizan a residentes locales.	El turismo dinamiza la economía, pero la falta de inversión limita la creación de más empleo. Se cuenta con guías locales para excursiones y ascensos al volcán Chiles, enfocados en el cuidado ambiental.

El empleo en las termas sigue las políticas establecidas por el GAD Provincial del Carchi, con prioridad para las personas de la parroquia según se menciona en las entrevistas, lo que sugiere la existencia de un enfoque de inclusión en la gestión de recursos humanos en el sector turístico que, a su vez, puede contribuir a fortalecer la economía de la comunidad. No obstante, se destaca la necesidad de inversión para implementar servicios complementarios que puedan generar más empleo y dinamizar la economía local. Se menciona la existencia de un grupo de guías locales que colaboran en actividades como ascensos al volcán Chiles y excursiones, lo que indica el potencial de diversificar las actividades turísticas y aprovechar los recursos naturales de la región para crear empleo y generar ingresos adicionales.

Tabla 13. Turismo termal contribuido a preservación y promoción patrimonio

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Cree que el turismo termal ha contribuido a la preservación y promoción del patrimonio natural y cultural de la parroquia?	El turismo aporta información sobre la parroquia, pero su impacto en el patrimonio natural debe ser cuidadoso, especialmente con los frailejones. Se espera que el ecoturismo sensibilice a los turistas y se desea implementar turismo comunitario. Se planea una galería en el futuro salón de eventos para promover la cultura Pasto y fortalecer el sentido de pertenencia.	El turismo puede impactar el ecosistema y el patrimonio natural, pero se busca aplicar el ecoturismo y turismo comunitario para cuidar el ambiente. Se planea una galería en el salón de eventos para promover la cultura Pasto y fortalecer el sentido de pertenencia en las generaciones jóvenes.

De las entrevistas se sugiere que el turismo termal ha contribuido parcialmente a aumentar el conocimiento sobre la parroquia, lo que implica una mayor difusión de

su patrimonio natural y cultural, sin embargo, su respuesta destaca la necesidad de una gestión cuidadosa para evitar impactos negativos en el ecosistema, particularmente en la preservación de los frailejones, y propone el ecoturismo como una forma de concienciar a los turistas sobre la importancia de proteger el entorno. Se menciona también el interés en implementar un turismo comunitario, con un enfoque en el cuidado ambiental y la participación local en la gestión turística. Por otro lado, se hace necesario implementar medidas de control y vigilancia para garantizar el cumplimiento de parámetros ambientales, como la segmentación y el monitoreo del número de visitantes.

Tabla 14. Turismo termal impulsado desarrollo otras actividades económicas

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Considera que el turismo termal ha impulsado el desarrollo de otras actividades económicas en la parroquia?	Sí, el turismo termal ha estimulado el crecimiento de actividades económicas, como el transporte, con nuevas rutas y empresas que facilitan el acceso a Tufiño desde Tulcán.	Sí, el turismo termal ha generado demanda de servicios de transporte y alimentación proporcionados por lugareños, diversificando las actividades económicas en la zona.

Las entrevistadas coinciden en que el turismo termal ha generado empleo y ha dinamizado la economía local pues se observa cómo la creciente afluencia de visitantes ha propiciado la aparición de nuevas actividades económicas, como el transporte y la gastronomía, lo que ha contribuido a diversificar la oferta laboral y aumentar los ingresos en la parroquia. Además, las respuestas evidencian una preocupación compartida por la preservación del patrimonio natural y cultural de la región en el que se destaca la importancia de implementar medidas de gestión sostenible y cuidadosa para garantizar la protección del entorno natural y la valoración del legado cultural de la comunidad.

Tabla 15. Promoción turística de las fuentes termales

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Cómo calificaría la promoción turística de las fuentes termales y la parroquia en general?	Se calificaría con un siete sobre diez. Aguas Hediondas y la parroquia tienen una buena promoción en las páginas web del GAD provincial del	La promoción turística está limitada por permisos ambientales pendientes para El Artesón, aunque se difunde en redes sociales de la

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
	Carchi, pero falta promoción adecuada para El Artesón debido a necesidades de estudios ambientales.	comuna y la parroquia. Se espera obtener los permisos ambientales para mejorar la promoción en el futuro.

La Licenciada Lima destaca una promoción adecuada del complejo Aguas Hediondas y la parroquia en las páginas web del GAD provincial del Carchi, aduciendo una calificación de 7 sobre 10, lo que sugiere un esfuerzo por difundir estos atractivos a través de canales oficiales, sin embargo, señala una deficiencia en la promoción del complejo Artesón debido a la falta de estudios ambientales y permisos, lo que limita su visibilidad y potencial turístico. Por otro lado, La ingeniera Chiles menciona que, debido a la falta de permisos ambientales, la promoción del Artesón se ha dado de forma orgánica, principalmente a través de recomendaciones de visitantes y publicaciones en redes sociales de la comuna y la parroquia, y reconoce la ausencia de una estrategia de promoción formal y masiva, destacando el desafío de obtener los permisos ambientales como prioridad para mejorar la promoción turística en el futuro.

Tabla 16. Sugerencias mejorar la promoción turística de las fuentes

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Qué sugerencias tendría para mejorar la promoción turística de las fuentes termales y la parroquia?	Sugeriría establecer alianzas estratégicas con gobiernos seccionales y promocionar un turismo ecológico para mejorar la promoción. Además, destacar a los turistas que visitan la parroquia y prefieren los servicios de alimentación local.	Para mejorar la promoción, se espera obtener los permisos ambientales necesarios y luego utilizar diversos medios de comunicación, como contenido audiovisual y redes sociales, para promocionar los sitios turísticos. Se busca ocupar todos los medios disponibles para la promoción una vez obtenidos los permisos.

Entre las respuestas de las entrevistadas se propone establecer alianzas estratégicas con los gobiernos seccionales y enfocarse en el turismo ecológico como una forma de mejorar la promoción turística de la parroquia. Además, promocionar activamente a los turistas que visitan la parroquia, pero optan por visitar los complejos termales ubicados en la parte colombiana de la zona, destacando los servicios de alimentación ofrecidos en la parroquia como un atractivo adicional. Por otro lado, se enfatiza la importancia de obtener los permisos ambientales necesarios para la

promoción de los sitios turísticos y aprovechar todos los medios de comunicación disponibles, desde contenido audiovisual hasta entrevistas y reportajes, para promocionar los atractivos turísticos de manera efectiva. Además, se destaca la necesidad de generar contenido variado y atractivo para redes sociales, incluyendo reels y videos cortos, para alcanzar un público amplio y diverso.

Tabla 17. Desarrollo turístico ha sido sostenible y respetuoso con el ambiente

Pregunta	Licenciada Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Considera que el desarrollo turístico de las fuentes termales ha sido sostenible y respetuoso con el medio ambiente?	Se están observando acciones que afectan al ecosistema, como el avance agrícola y construcciones cercanas a las zonas de los complejos termales, sin un control adecuado.	En la actualidad, se está manejando adecuadamente el tema de la sostenibilidad en los complejos termales, con medidas como la implementación de biodigestores en el Artesón y la planificación de una planta de tratamiento para el agua de las piscinas. Se reconoce la importancia del páramo donde se ubican las fuentes termales y se están explorando métodos adicionales para proteger el ambiente, como el uso de piedra pómez y algas en el tratamiento del agua.

La Licenciada Lima identifica preocupaciones con respecto al impacto humano en el entorno cercano a las fuentes termales, destacando el avance agrícola y la construcción no regulada como actividades que podrían comprometer la sostenibilidad del desarrollo turístico. Por otro lado, la ingeniera Chiles presenta una perspectiva más optimista, indicando que se están tomando medidas para gestionar adecuadamente la sostenibilidad por parte de los complejos termales, como la implementación de biodigestores y planes para una planta de tratamiento de aguas en el complejo Artesón, y reconoce el valor del páramo como un sitio Ramsar (humedal designado como de importancia internacional bajo el Convenio de Ramsa) de importancia hídrica y propone métodos adicionales para mitigar el impacto ambiental, como el uso de piedra pómez y algas en el tratamiento del agua de las piscinas. Por tanto, las entrevistas destacan la importancia de implementar medidas de control ambiental para mitigar estos efectos negativos y preservar el entorno natural.

Tabla 18. Contribución identidad cultural a la parroquia

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Cree que el turismo termal ha contribuido a fortalecer la identidad cultural y el sentido de pertenencia de la parroquia?	El complejo termal Aguas Hediondas, al ser administrado por un ente externo a la parroquia, se percibe como ajeno a esta.	Existen prácticas ancestrales relacionadas con las fuentes termales, simbolizando purificación y relajación. Anteriormente, los Chagras realizaban rituales de purificación en estas aguas después de su jornada de trabajo, como parte de su cultura y tradición.

La respuesta de la Licenciada Lima menciona una desconexión entre el complejo termal de Aguas Hediondas y la parroquia, al ser administrado por un ente externo, percepción que sugiere que, a pesar de la presencia del complejo en la zona, la comunidad local no se identifica plenamente con él, lo que podría influir en su participación y sentido de pertenencia. En contraste, la ingeniería Chiles destaca las prácticas ancestrales en torno a las fuentes termales que han existido en la comunidad, como los rituales de purificación realizados por los Chagras después de su jornada de trabajo. Estas prácticas culturales sugieren que las fuentes termales han sido parte integral de la identidad y la vida cotidiana de la comunidad durante generaciones lo que apoya su valor patrimonial y cultural.

Tabla 19. Servicios turísticos ofrecidos en la parroquia

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria- Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Qué servicios turísticos se ofrecen en la parroquia?	Se ofrece alojamiento en una casa adaptada, se brinda guianza por los terrenos de la Comuna La Esperanza, incluyendo recorridos al volcán Chiles. Destacan las fiestas Patronales del Señor del Río, que atraen turistas con actividades como la curación del ganado bravo y la promoción del cuidado ambiental.	Se ofrecen paquetes de ascenso al volcán Chiles con guías locales, además de servicios de alimentación y hospedaje en la parroquia. Se prevé la adecuación de nuevos senderos para senderismo en el futuro cercano.

Las respuestas de las entrevistadas revelan una amplia gama de servicios turísticos disponibles en la parroquia, abarcando desde alojamiento y alimentación hasta actividades culturales y de aventura y destacan opciones como el alojamiento en una casa local, guianza por terrenos cercanos y ascensos al volcán Chiles con guías locales, lo que ofrece una experiencia diversificada para los visitantes. Además, resaltan eventos culturales como las fiestas patronales del Señor del Río, que promueven la participación comunitaria y el cuidado ambiental.

Tabla 20. Calidad de los servicios turísticos en la parroquia

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Cómo calificaría la calidad de los servicios turísticos en la parroquia?	La calidad de los servicios turísticos está en fase inicial, por lo que se reciben bien las mejoras continuas.	La infraestructura turística es limitada, con alojamientos básicos que no alcanzan el estándar de hoteles. Se necesita más inversión, especialmente en un parque recreativo para los residentes y visitantes. La subutilización de obras turísticas anteriores evidencia una falta de eficacia en la gestión de recursos por parte de las autoridades locales. Estrategias de inversión y desarrollo turístico son necesarias.
¿Cuáles son los sitios turísticos que se están subutilizando en la parroquia?		La piscina parroquial y la Casa del Ciclista son ejemplos de sitios subutilizados. La piscina, alimentada por aguas termales, está cerrada debido a problemas de operación y mantenimiento. La Casa del Ciclista, a pesar de su potencial, no se está utilizando de manera innovadora o eficiente.

La Licenciada Lima indica que, aunque los servicios turísticos están en una etapa inicial de desarrollo, siempre se aprecian mejoras, mientras que la ingeniera Chiles señala deficiencias en la infraestructura de alojamiento, mencionando que los lugares disponibles no cumplen con los estándares para ser considerados hoteles propiamente dichos. Además, resalta la falta de inversiones en infraestructuras como un parque recreativo, evidenciando la necesidad de una mayor asignación de recursos por parte de los gobiernos locales, por lo que, en general se hace alusión a la subutilización de recursos turísticos existentes, como la piscina parroquial y la Casa del Ciclista, debido a problemas operativos y de mantenimiento.

Tabla 21. Importancia de establecimientos de alojamiento en la parroquia

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Considera importante la existencia de establecimientos de alojamiento en la parroquia?	La existencia de alojamientos es relevante para ofrecer una experiencia personalizada con elementos tradicionales locales. Sin embargo, la mayoría de los visitantes eligen hospedarse en Tulcán. La pandemia ha provocado una disminución en las visitas.	Sí, es importante. Algunos grupos que buscan ascender al volcán Chiles necesitan aclimatarse previamente, lo que hace necesario el hospedaje en la parroquia. Los alojamientos actuales requieren readecuaciones para brindar un servicio óptimo, especialmente para grupos provenientes de lugares como Pasto, Ibarra, Cayambe y Quito.

Las respuestas de las entrevistadas muestran que, aunque la mayoría de las personas prefieren hospedarse en Tulcán, la creación de una casa de alojamiento en la

parroquia podría ofrecer una experiencia más personalizada y auténtica, atrayendo así a visitantes interesados en elementos tradicionales propios del área. Sin embargo, se menciona una disminución en las visitas debido a las restricciones que surgieron desde la pandemia de Covid-19, y que habrían afectado a la infraestructura de alojamiento hasta la actualidad. Por otro lado, se enfatiza la importancia de los establecimientos de alojamiento, especialmente para grupos que buscan ascender al volcán Chiles y necesitan aclimatación previa, y la necesidad de readecuar las condiciones de los lugares de hospedaje para ofrecer un servicio turístico de calidad, especialmente considerando la procedencia de los grupos que solicitan este servicio, que principalmente provienen de ciudades como Pasto, Ibarra, Cayambe y Quito.

Tabla 22. Estado de conservación de los atractivos turísticos

Pregunta	Licenciada Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Cómo describiría el estado de conservación de los atractivos turísticos en la parroquia?	El estado de conservación es bueno, aunque recientemente hubo un incendio que afectó al páramo. Se cuenta con guardabosques que informan sobre la actividad geológica en la zona.	La Comuna La Esperanza inició un proceso de conservación en los años setenta para proteger el páramo. Se adquirieron terrenos en zonas más bajas para preservar los más altos. Desde 2010, hay un convenio con Socio Bosque del Ministerio del Ambiente para proteger 8627 hectáreas de páramo, financiado con recursos del Ministerio del Ambiente. Este compromiso se ha mantenido desde entonces, con un esfuerzo financiero propio y, más recientemente, con apoyo del gobierno.

La licenciada Lima destaca la buena conservación de los atractivos turísticos, a pesar de un reciente incendio que afectó al páramo, y resalta la labor de los guardabosques, quienes informan constantemente sobre la actividad geológica en la zona, lo que sugiere una atención activa a la preservación del entorno. Por otro lado, la Ingeniera Chiles menciona el proceso iniciado en la década de los setenta por la Comuna La Esperanza para conservar el páramo y describe cómo la comunidad adquirió terrenos en las zonas bajas para proteger los terrenos más altos, lo que demuestra un compromiso temprano y autónomo con la conservación ambiental. Además, se señala el convenio establecido con Socio Bosque del Ministerio del Ambiente desde 2010 para proteger una extensa área de páramo, financiada con fondos externos, lo que refleja un enfoque de conservación a largo plazo respaldado por la colaboración con entidades gubernamentales y el compromiso continuo de la comunidad local.

Tabla 23. Estudios sobre la identificación del perfil del turista

Pregunta	Licencianda Rosa Lima, Secretaria-Tesorera del GAD Parroquial rural de Tufiño:	Ingeniera Amparo Chiles Presidenta Comuna La Esperanza
¿Existen datos o estudios sobre la identificación del perfil del turista que visita la parroquia?	La administración está en proceso de recopilación y recolección de estos datos debido a su reciente inicio.	Actualmente no contamos con datos ni estudios específicos sobre el perfil del turista que visita nuestra parroquia. Aunque mantenemos un registro de los visitantes que ascienden al volcán Chiles por razones de seguridad, no hemos aplicado técnicas para identificar o segmentar a los visitantes de nuestras fuentes termales.

Ambas entrevistadas coinciden en que actualmente no existen datos o estudios específicos sobre el perfil del turista que visita la parroquia, lo que podría deberse a que la administración es reciente, y al momento se está en proceso de recopilación y recolección de estos datos, lo que sugiere un interés en conocer más sobre los visitantes. Por otro lado, se menciona también que no se han aplicado técnicas para identificar o segmentar a los turistas que visitan la parroquia, y que solo cuentan con un registro de los visitantes que realizan ascensos al volcán Chiles por motivos de seguridad, lo que impide dimensionar de manera más precisa el potencial turístico de la parroquia.

4.1.4. Resultados de la ficha Las fichas de registro de datos

Las fichas de registro de datos tuvieron por finalidad recopilar información respecto las actividades de ambos atractivos termales y fueron aplicadas a los representantes de cada complejo termal. El formato utilizado se adjunta como anexo 5 y 6.

Los datos muestran que, en términos de afluencia, el complejo Aguas Hediondas tiene una ventaja significativa con una estimación de 20.000 a 24.000 turistas al año, mientras que El Artesón carece de datos registrados sobre la cantidad de visitantes, lo que evidencia una necesidad urgente de mejorar la recopilación de información.

Por otro lado, el gasto promedio por turista también varía entre ambos sitios pues en el complejo Ecoturístico Aguas Hediondas es de \$8, que incluye la entrada y consumos en el bar, mientras que, en El Artesón, el ingreso se limita a una entrada de 2 dólares y 5 dólares por acampar. Esta diferencia refleja una oferta de servicios más completa en Aguas Hediondas y una mayor capacidad para generar ingresos per cápita.

La permanencia media de los turistas es también diferentes en ambos lugares. En El Artesón, los turistas se suelen quedar un día y una noche, lo cual es favorable para el turismo local al permitir una mayor interacción con los servicios disponibles en la zona, mientras que, en el complejo Aguas Hediondas, los visitantes generalmente permanecen medio día, lo que podría limitar el impacto económico directo en la comunidad local al reducir la oportunidad de consumo de servicios adicionales.

Por otro lado, ambos sitios comparten la misma infraestructura básica de alojamiento en la parroquia Tufiño, con dos hoteles y ocho restaurantes, y una capacidad total de 16 habitaciones entre la Casa del Ciclista y la Residencia Familia Güel. Sin embargo, el complejo Aguas Hediondas ofrece una infraestructura más diversificada con la inclusión de un bar de snacks, lo que eleva su atractivo y capacidad para retener visitantes.

En cuanto a las actividades turísticas, ambas termas ofrecen una variedad de opciones que incluyen caminatas, observación de flora y fauna, y aviturismo. Sin embargo, el complejo Aguas Hediondas parece tener una oferta más estructurada y específica, lo que puede atraer a un segmento más amplio de turistas interesados en actividades al aire libre y ecoturismo, además de que esto podría explicar en parte la diferencia entre ingresos en ambos destinos. Por un lado, Aguas Hediondas generó un estimado de 184 000 dólares al año en comparación con los 700 dólares de El Artesón. Esta diferencia refleja una mayor afluencia de turistas al complejo Aguas Hediondas, y al mismo tiempo, una mejor explotación de su potencial turístico. En cuanto a empleo, El Artesón emplea a siete personas, incluyendo promotores ambientales, guardabosques y cuidadores, mientras que Aguas Hediondas emplea a cinco personas en áreas administrativas y de servicios, lo que refleja una estructura laboral orientada a la gestión y atención al visitante.

Desde estos datos se puede considerar que ambos destinos turísticos tienen potencial para promover el desarrollo de turístico en la parroquia Tufiño en diferente medida. Por un lado, el complejo Aguas Hediondas, maneja una mayor afluencia de visitantes, una oferta variada de servicios y genera más ingresos, por lo cual posee un potencial mayor. En cambio, El Artesón es un destino que no ha sabido explotarse de manera adecuada, pues se observan debilidades como la falta de registros y datos precisos, además de una infraestructura deficiente e ingresos muy bajos. Esto implica que El Artesón puede contribuir al desarrollo turístico, pero para hacerlo al nivel que alcanza

actualmente el complejo Aguas Hediondas, requiere una mejora significativa a nivel de infraestructura y administración.

4.1.5. Matriz de comparación de los resultados

A continuación, se presenta la matriz comparativa, como se muestra en la tabla 24.

Tabla 24. Matriz comparativa de resultados

Aspecto	Encuestas	Fichas	Entrevistas
Importancia del turismo termal	Mayoría de visitantes locales y nacionales, con algunos internacionales.	El Artesón carece de datos precisos sobre visitantes; Aguas Hediondas recibe 20.000 a 24.000 turistas al año.	El turismo es un recurso importante y poco explotado, con potencial de mejorar la economía local.
Infraestructura	50.9% considera insuficiente; prefieren cabañas (46.9%).	Aguas Hediondas tiene mejor infraestructura con bar y mayor flujo de turistas; El Artesón necesita mejoras y permisos ambientales.	Artesón requiere permisos ambientales y tiene inversión mínima; Aguas Hediondas ha recibido más inversión.
Mejoras recientes		Aguas Hediondas ha mejorado en accesibilidad e infraestructura. El Artesón ha realizado mejoras limitadas adaptándose a normas ambientales.	Mejoras notables en Aguas Hediondas; El Artesón ha mejorado con normas ambientales.
Servicios adicionales	Restaurantes (68.8%), spa (49.5%), excursiones (58.0%), guías turísticos (61.3%).	Aguas Hediondas: Senderismo, termalismo, observación de flora y fauna. El Artesón: Caminatas, montañismo, aviturismo, visita al museo Manaquer.	Guías turísticos, alojamiento, camping, alimentación, actividades comunitarias en El Artesón.
Impacto económico	Empleados (30.8%), autónomos (20.1%).	El Artesón generó \$700; Aguas Hediondas generó \$184.000.	Turismo ha creado empleo y mejorado la economía local especialmente en El Artesón.
Empleo local		El Artesón emplea a 7 personas; Aguas Hediondas emplea a 5 personas.	Prioridad a residentes locales en empleos; falta de inversión limita creación de más empleo.
Sostenibilidad ambiental	Limpieza (77.4%), comodidad (65.5%), servicio al cliente (75.7%).	Ambas termas tienen una baja puntuación en políticas y regulaciones.	Esfuerzos en sostenibilidad en El Artesón con biodigestores y planta de tratamiento de agua.
Identidad cultural	Visitantes motivados por turismo (51.4%), salud y bienestar (34.7%).		El Artesón tiene prácticas ancestrales de purificación; Aguas Hediondas percibido como ajeno a la parroquia.
Conservación del patrimonio	51.4% consideran el turismo como motivo principal de visita.	Mejor conservación en Aguas Hediondas; falta de políticas en El Artesón.	El Artesón está dentro de la Reserva Ecológica El Ángel; conservación del páramo desde los años setenta.

Promoción turística	50.9% creen que la promoción es inadecuada.	Puntuación baja en difusión para ambos sitios.	La promoción está limitada por permisos ambientales; se usa redes sociales pero falta estrategia.
Perfil del turista	Principalmente nacionales; visitantes ocasionales (47.4%) y regulares (28.0%).		Falta de datos específicos y segmentación del turista.

El análisis de los datos contrastados de las encuestas, fichas de potencial turístico y entrevistas muestra que las termas del Artesón y Aguas Hediondas tienen un potencial turístico leve, al existir características para el desarrollo de productos turísticos se podría indicar que si se cuenta con el potencial necesario pero mejorable en la Parroquia de Tufiño. El complejo ecoturístico Aguas Hediondas posee una infraestructura más desarrollada y una mejor conservación ambiental, y se posiciona como un atractivo con mayor potencial turístico, capaz de atraer visitantes de manera regular. Por otro lado, el Artesón, a pesar de sus limitaciones en infraestructura y la necesidad de permisos ambientales, posee un fuerte componente cultural y comunitario, con prácticas ancestrales que enriquecen su oferta turística. La evaluación comparativa resalta que ambos atractivos requieren mejoras en la promoción y la implementación de políticas y regulaciones adecuadas para maximizar su aportación al desarrollo. Además, la falta de datos sobre el perfil del turista hace evidente la necesidad de contar con estrategias de segmentación y marketing más efectivas. En general, el potencial turístico de estas termas ha impulsado el desarrollo turístico, la economía local y aunque aún de manera leve, pero también ha contribuido a la preservación del patrimonio natural y ha fortalecido la identidad comunitaria.

4.2. DISCUSIÓN

Las termas del Artesón y Aguas Hediondas presentan un potencial significativo como recursos turísticos, pero con diferencias marcadas en su aprovechamiento. El Complejo Ecoturístico Aguas Hediondas reporta una afluencia de más de 20.000 turistas anuales, lo que implicaría que es un atractivo ya consolidado, mientras que, el Artesón carece de datos precisos sobre visitantes, aunque reportan ingresos muy bajos, lo que sugiere que su potencial está siendo desaprovechado. Respecto a este hallazgo debe tomarse en cuenta el estudio de Santamarín (2016), que subraya la necesidad de difusión adecuada para maximizar el alcance de los recursos naturales.

La falta de promoción y datos completos limita el reconocimiento y aprovechamiento del termalismo en especial del Artesón.

El complejo Aguas Hediondas posee una infraestructura más desarrollada, incluyendo un bar de snacks y mejores accesos, que complementan su oferta turística, mientras que el Artesón enfrenta desafíos relacionados con permisos ambientales y una infraestructura básica que restringe su capacidad de atraer y retener turistas. Leyme (2023) destaca la importancia de contar con infraestructuras adecuadas como parte de los esfuerzos dirigidos hacia la satisfacción del visitante en el éxito del turismo termal. Las mejoras existentes en las Aguas Hediondas en accesibilidad e infraestructura, en comparación con las limitadas adaptaciones del Artesón, reflejan una gestión más eficiente en el primero. Estos resultados también reflejan las observaciones de Gambarota y Lorda (2018), quienes sostienen que el atractivo del recurso termal se construye a través de una infraestructura y servicios complementarios que satisfacen las necesidades y deseos de los turistas. Por otro lado, existen senderos y áreas para acampar, pero hay deficiencias en aspectos como la señalización y orientación en ambos complejos termales. Este enfoque es respaldado por García (2014), quien destaca la necesidad de señalización y orientación para aprovechar la riqueza paisajista del complejo Aguas Hediondas, sugiriendo actividades como el senderismo para complementar y potenciar el destino turístico.

Por otra parte, los ingresos originados por el turismo en el complejo Aguas Hediondas, que alcanzan los 184 000 dólares, son significativamente superiores a los del Artesón, que son solo 700 dólares, lo que evidencia un mayor aprovechamiento de su potencial económico. La creación de empleo también es un indicador clave del impacto económico del turismo termal, sin embargo, en este sentido su papel es mínimo en la generación de empleos directos, pues El Artesón emplea a siete personas y el complejo Aguas Hediondas a cinco en áreas administrativas y de servicios. No obstante, se generan más empleos indirectos por servicios de transporte, alimentación y alojamiento de los cuales las cifras que no han podido ser cuantificadas.

Otro elemento presente en el desarrollo sostenible es la gestión ambiental y la conservación del patrimonio. Al respecto, los esfuerzos en El Artesón, como la implementación de biodigestores y la planta de tratamiento de agua, reflejarían el

hecho de que existe un compromiso con la sostenibilidad, aunque estas acciones pueden ser insuficientes sin una gestión y políticas adecuadas. Hay que destacar en este punto, que la sostenibilidad o un enfoque ambientalista es coherente con la sociedad actual, en la cual se ha ido despertando el interés por la protección a la naturaleza. Esto coincide con la observación de Jarrassé (2002) sobre la necesidad de adaptar el termalismo a las demandas modernas del turismo para ofrecer una experiencia satisfactoria y atractiva.

Desde los resultados obtenidos, comparados con investigaciones previas, se puede señalar que las termas del Artesón y Aguas Hediondas tienen el potencial para impulsar el desarrollo turístico en Tufiño. Sin embargo, el éxito de estos atractivos depende de la mejora en infraestructura, una promoción efectiva, la implementación de políticas sostenibles y la recolección de datos precisos que permitan la toma de decisiones adecuadas. Si bien el Complejo Aguas Hediondas ya contribuye a la economía local, El Artesón tiene el potencial de mejorar su impacto si se solucionan sus deficiencias actuales.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Se estableció una base teórica sólida mediante la recopilación de información bibliográfica y documental que permitió comprender los conceptos y modelos relevantes para el estudio del potencial turístico de los recursos termales. La revisión de la literatura indicó que, aunque los recursos termales tienen un considerable potencial turístico, la falta de difusión y promoción adecuada limita su alcance y desarrollo.
- La evaluación mediante la Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo reveló que el complejo Aguas Hediondas posee una mayor puntuación en accesibilidad y servicios comparado con El Artesón, que muestra carencias significativas en infraestructura y promoción. Ambas termas requieren mejoras en políticas y regulaciones, así como en la difusión para incrementar su atractivo turístico. La encuesta estructurada muestra que hay un reconocimiento del turismo termal como recurso importante sin embargo existe una infraestructura insuficiente y preferencias mejorables desde la perspectiva de los visitantes.
- Las entrevistas y fichas realizadas a los representantes de la comunidad y de los atractivos mostraron que, aunque a pesar de haber tenido una evolución desde sus inicios existe una falta de inversión significativa que impiden un desarrollo turístico robusto. La percepción general es que el turismo termal tiene un impacto positivo en la economía local, pero necesita un mayor apoyo y planificación estratégica.
- Mediante el análisis comparativo de la información obtenida, se concluye que Ambos atractivos termales influyen en el desarrollo del turismo de la parroquia. Señalando que el desarrollo turístico en la Parroquia Tufiño es aún débil y está limitado por deficiencias en infraestructura, falta de promoción y políticas inadecuadas en los recursos turísticos. El complejo Aguas Hediondas muestra un mayor desarrollo, debido a una infraestructura relativamente mejor y una

promoción más efectiva que El Artesón, mismo que, a pesar de tener un gran potencial turístico, no ha sido aprovechado adecuadamente.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar estrategias de marketing digital y tradicional para aumentar la visibilidad de las termas del Artesón y Aguas Hediondas. Esto incluye la creación de contenido audiovisual, presencia en redes sociales, y colaboraciones con agencias de viajes y operadores turísticos. Además, se sugiere la participación en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales.
- Se debe tener en cuenta que el sector está bajo la influencia del complejo volcánico Chiles Cerro Negro, por lo cual, es indispensable atender las alertas por parte de las entidades gubernamentales, previo a invertir en infraestructura, especialmente en El Artesón, ya que de acuerdo con la presidenta de la Comuna se prevé concretar la construcción de una galería que exponga contenido relacionado con la cultura local enfocado en la sostenibilidad.
- Se deben establecer políticas claras y regulaciones que faciliten el desarrollo turístico sostenible. Esto implica la colaboración entre autoridades locales, provinciales y nacionales e incluso internacionales para la planificación territorial turística, y el cumplimiento de normas ambientales y de seguridad que protejan los recursos naturales y culturales promoviendo su preservación.
- Capacitar al personal que trabaja en las termas y en servicios turísticos mediante la realización de programas de formación en atención al cliente, gestión turística, y en especial la conservación ambiental para mejorar la calidad del servicio ofrecido y asegurar una experiencia satisfactoria para los visitantes.
- Fomentar el turismo rural involucrando a la población local en la gestión y operación de las termas para asegurar una asignación equitativa de los beneficios económicos y fortalecer la identidad cultural de la comunidad. Llevar a cabo investigaciones para identificar el perfil de los turistas, realizar estudios científicos para comprender mejor los beneficios de las fuentes

termales y vincular a la academia para fortalecer el conocimiento científico, turístico y cultural.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, N., & Aguilar, J. (2015). La evaluación del potencial turístico del patrimonio cultural. *Cathedra et Scientia International Journal*, 1 (1), 49-58.
- Barrera, S., & Barrera, J. (2022). *Evaluación de la calidad y composición de los lodos y aguas de las fuentes termales Aguas Hediondas y El Artesón, y propuesta de Plan de Manejo*. [Tesis, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE]. Repositorio digital de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Camilleri, M. (2018). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*. Springer.
- Castro, J. (2016). *Plan de desarrollo turístico de la parroquia Tufiño, cantón Tulcán, provincia del Carchi*. [Tesis, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio digital de la Universidad Central del Ecuador.
- Chenás, S. (2020). *Gestión y aprovechamiento de las termas del complejo turístico aguas hediondas, parroquia de Tufiño*. [Tesis, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio digital de la Universidad Técnica del Norte.
- Complejo Turístico Aguas Hediondas. (2019). Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/complejoturisticoaguashediondas>
- Enríquez, Y. (2018). *Diseño de una ruta eco termal y cultural para turismo de salud en la parroquia rural de Tufiño, provincia del Carchi, con la finalidad de promover el desarrollo de la comunidad*. [Tesis, Tecnológico Superior Cordillera]. Repositorio del Tecnológico Superior Cordillera.
- Espín, D., Flores, K., & Pinos, M. (2018). Diagnóstico turístico de la parroquia palacio real, provincia de Chimborazo, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 356-366.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism, principles and practice*. Pearson.
- GAD Municipal de Tulcán. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Tulcán Actualización 2015*. Obtenido de GAD Tulcán: <https://www.gmtulcan.gob.ec/municipio/rendicion/pdf/1.%20PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL/PDOT-CANTON-TULCAN%20-%20ACTUALIZACION.pdf>

- GAD Municipal de Tulcán. (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Tulcán actualización 2020*. Obtenido de GAD Tulcán: https://www.gmtulcan.gob.ec/municipio/rendicion2021/pdf/1.%20PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL/PDOT%20CANTÓN%20TULCÁN%202020_2023%20-%20FINAL.pdf
- GAD parroquial Tufiño. (2022). *Datos generales*. Obtenido de GAD parroquial Tufiño: <https://tufino.gob.ec/carchi/datos-generales/>
- Gambarota, D., & Lorda, M. A. (2018). El termalismo: un recurso potencial de Bahía Blanca. *Estudios Socioterritoriales*(25).
- García, C. (2014). *Generación de Turismo Sustentable en el Balneario Turístico Aguas Hediondas, mediante la Senderización Técnica*. [Tesis, Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. Repositorio digital de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Go Raymi. (2018). *Tufiño*. <https://www.goraymi.com/es-ec/carchi/tulcan/rurales/tufino-aalnembqc>.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tufiño. (2020). *Actualización plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2019-2023*. Obtenido de Gobierno parroquial Tufiño: <https://tufino.gob.ec/carchi/wp-content/uploads/2021/03/PDOT-COMPRIMIDO.pdf>
- Gonzales, T., Alvarado, G., & Ríos, J. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 8(2), 71-86.
- Gorski, A. (20 de Febrero de 2017). *Turismo "wellness": qué es el termalismo y dónde se puede practicar*. Obtenido de Infobae: <https://www.infobae.com/tendencias/2017/02/20/turismo-wellness-que-es-el-termalismo-y-donde-se-puede-practicar/>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw Hill Latinoamericana.
- Jarrassé, D. (2002). La importancia del termalismo en el nacimiento y desarrollo del turismo en Europa en el siglo XIX. *Historia contemporánea*(25).
- León, R., Chamba, V., & León, L. (2022). Diagnóstico turístico en la parroquia Timbara, cantón Zamora, Provincia Zamora Chinchipe (Ecuador). *RES NON VERBA Revista Científica*, 12(1), 107-128.
- Leyme, J. (2023). *El termalismo y la experiencia turística el cantón Baños*. [Tesis, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio digital de la Universidad Técnica de Ambato.

- Mikery, M., & Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 5(9).
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/401761/Manual_para_la_Elaboracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf
- Ministerio de Turismo. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/06/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS-ilovepdf-compressed-1.pdf>
- Molina, S. (2000). *Conceptualización del turismo*. Editorial Limusa.
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *¿Porqué turismo?* Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Paspuel, F., & Paspuezan, F. (2013). *Proyecto de la ruta turística de la parroquia Tufiño*. [Tesis, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio digital de la Universidad Central del Ecuador.
- Pereyra, L. (2020). *Metodología de la investigación*. Klik Soluciones Educativas.
- Pineda, M., & Falla, P. (2017). Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio. *Equidad y Desarrollo*, 1(27), 105-124.
- Prefectura del Carchi. (s.f.). *Complejo turístico "Aguas Hediondas"*. Obtenido de Carchi te enamora: <https://www.carchi.gob.ec/turistico/index.php/vive-el-carchi/turismo-carchi/destinos-turisticos/163-complejo-ecotristico-aguas-ediondas>
- Rebollo, P., & Ábalos, E. (2022). *Metodología de la Investigación/Recopilación*. Editorial Autores de Argentina.
- Reza, A., Villarroel, J., Sánchez, J., & Romero, J. (2021). Potencial turístico de un destino: una mirada al desarrollo y evolución. Caso: Santo Domingo, Ecuador. *RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 10(19).
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el Diagnóstico Turístico Local*. [Proyecto de Profesores - FIMCBOR, ESPOL]. Repositorio digital de la ESPOL.
- Rodas, J., Cote, S., & Barón, J. (2020). Las redes sociales en la promoción de destinos de bienestar, una mirada al termalismo. En Y. Alvarado, *La era de la transformación digital de las organizaciones y su impacto en la competitividad* (págs. 95-106). Fundación Universitaria Los Libertadores.

- Rodríguez, L. (2006). Salud y termalismo. *Cátedra " Jorge Juan": ciclo de conferencias: curso 2006-2007*, 49-60.
- Rodríguez, N. (2018). *Los recursos turísticos de la parroquia Tufiño y el turismo comunitario*. [Tesis, Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. Repositorio digital de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Santamaría, E., & López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417-434.
- Santamartín, W. (2016). *Análisis del potencial turístico de las aguas termales en la parroquia Guapán, cantón Azogues*. [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio digital de la Universidad de Cuenca.
- Sixta, C. (2020). *Gestión y aprovechamiento de las temas del complejo turístico Aguas Hediondas, parroquia de Tufiño*. [Tesis, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio digital de la Universidad Técnica del Norte.
- Tulcan Online. (2023). *Aguas Hediondas*. Obtenido de Tulcan Online: <https://www.tulcanonline.com/index.php/turismo/tulcan/aguas-hediondas.html>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC


UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI


FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO
ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	URIGÉS MOSCOSO NIXON ISRAEL	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401834570
PERIODO ACADÉMICO:	2023B	DOCENTE TUTOR:	MSC. JAIME ALEJANDRO IRRURALDE VALLEJOS
PRESIDENTE TRIBUNAL:	MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO	DOCENTE:	MSC. GUSTAVO ARMANDO LUCERO LIMA
TEMA DEL TIC: "El Patrimonio Turístico del Territorio del Añashí y Aguas Hedonadas y su incidencia en el Desarrollo Turístico de la Parroquia Tulcán, Tulcán, Carchi"			

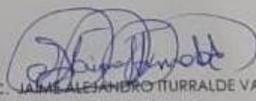
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7.00	Evitar vincular los objetivos específicos con la metodología a utilizar. Revisar el verbo del objetivo general
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8.00	
3	METODOLOGÍA	7.37	Justificar la aplicación de los instrumentos
4	RESULTADOS	7.00	Mejorar la presentación de la forma que no se repitan los resultados y se más fácil comprender
5	DISCUSIÓN	8.00	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	6.00	Cambiar las recomendaciones
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.00	Demstrar conocimiento y responder de forma técnica al Tribunal
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	10.00	

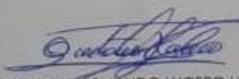
Obteniendo una nota de: **8,07** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el Informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 17 de julio de 2024**


MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. JAIME ALEJANDRO IRRURALDE VALLEJOS
DOCENTE TUTOR


MSC. GUSTAVO ARMANDO LUCERO LIMA
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Urgilés Moscoso Nixon Israel DATE: 18 de julio de 2024 Topic: "El Potencial Turístico del Termalismo del Artesón y Aguas Hediondas y su Incidencia en el Desarrollo Turístico de la Parroquia Tufiño, Tulcán, Carchi" "				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Urgilés Moscoso Nixon Israel

Fecha de recepción del abstract: 18 de julio de 2024

Fecha de entrega del informe: 18 de julio de 2024

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3. Evaluación del Complejo Aguas Hediondas

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	4	0	1	5	7	A	N	0	6	0	2	0	2	0	0	1			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
Aguas Hediondas																				
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo										
ATRATIVOS_NATURALES					AGUAS_SUBTERRÁNEAS					MANANTIAL DE AGUA TERMAL										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia										
Carchi					Tulcan					TUFÍÑO										
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal								
a 7km del centro poblado de Tufiño					Vía Tufiño-Aguas Hediondas					N/A		N/A								
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)										
0°48'38.0"N					77°54'15.6"W					3.560										
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador: Público					b. Nombre de la Institución: Consejo Provincial del Carchi															
c. Nombre del Administrador: Consejo Provincial del Carchi					d. Cargo que ocupa: Administrador															
e. Teléfono / Celular: (6)2980-232					f. Correo Electrónico: info@carchi.gob.ec															
Observaciones:																				
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Clima: Clima frío de alta montaña					b. Temperatura(°C): 4° - 6°					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1500-1750										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Pristino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>				
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención															
		Ingreso	Salida	Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar				
Libre <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto				
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto				
Pagado <input checked="" type="checkbox"/>		6:00	18:00	<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			texto				
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>			Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>			Depósito Bancario <input type="checkbox"/>			Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio: Desde 0,50 Hasta 1,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			Cheque <input type="checkbox"/>											
g. Meses recomendables de visita:				S/I																
Observaciones: No ingresar con alimentos a las piscinas. Esta prohibido el ingreso de personas con hipertensión arterial o problemas cardiacos.																				
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																				
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Tufiño								
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		7,6	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:19	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.: 00°48'02.7"N	Long.: 77°51'16.6"W								
Observaciones:																				
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																				

		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado				
a. Terrestre (M)	<input checked="" type="checkbox"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	00°48'02.7"N 77°51'16.6"W	0°47'58.8"N 77°51'35.3"W	3,3	Pavimento	Bueno				
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0						
		c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>	0°47'49.9"N 77°52'17.9"W	0°48'38.0"N 77°54'15.6"W	4,5	Asfaltado, empedrado y tierra	Bueno				
Observaciones:											
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado			
		Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto				
		Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto				
Observaciones:											
c. Aéreo (U)	<input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>						
Observaciones:											
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Bus	<input type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>
g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique							
Observaciones: Existen taxis y camionetas que hacen el recorrido por \$ 5,00 aproximadamente, solo una cooperativa se moviliza a este sector.											
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
				Diana	Semana	Mensual	Eventual				
Cooperativa de transporte Trans Norte		Calle Rafael Arellano, Tulcan		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fines de semana entre 8:00 y 13:00, desde Tulcan, a Tuffiño y al Complejo Aguas Hediondas			
Compañía de Transporte Tufitrans		Calle Rafael Arellano, Tulcan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Tulcan, a Tuffiño y al Complejo Aguas Hediondas			
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Accesibilidad motriz	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input type="checkbox"/>				
Observaciones: No existen desniveles relevantes, por lo que es accesible para el uso de silla de ruedas											
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>							
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		

Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0		
Observaciones:					Observaciones: 2 pensiones no registradas en el catastro del Ministerio de Turismo						
Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	12	60	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	4	55	400		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: El complejo ofrece venta de alimentos solo fines de semana y feriados					Observaciones: Restaurantes ubicados en Tufiño, y en la vía principal						
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U) B R M					
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0°48'52"N;77°42'58"W	Municipio Tulcán	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0°48'37"N;77°54'16"W	GAD provincial	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0°48'37"N;77°54'16"W	GAD provincial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	1	0°48'37"N;77°54'16"W	GAD provincial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	6	0°48'37"N;77°54'16"W	GAD provincial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0°48'37"N;77°54'16"W	GAD provincial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:											
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>						b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Alquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>				
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto						Especifique: texto					
Observaciones:											
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											

En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>		0		
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1		
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0		
Botiquin de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		0		Botiquin de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0		
Otros <input type="checkbox"/>		0		Otros <input type="checkbox"/>		0		
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input checked="" type="checkbox"/>	Detalle	Personal de seguridad						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		Unidad de policía comunitaria						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto						
d. Otra <input checked="" type="checkbox"/>		ECU 911						
Observaciones:								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				

Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Linea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Linea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento. <input type="checkbox"/>	GAD parroquial <input type="checkbox"/>	Nombre del documento: <input type="checkbox"/>	Plan de contingencia Parroquia de Tufiño <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: <input type="checkbox"/>	de <input type="checkbox"/>	2014 <input type="checkbox"/>
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Año de elaboración: <input type="checkbox"/>		2016 <input type="checkbox"/>	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <input type="checkbox"/>			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <input type="checkbox"/>			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: La parroquia no cuenta con un plan de desarrollo turístico, pero si con un plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023 en el que se hace referencia a problemas y acciones sobre el sector turístico							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>			
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>			
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>			
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto		
Observaciones:							
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>							
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input checked="" type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>			
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>			
k. Picnic <input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones:							
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>							
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>					
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>					

e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>								
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>								
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>								
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> <input type="text"/>								
Observaciones:													
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?													
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:													
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?													
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>													
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción							
a. Página WEB		URL: https://www.carchi.gov.ec/turismo/index.php/mve-el-carchi/turismo-carchi/destinos-turisticos/163-complejo-ecoturistico-aguas-estancadas-Tuliza-Online-Feuiondas-Complejo-Turistico-Aguas-Feuiondas											
b. Red Social		Nombre: https://www.facebook.com/complejoturisticoaguashediondas/				Anual							
c. Revistas Especializadas		Nombre:											
d. Material POP		Nombre:											
e. Oficina de Información Turística		Nombre:											
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		Nombre:											
g. Asistencia a ferias turísticas		Nombre:											
h. Otro		Nombre:											
Observaciones: Las publicaciones son antiguas, en redes sociales no se actualiza desde el 2019.													
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>				
Observaciones:													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos													
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?													
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0													
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?													
SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:													
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	<input type="text"/>				Número de visitantes	0					
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		<input type="text"/>					0					
d. Llegada de turistas													
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		<input checked="" type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual			
Ciudades de origen	<input type="text"/>		0		0		Países de origen	<input type="text"/>		0			
	<input type="text"/>		0		0			<input type="text"/>		0			
	<input type="text"/>		0		0			<input type="text"/>		0			
Observaciones:													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave													
Nombre del Informante Clave:						Contactos:							
Demanda según días de visita						Demanda según frecuencia de visita							
Lunes a viernes		Fines de semana		Días feriados		Permanente		Estacional		Esporádica		Inexistente	
0		0		0		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Observaciones:													
12. RECURSO HUMANO					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>			
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo						d. Número de personas especializadas en turismo							
2						0							
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				f. Número de personas capacitadas por temática (M)				g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)					
<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>					

Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	2	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	1	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto

Observaciones: No existe personal especializado en turismo

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: [Red social Facebook del Complejo Aguas Hediondas](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Googlemaps](#)

Anexo 4. Evaluación del potencial turístico El Artesón

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	4	0	1	5	7	A	N	0	6	0	2	0	2	0	0	2
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
El Artesón																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
ATRACTIVOS NATURALES					AGUAS SUBTERRÁNEAS					MANANTIAL DE AGUA TERMAL							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
Carchi					Tulcan					TUPIÑO							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal					
a 8,6km del centro poblado de Tufiño					Vía Maldonado					N/A		N/A					
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)					
0°46'55.1"N					77°54'20.9"W							3.520					
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador: Comunitario					b. Nombre de la Institución: Comuna La Esperanza												
c. Nombre del Administrador:					d. Cargo que ocupa: Presidente de la Comuna												
e. Teléfono / Celular: 0989470677					f. Correo Electrónico:												
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima: Clima frío de alta montaña					b. Temperatura(°C): 0° - 8°					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1500-1750							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención												
		Ingreso	Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar				
Libre <input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto					
Restringido <input type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto					
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto					
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde	Hasta			Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:				Todo el año													
Observaciones: No se recomienda el ingreso de personas con hipertensión arterial o problemas cardíacos.																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										Tufiño							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		8,6	km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:18	h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	00°48'02.7"N	Long.:	77°51'16.6"W		
Observaciones:																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	

Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	00°48'02.7"N 77°51'16.6"W	0°46'54.6"N 77°53'34.2"W	6,5	Pavimento	Bueno	
	b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>	0°46'54.6"N 77°53'34.2"W	0°46'52"N; 77°53'42"W	2,1	Lastrado	Bueno	
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>						
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input checked="" type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique Camionetas					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Día	Semana	Mensual	Eventual		
Cooperativa de transporte Trans Norte	Calle Rafael Arellano, Tulcan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Fines de semana entre 8:00 y 13:00, desde Tulcan, a Tuffio y al Complejo Aguas Hediondas	
Compañía de Transporte Tuftrans	Calle Rafael Arellano, Tulcan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Tulcan, a Tuffio y al Complejo Aguas Hediondas	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>				
Observaciones: No existen desniveles relevantes, por lo que es accesible para el uso de silla de ruedas							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0

Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0				
Observaciones:					Observaciones: 2 pensiones no registradas en el catastro del Ministerio de Turismo								
Alimentos y bebidas		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	4	55	400				
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones: El complejo ofrece venta de alimentos solo fines de semana y feriados					Observaciones: Restaurantes ubicados en Tuffiño, y en la vía principal								
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0						
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0						
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0						
Observaciones:					Observaciones:								
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>		0	0	0	Aventura	0	<input checked="" type="checkbox"/>		1	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones: Bajo solicitud del turista								
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo												<input checked="" type="checkbox"/>	
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
								B	R	M			
a. De apoyo a la gestión turística	<input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	<input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0°46'52"N; 77°53'42"W	Comuna la Esperanza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Áreas de acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0°46'52"N; 77°53'42"W	Comuna la Esperanza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio	<input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0°46'52"N; 77°53'42"W	Comuna la Esperanza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Otros	<input type="checkbox"/>			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:													
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)												<input checked="" type="checkbox"/>	
a. En el Atractivo						<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano						<input checked="" type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado		<input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>		
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>		
Especifique: texto						Especifique: texto							
Observaciones:													
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO													
SI						<input checked="" type="checkbox"/>	NO		<input type="checkbox"/>	S/I		<input type="checkbox"/>	

6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>				
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	
c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:				
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)				
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	
		f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	
		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	
		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	
		i. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	
		j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	
		k. Generación de residuos	<input checked="" type="checkbox"/>	
		l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	
		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	
		n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	
		o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:				
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>				
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	
c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:				
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)				
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input checked="" type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	
		f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	
		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	
		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	
		i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	
		j. Contaminación del ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>	
		k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	
		l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	
		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	
		n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	
		o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones: Quema de páramo				
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>				
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:	
Observaciones:				
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>				
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>		
Agua:	<input type="checkbox"/>	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	Tubería	
Energía eléctrica:	<input type="checkbox"/>	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	Sistema interconectado	
Saneamiento:	<input type="checkbox"/>	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	Pozo séptico	
Disposición de desechos	<input type="checkbox"/>	Disposición de desechos	<input checked="" type="checkbox"/>	
Especifique:	Carro recolector	Especifique:	Carro recolector	
Observaciones: Carro recolector asiste dos días por semana hasta la parroquia Tufiño, no llega hasta el atractivo				
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado B R M
		a. Madera	b. Aluminio	

En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>		Cantidad	0		
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>			1		
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>			0		
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			0		
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>			0		
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle							
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>								
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>								
d. Otra <input checked="" type="checkbox"/>		Guardaparques de la Comuna						
Observaciones:								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			

Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input checked="" type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: GAD parroquial		Nombre del documento: Plan de contingencia Parroquia de Tufiño		Año elaboración: de 2014	
Observaciones:							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>				Año de elaboración: 2016			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>				Especifique:			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>				Especifique:			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>				Especifique:			
Observaciones: La parroquia no cuenta con un plan de desarrollo turístico, pero si con un plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023 en el que se hace referencia a problemas y acciones sobre el sector turístico							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/>							
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>		c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>		d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	
e. Surf <input type="checkbox"/>		f. Kite surf <input type="checkbox"/>		g. Rafting <input type="checkbox"/>		h. Snorkel <input type="checkbox"/>	
i. Tubing <input type="checkbox"/>		j. Regata <input type="checkbox"/>		k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>		l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>		n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>		o. Parasailing <input type="checkbox"/>		p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>		r. Boya <input type="checkbox"/>		s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones:							
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>							
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>		c. Parapente <input type="checkbox"/>		d Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones:							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input checked="" type="checkbox"/>		c. Senderismo <input type="checkbox"/>		d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	
e. Canyoning <input type="checkbox"/>		f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>		g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
i. Caminata <input type="checkbox"/>		j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>		k. Pícnic <input type="checkbox"/>		l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		texto			
Observaciones:							
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>							
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>		b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>		c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>			
d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>		e. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>					

e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:					
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)					
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:					
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>					
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción	
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:			
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
h. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Gad parroquial de Tufiño, oficina Comuna la Esperanza		Anual	
Observaciones:					
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto					
Observaciones:					
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>					
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro: 0					
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:					
c. Temporalidad de visita al atractivo					
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto		Número de visitantes
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto		
d. Llegada de turistas					
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input checked="" type="checkbox"/> Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	texto	0	Países de origen	texto	0
	texto	0		texto	0
	texto	0		texto	0
Observaciones:					
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/>					
Nombre del Informante Clave:			Contactos:		
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>		
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0
Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>
Inexistente <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
12. RECURSO HUMANO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/> 0			d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>	

Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Gulianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto

Observaciones:

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Terreno de montañoso irregular en zona de páramo, vegetación predominante el pajonal, y el frailejón. Agua de coloración transparente y con la presencia de sales minerales; la temperatura en las piscina alcanza los 35 °C y en la vertiente los 38° C , para tomar baños medicinales y contrarrestar problemas de artritis, sinusitis, dolores de huesos y con fines recreativos.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: [GoogleMaps](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Googlemaps](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

Anexo 5. Ficha de registro de datos sobre desarrollo turístico El Artesón



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Ficha de Registro de datos sobre desarrollo turístico

Objetivo: Determinar el desarrollo turístico de Tufiño percibido desde el Artesón y Aguas Hediondas.

A. DATOS GENERALES			
Nombre del Recurso	Artesón	Ficha No:	001

Indicador	Ítems	Dato registrado	Fuente del dato
Cantidad de visitantes	¿Cuál fue el número total de visitantes a la zona en el último año?	No existen datos	Lic Rosa Lima Secretaría-Tesorera GAD parroquial Tufiño. Ing. Javier Muñoz, presidente GAD parroquial Tufiño
Gasto promedio por turista	¿Cuánto dinero gastó en promedio cada turista en su viaje a la zona?	Entrada: 2 dólares Acampar: 5 dólares	Ing. Amparo Chiles, presidente Comuna La Esperanza
Permanencia media de los turistas	¿Cuántos días se quedó en la zona cada turista durante su última visita?	1 día y una noche	Ing. Amparo Chiles, presidente Comuna La Esperanza
Número de establecimientos turísticos	¿Cuántos hoteles, restaurantes, bares, etc. hay en la zona?	Parroquia Tufiño: Hoteles: 2 Restaurantes: 8	Ing. Javier Muñoz, presidente GAD parroquial Tufiño
Capacidad de alojamiento	¿Cuántas habitaciones/alojamientos disponibles hay en los hoteles de la zona?	Parroquia Tufiño: Casa del Ciclista: 10 habitaciones Residencia Familia Güel: 6 habitaciones	Ing. Javier Muñoz, presidente GAD parroquial Tufiño
Número de actividades turísticas ofrecidas	¿Cuántas actividades turísticas diferentes están disponibles en la zona?	Caminatas recreativas, Observación de flora y fauna, Montañismo,	Ing. Javier Muñoz, presidente GAD parroquial Tufiño

Indicador	Ítems	Dato registrado	Fuente del dato
		Aviturismo. Visita museo Manaquer	Lic Rosa Lima Scretaria-Tesorerera GAD parroquial Tufiño
Ingresos generados por el turismo	¿Cuánto dinero generó el turismo en la zona en el último año?	700 dólares	Ing. Amparo Chiles, presidente Comuna La Esperanza
Empleos generados por el turismo	¿Cuántas personas emplea el sector turístico en la zona?	Promotores Ambientales: 2 Guardabosques: 1 Cuidadores Artesón: 4 Total: 7	Ing. Amparo Chiles, presidente Comuna La Esperanza

Anexo 6. Ficha de registro de datos sobre desarrollo turístico Aguas Hediondas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Ficha de Registro de datos sobre desarrollo turístico

Objetivo: Determinar el desarrollo turístico de Tufiño percibido desde el Artesón y Aguas Hediondas.

A. DATOS GENERALES			
Nombre del Recurso	Complejo Ecoturístico Aguas Hediondas	Ficha No:	002

Indicador	Ítems	Dato registrado	Fuente del dato
Cantidad de visitantes	¿Cuál fue el número total de visitantes a la zona en el último año?	20 a 24 mil turistas	Lic. Damaris Guerrón Directiva área turística GAD Carchi
Gasto promedio por turista	¿Cuánto dinero gastó en promedio cada turista en su viaje a la zona?	En conjunto los gastos del Bar con las entradas que cuestan \$1.50 para adultos y \$0.75 para niños. Se estima un gasto promedio de \$ 8	Lic. Damaris Guerrón Directiva área turística GAD Carchi
Permanencia media de los turistas	¿Cuántos días se quedó en la zona cada turista durante su última visita?	Medio día	Lic. Damaris Guerrón Directiva área turística GAD Carchi
Número de establecimientos turísticos	¿Cuántos hoteles, restaurantes, bares, etc. hay en la zona?	El complejo cuenta con 1 bar de snacks Parroquia Tufiño: Hoteles: 2 Restaurantes: 8	Lic. Damaris Guerrón Directiva área turística GAD Carchi
Capacidad de alojamiento	¿Cuántas habitaciones/alojamientos disponibles hay en los hoteles de la zona?	Parroquia Tufiño: Casa del Ciclista: 10 habitaciones Residencia Familia Güel: 6 habitaciones	Ing. Javier Muñoz, presidente GAD parroquial Tufiño

Indicador	Ítems	Dato registrado	Fuente del dato
Número de actividades turísticas ofrecidas	¿Cuántas actividades turísticas diferentes están disponibles en la zona?	Senderismo Termalismo, Observación de flor, Caminata, observación de aves y otras especies	Ing. Javier Muñoz, presidente GAD parroquial Tufiño Lic Rosa Lima secretaria-Tesorerera GAD parroquial Tufiño
Ingresos generados por el turismo	¿Cuánto dinero generó el turismo en la zona en el último año?	\$ 184 000 estimado.	Lic. Damaris Guerrón Directiva área turística GAD Carchi
Empleos generados por el turismo	¿Cuántas personas emplea el sector turístico en la zona?	3 personas área administrativa y 2 personas en el bar	Lic. Damaris Guerrón Directiva área turística GAD Carchi

Anexo 7. Guía de entrevista aplicada

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Guía de entrevista

Objetivo: Diagnosticar el potencial turístico desde la percepción de los representantes de la comunidad y obtener datos sobre el desarrollo turístico del sector.

Datos generales:

Nombre:

Profesión:

Preguntas

- 1) **¿Cuál es la importancia de las fuentes termales como atractivo turístico en la parroquia?**
- 2) **¿Cómo calificaría la infraestructura turística en las fuentes termales?**
- 3) **¿Ha notado mejoras en la infraestructura turística de las fuentes termales en los últimos años?**
- 4) **¿Qué servicios o actividades adicionales le gustaría encontrar en las fuentes termales?**
- 5) **En su opinión, ¿cómo ha influido el turismo en el desarrollo económico de la parroquia?**
- 6) **¿Ha observado un aumento en el empleo local relacionado con el turismo termal en la parroquia?**
- 7) **¿Cree que el turismo termal ha contribuido a la preservación y promoción del patrimonio natural y cultural de la parroquia?**
- 8) **¿Considera que el turismo termal ha impulsado el desarrollo de otras actividades económicas en la parroquia?**
- 9) **¿Cómo calificaría la promoción turística de las fuentes termales y la parroquia en general?**

- 10) ¿Qué sugerencias tendría para mejorar la promoción turística de las fuentes termales y la parroquia?
- 11) ¿Considera que el desarrollo turístico de las fuentes termales ha sido sostenible y respetuoso con el medio ambiente?
- 12) ¿Cree que el turismo termal ha contribuido a fortalecer la identidad cultural y el sentido de pertenencia de la parroquia?
- 13) ¿Qué servicios turísticos se ofrecen en la parroquia?
- 14) ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios turísticos en la parroquia?
- 15) ¿Considera importante la existencia establecimientos de alojamiento en la parroquia?
- 16) ¿Cómo describiría el estado de conservación de los atractivos turísticos en la parroquia?
- 17) ¿Existen datos o estudios sobre la identificación del perfil del turista que visita la parroquia?

Anexo 8. Cuestionario de encuesta para turistas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Cuestionario de encuesta

Objetivo: Diagnosticar el potencial turístico del Termalismo del Artesón y Aguas Hediondas a partir de la percepción de los turistas.

Datos generales:

a) **Edad:**

b) **Género:** Mujer Hombre Prefiero no decirlo Otro

c) **Nacionalidad:** ¿De qué país o que ciudad proviene?.....

d) **Estado civil:** ¿Cuál es su estado civil?

Soltero/a Casado/a Divorciado/a Viudo/a Unión libre

e) **Ocupación:** ¿Cuál es su ocupación o profesión?

Estudiante Empleado/a Autónomo/a Desempleado/a

Jubilado/a Otro (especificar):.....

f) **Nivel educativo:** ¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?

Educación primaria o menos Educación secundaria Técnico o profesional

Licenciatura Posgrado o más

g) **Motivo del viaje:** ¿Cuál es el motivo principal de su viaje a las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

Turismo Negocios Salud y bienestar Estudio Visitar familiares o amigos Otro (especificar):.....

h) Duración de la estadía: ¿Cuánto tiempo, en días, planea quedarse en las termas del Artesón y Aguas Hediondas?..... días

i) Frecuencia de viajes: ¿Es esta su primera visita a las termas del Artesón y Aguas Hediondas o ha venido anteriormente?

- Primera vez Ocasionalmente (menos de una vez al año)
- Regularmente (1-3 veces al año) Frecuentemente (más de 3 veces al año)

j) Fuente de información: ¿Cómo se enteró de las termas del Artesón y Aguas Hediondas?

- Sitio web oficial del destino Redes sociales
- Recomendación de amigos o familiares Agencia de viajes Guías turísticas
- Otro (especificar):

k) Presupuesto: ¿Cuál es su presupuesto estimado para gastos de alojamiento, comidas y actividades en las termas del Artesón y Aguas Hediondas?\$

1) ¿Considera que hay suficientes opciones de alojamiento cerca de las termas del Artesón y Aguas Hediondas?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> No estoy seguro/a
2) ¿Qué tipo de alojamiento preferiría cerca de las termas del Artesón y Aguas Hediondas?	<input type="radio"/> Hotel <input type="radio"/> Hostal <input type="radio"/> Cabaña <input type="radio"/> Camping <input type="radio"/> No estoy seguro/a
3) ¿Cómo calificaría la calidad de la accesibilidad a las termas?	<input type="radio"/> Excelente <input type="radio"/> Bueno <input type="radio"/> Regular <input type="radio"/> Malo
4) ¿Qué aspectos considera importantes para la calidad de los servicios en la zona? (Selecciona todas las que apliquen)	<input type="radio"/> Limpieza <input type="radio"/> Comodidad <input type="radio"/> Servicio al cliente <input type="radio"/> Ubicación <input type="radio"/> Precio <input type="radio"/> No estoy seguro/a
5) ¿Qué servicios turísticos considera importantes para complementar tu visita a las termas del Artesón y Aguas Hediondas? (Selecciona todas las que apliquen)	<input type="radio"/> Restaurantes <input type="radio"/> Tiendas de souvenirs <input type="radio"/> Spa <input type="radio"/> Excursiones <input type="radio"/> Guías turísticos <input type="radio"/> Actividades recreativas <input type="radio"/> Transporte local

	<input type="radio"/> Otros (especificar):.....
6) ¿Qué tan satisfecho/a está con la variedad de servicios turísticos disponibles en las termas del Artesón y Aguas Hediondas?	<input type="radio"/> Muy satisfecho/a <input type="radio"/> Satisfecho/a <input type="radio"/> Neutral <input type="radio"/> Insatisfecho/a <input type="radio"/> Muy insatisfecho/a
7) ¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante al evaluar la calidad de los servicios turísticos en las termas?	<input type="radio"/> Atención al cliente <input type="radio"/> Profesionalismo del personal <input type="radio"/> Calidad de los productos o servicios ofrecidos <input type="radio"/> Precios justos <input type="radio"/> No estoy seguro/a
8) ¿En qué medios digitales ha encontrado información sobre las termas del Artesón y Aguas Hediondas?	Internet/ Aplicaciones móviles / Revistas / TV /Otros (especificar) / No estoy seguro/a
9) ¿Considera que se realiza una adecuada promoción para dar a conocer las termas del Artesón y Aguas Hediondas?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> No estoy seguro/a
10) ¿Qué tipo de actividades considera más efectivas para atraer más turistas a las termas del Artesón y Aguas Hediondas?	<input type="radio"/> Eventos temáticos <input type="radio"/> Descuentos o promociones especiales <input type="radio"/> Campañas publicitarias <input type="radio"/> Participación en ferias turísticas <input type="radio"/> Colaboración con agencias de viajes <input type="radio"/> Otros (especificar).....

Anexo 9. Fotografías y Evidencias de la utilización de los instrumentos



Figura 20. Aplicación Ficha MINTUR en termas 1



Figura 21. Aplicación Ficha MINTUR en termas 2



Figura 22. Aplicación de Ficha y entrevista GAD Carchi



Figura 23. Aplicación de Ficha y entrevista GAD Tulcán



Figura 24. Aplicación Instrumento a los Turistas 1



Figura 25. Aplicación Instrumento a los Turistas 2