

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE INGENIEROS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

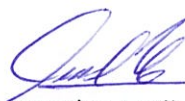
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, UVILLUS VACA MICHELLE MARILYN C.I. 1725289803 autora del trabajo de graduación intitulado: “DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TURISMO DE AVENTURA EN EL CANTÓN BAÑOS PARA LA PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA”, previa a la obtención del grado académico de INGENIERA EN ECOTURISMO, GUÍA DE TURISMO NACIONAL en la Facultad de Ciencias Humanas:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, febrero 19 del 2016



Michelle Marilyn Uvillus

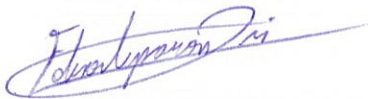
C.I. 1725289803

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mtr. Edison Cupuerán director de esta disertación, certifico que la Srta. Michelle Marilyn Uvillus Vaca ha realizado con mi dirección este trabajo titulado **“DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TURISMO DE AVENTURA EN EL CANTÓN BAÑOS, PARA LA PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA”**, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Mtr. Edison Cupuerán

Quito, 19 febrero del 2016

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS**

**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN ECOTURISMO, GUÍA DE TURISMO NACIONAL**

**DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TURISMO DE AVENTURA  
EN EL CANTÓN BAÑOS PARA LA PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA**

**AUTORA: MICHELLE MARILYN UVILLUS VACA**

**DIRECTOR: MTR. EDISON CUPUERÁN**

**QUITO, 2016**

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser mi luz y mi guía en todo momento.

A mi familia, por ser mi apoyo, mi valor y mi motivación. Por escucharme, comprenderme y amarme incondicionalmente.

Para ti madre querida, por ser una mujer bondadosa, valiente y paciente. Por haber sido madre y padre, pero sobre todo por ser mi amiga y mi soporte en mis momentos más difíciles.

A ti Teresita, por ser mi segunda madre, por amarme, quererme y protegerme. Para ti solo tengo palabras de agradecimiento, y por qué este logro también tú, lo has hecho posible.

## **AGRADECIMIENTO**

Me siento inmensamente feliz y dichosa por cumplir una meta más en mi vida, por haber vencido mis miedos y superado mis temores.

Agradezco infinitamente a mi Universidad por haber encaminado mi vida en armonía del saber y la enseñanza. A todos mis maestros que han sembrado en mí virtudes, conocimientos y esperanzas. Gracias por mostrarme un mundo diferente y motivarme a seguir prosperando.

Gracias a quienes han estado presentes y me han ayudado en este largo camino al éxito, porque gracias a ustedes hoy soy autora de esta investigación.

## ESQUEMA BÁSICO DE CONTENIDOS

ESQUEMA BÁSICO DE CONTENIDOS .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.1.1. Justificación .....	1
1.1.2. Objetivos.....	2
1.1.3. Marco Referencial .....	2
1.2. Marco teórico.....	4
1.3. Tipos de turismo .....	9
1.4. Turismo de aventura .....	11
1.5. Calidad del turismo.....	14
2. CAPÍTULO II: METODOLOGIA .....	17
2.1. Metodologías de medición de la percepción de la calidad .....	17
2.1.1. Metodología SERVQUAL .....	17
2.1.2. Modelo SERVUCCION .....	22
2.1.3. Modelo SERVPERF.....	23
2.2. Diseño de la herramienta .....	24
2.2.1. Calidad en el turismo, metodología final.....	24
2.2.2. Matriz de medición.....	26
2.2.3. Encuesta a aplicarse.....	28
3. CAPITULO III: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA.....	30
3.1. Delimitación del área de estudio .....	30
3.1.1. Historia .....	30

3.1.2.	Ubicación.....	32
3.2.	Turismo de Aventura en Baños .....	33
3.2.1.	Atractivos turísticos.....	33
3.2.2.	Deportes de aventura .....	39
3.2.3.	Operadores de Turismo .....	43
4.	CAPITULO V: RESULTADOS .....	47
4.1.	Resultados de la aplicación de la metodología.....	47
4.1.1.	Perfil del Visitante .....	47
4.1.2.	Calidad percibida.....	54
4.1.3.	Calidad Objetiva.....	70
4.1.4.	Calidad Integral del Destino .....	77
5.	CAPITULO VI: PROBLEMÁTICA Y SITUACIÓN ACTUAL -TURISMO DE AVENTURA EN BAÑOS .....	83
5.1.	Causas de la problemática .....	83
5.1.1.	Amenazas y riesgos de los deportes de aventura.....	83
5.1.2.	Factores Generadores de Riesgo .....	86
5.2.	Propuesta de mejora.....	87
5.2.1.	Normas técnicas de operación .....	87
5.2.2.	Plan de contingencia.....	90
6.	CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
6.1.	Conclusiones.....	96
6.2.	Recomendaciones .....	98
7.	BIBLIOGRAFÍA .....	100
8.	ANEXOS .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación de los deportes de aventura .....	13
Tabla 2: Evolución de los aportes al estudio de la calidad del servicio .....	17
Tabla 3: Distancias desde Baños de Agua Santa.....	33
Tabla 4: Clasificación de atractivos turísticos según el tipo .....	34
Tabla 5: Actividades deportivas comercializadas en Baños.....	39
Tabla 6: Catastro turístico de tour operadores de Baños de Agua Santa.....	44
Tabla 7: Operadores de turismo que ofertan rafting, biking y canopy .....	45
Tabla 8: Preguntas de las encuestas en función con las dimensiones de calidad.....	55
Tabla 9: Resultados de la evaluación interna de la calidad .....	71
Tabla 10: Resultados de los factores externos de la calidad .....	78
Tabla 11: Propuestas de mejora según los encuestados .....	80
Tabla 12: Resultados de los factores internos de la calidad .....	81
Tabla 13: Niveles de riesgo en el turismo de aventura.....	90

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Edades .....	47
Ilustración 2: Género .....	48
Ilustración 3: Procedencia de los turistas .....	48
Ilustración 4: Procedencia continental de los turistas extranjeros .....	49
Ilustración 5: Nacionalidad de los turistas extranjeros .....	50
Ilustración 6: Ocupación.....	51
Ilustración 7: Lugar más visitado .....	52
Ilustración 8: Deporte más practicado .....	53
Ilustración 9: Motivación de viaje .....	54
Ilustración 10: Conservación de los sitios naturales.....	57
Ilustración 11: Estado de los Equipos de Seguridad.....	58
Ilustración 12: Aspectos positivos del transporte .....	59
Ilustración 13: Aspectos negativos sobre el servicio de transporte .....	60
Ilustración 14: Grado de dificultad de la actividad deportiva .....	61
Ilustración 15: Nivel de desarrollo de la operación turística .....	62
Ilustración 16: Desenvolvimiento del personal de guía.....	63
Ilustración 17: Cualidades de los guías de turismo .....	64
Ilustración 18: Temas de las charlas informativas.....	66
Ilustración 19: Servicio del personal de guía .....	67
Ilustración 20: Nivel de coordinación de la actividad deportiva .....	68
Ilustración 21: Aspectos a mejorar .....	69
Ilustración 22: Responsabilidades de los tour operadores.....	86
Ilustración 23: Actores involucrados en el proceso de operación turística .....	91

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Calidad del servicio turístico de aventura .....	106
Anexo 2: Encuesta .....	107
Anexo 3: Cascada del Agoyán.....	109
Anexo 4: Cascada del Agoyán Canopy .....	109
Anexo 5: Cascada Pailón del Diablo .....	110
Anexo 6: Senderos Pailón del Diablo.....	110
Anexo 7: Río Verde.....	111
Anexo 8: Cascada Manto de la Novia .....	111
Anexo 9: Manto de la Novia Canopy .....	112

# 1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

## 1.1.Introducción

### 1.1.1. Justificación

Según Tribe, el turismo es una actividad que llegó para quedarse, ya que su importancia económica y social es una realidad en todo el mundo. Históricamente el turismo de masas ha motivado el nacimiento de una extensa variedad de tipos de turismo (1999), en el Ecuador, particularmente en el cantón Baños, el turismo de aventura es aún nuevo, por eso requiere de más atención e investigación. Debido a esto se ha planteado este análisis como una alternativa para proponer mejoras que apoyen el desarrollo del turismo de aventura y sus distintos servicios.

Vender turismo de naturaleza así como satisfacer las necesidades de los deportistas aficionados y de los turistas, demanda cada vez mayores y mejores actividades de la industria del descanso, el esparcimiento, la liberación y la aventura; el turismo. Debido a ello se busca indagar en fuentes precisas y veraces acerca de la comercialización descontrolada de los deportes extremos que se da en el cantón así como también las garantías que se deben brindar al turista con respecto a su seguridad, bienestar y satisfacción, considerando que el término “capacidad” no determina la calidad de ejecución de una actividad.

La falta de acceso a la información turística y los limitados casos de estudio sobre el turismo de aventura, no permiten contar con datos actualizados y esto demora los cambios y modificaciones en el desarrollo de la actividad turística (Bently *et al.*, 2004). Por ello es vital empezar a analizar los marcos regulatorios, matrices de evaluación, parámetros e indicadores del nivel de satisfacción del turista, logrando generar un respaldo de información sobre el turismo de aventura en una de las zonas con más desarrollo turístico nacional.

Todo esto debido a que el turismo de aventura ha pasado a constituirse en el núcleo del desarrollo de la población que habita en el cantón Baños (Fundación Natura, 2005).

Este proyecto trata de identificar y definir las fallas y aciertos que la comercialización del turismo de aventura que ha tenido en el Ecuador, tomando como caso de estudio al cantón Baños. Es por ello que la elaboración de un análisis y diagnóstico, de la calidad del servicio

del turismo enfocado en el de aventura y adrenalina, arraigado a la práctica de deportes extremos de alto riesgo, permitiría evaluar la situación actual a la que tanto oferta, como demanda, se enfrentan mediante un análisis de la percepción. La recopilación de ésta información será contrastada con la legislación vigente, la cual regula toda actividad turística en el país; para la industria de los servicios, resulta muy importante medir cuales son los aciertos y errores que se presentan en los servicios, con esa información se puede identificar los índices de satisfacción de sus clientes, ya que son su primera y más importante carta de presentación (Eleri y Claire, 2005).

### **1.1.2. Objetivos**

#### *1.1.2.1. Objetivo General*

Analizar la calidad de los servicios turísticos que estén relacionados a la práctica de deportes extremos en el cantón Baños de Agua Santa, para generar un plan de mejora.

#### *1.1.2.2. Objetivos Específicos*

- ◆ Describir la situación actual de la comercialización del turismo de aventura para conocer la calidad de los servicios turísticos que se oferta en el cantón Baños.
- ◆ Diagnosticar los principales problemas y riesgos que conlleva la prestación servicios turísticos con referencia a deportes de aventura, para la generar un a propuesta de plan de mejora.
- ◆ Determinar la calidad de la experiencia recreacional del turismo de aventura en el cantón Baños.

### **1.1.3. Marco Referencial**

Estudios sobre los riesgos, el miedo y la percepción de la calidad han aportado con información valiosa para el análisis del turismo de aventura como una actividad contemporánea y de gran apogeo. En Brasil una investigación sobre el miedo y el turismo de aventura aclaró que el hecho de asumir un riesgo va más allá del marco técnico que regula la práctica de deportes de aventura, puesto que el riesgo existente desarrolla en ellos un sentimiento de duda y miedo que desean confrontar (Carnicelli-Filho *et al.*, 2010). El estudio demostró que el turismo de aventura no solo despierta sensaciones de miedo, vértigo y

angustia, sino que es capaz de generar adrenalina, momentos de emoción y felicidad en diversos lapsos de la realización de estos deportes de alto riesgo (Carnicelli-Filho *et al.*, 2010).

Los actores involucrados en la comercialización del turismo activo son los agentes turísticos, pues son los portavoces y promotores de esta excitante industria de los deportes extremos, con relación a ello se analizó un estudio de caso de los agentes comercializadores de turismo de aventura en España, el cual muestra una idea más clara sobre la satisfacción del cliente de turismo activo, quien ha cambiado su comportamiento dejando de lado al turismo de sol y playa para aventurarse a realizar otro tipo de turismo, renunciando a la idea de viaje por traslado y fortificando cada vez más el traslado por un motivo (Martínez y Ramón, 2011).

El turismo de aventura entonces es una experiencia que nace de la interacción entre riesgo y competencia que los turistas desean alcanzar y que siempre estará latente pues es el componente esencial de esta actividad, por ende se recomienda que todas las actividades que los prestadores de servicios turísticos, agencias de viajes y tour operadores vendan, contemplen al peligro como un factor percibido y controlado por sus técnicos especialistas para que de esa forma la percepción de satisfacción del cliente se la pueda garantizar antes y después de realizar cualquier tipo de deporte extremo (Martínez y Ramón, 2011).

Por otro lado, en Nueva Zelanda un estudio sobre los accidentes que ocurren al momento de practicar deportes de aventura confirmó aún más la falta de marcos de referencia e información que existe acerca de esta variable del turismo, lo que generó más trabas en los procesos investigativos. Los sondeos y encuestas realizadas a los operadores turísticos revelan que únicamente se han presentado accidentes de menor gravedad y de tipo común, y que muchos de ellos son caídas leves con lesiones menores, sin embargo una forma de focalizar y mitigar dichos impactos a la salud y bienestar del cliente requieren ser contemplados en un plan de acción contra incidentes por parte de los comercializadores de estos deportes extremos (Bently *et al.*, 2004).

Finalmente haciendo alusión al texto de Ralf Buckley (2006) que trata temas de gran interés del turismo de aventura, identifica a las caídas de caballos, equipos motorizados y deportes de nieve como actividades extremas con altas probabilidades de lesión, a estos se les han sumado otros deportes como el buceo y el montañismo; este último ha comprobado afectar a los

turistas con problemas respiratorios y mareos debido a los altos rangos altitudinales a los que realizan dichos ascensos. El buceo por otro lado al ser un deporte que requiere de una técnica más específica para realizarlo, resultó tener una alta incidencia en los perjuicios a la salud y en algunos casos a la vida, desencadenando varias muertes por la práctica de algunas de sus modalidades, principalmente las más extremas como buceo en cuevas marinas, donde el más mínimo error puede tener consecuencias irreparables (Buckley, 2006).

## **1.2.Marco teórico**

El ecoturismo nació como una actividad cuyo objetivo es realizar viajes responsables que conserven el medio natural y no afecte al bienestar de las comunidades locales (Chávez, 2008). El término de ecoturismo se ha utilizado para promover las actividades turísticas realizadas en ambientes naturales y de esta forma captar el interés de los turistas cuya motivación de viaje se encuentra apegada a la conservación de la naturaleza y al gusto por la interacción con las comunidades de zonas con alta riqueza cultural (Zamorano, 2007). El concepto de ecoturismo es considerado como una parte importante de la concepción del turismo responsable y sostenible, debido a que tiene los principios ambientales como parte de su enfoque para la conservación de la biodiversidad y el bienestar de las comunidades locales, enfatizando la participación de las mismas y destacando la oportunidad de negocio para la población rural (Chávez, 2008). De esta forma la influencia generada sobre el ambiente ha hecho que cada vez se tome más en cuenta el convertir al turismo en una actividad económicamente sustentable, es decir que ejerza el mínimo impacto sobre el ambiente en donde ésta se desarrolla (Luck y Kirstges 2003).

Como efecto secundario se logró que las zonas naturales así como las áreas protegidas y zonas de vida con alto endemismo se conviertan en sitios de primer orden para el desarrollo de esta actividad, ya que esta práctica genera un movimiento sustentable que procura ejercer el menor impacto en el ambiente y por consiguiente en las especies que en el habitan (Luck y Kirstges 2003). Pero su importancia va más allá de la conservación, al ecoturismo se le ha atribuido tres ejes trascendentales; visto desde el aspecto económico el ecoturismo ha crecido aceleradamente en las últimas décadas y ha aportado enormemente a los procesos productivos e ingreso de divisas (Chávez, 2008). El carácter dinámico de esta actividad le confiere mayor importancia y buenas perspectivas futuras pues aporta y genera impactos tanto sociales como

culturales a las comunidades locales puesto que incentiva la revalorización de sus tradiciones y costumbres ancestrales.

No obstante el ecoturismo abrió nuevos espacios, constituyó nuevos ambientes e incorporó un importante segmento de actividades denominadas de ocio (Fennell, 1999), las mismas que fueron fusionando e involucrando desde prácticas recreativas, hasta actividades deportivas dentro de este tipo de turismo. Para *Adventure Travel Trade Association* (ATTA, 2013), a medida que el tiempo pasa y las motivaciones de los turistas por el viaje cada vez son más amplias y exigentes, el turismo alternativo incrementa su popularidad y se vuelve más influyente en los nuevos segmentos de mercado turístico, tanto así que el turismo de aventura se ha convertido en uno de los más apetecidos y de mayor índice de crecimiento. Esta premisa facilita el entendimiento del empoderamiento por el cual los deportes extremos son participes al momento de realizar el contemporáneo e innovador turismo de aventura (Hinch *et al.*, 2003).

Mucho se ha hablado del poder de viaje que ejercen los deportes y la emoción por el juego que ellos evocan, desde épocas remotas la afición por los deportes ha movido grandes masas de personas, que efectivamente realizan turismo inspiradas por la afición a las diversas actividades deportivas (Puertas, 2007). En la actualidad la concepción del turismo es más compleja porque las exigencias del turista han aumentado, ya no solo buscan emoción visual, sino también emoción vivencial. Vivir es convertirse en el protagonista, y el turismo de aventura no solo brinda esa oportunidad, sino que también permite tener un encuentro personal, desafiar nuestros miedos y plantear nuevos retos, al mismo tiempo que brinda el disfrute de la belleza y la majestuosidad paisajística de un sitio (Puertas, 2007).

Según Zamorano (2007), se considera turismo de aventura a aquella actividad que plantea desafíos y un cierto grado de riesgo en donde el elemento base lo componen las actividades deportivo-recreativas constituidas en deportes extremos o también denominados de aventura. Esta variable del turismo convencional es una muy buena fuente para llegar al turista extremo, que se encuentra en constante búsqueda de nuevas emociones y experiencias (Zamorano, 2007). Dichas actividades constituyen un negocio altamente lucrativo, más aun cuando estos deportes venden una experiencia que perdurará a través del tiempo (Montaner, 1998). Finalmente la promoción de actividades recreativas muestra la necesidad de evadir la rutina y

el stress diario, para que de esta forma se dejen rodear por la emoción del riesgo y la aventura (Rivas, 2004).

Con una gran variedad de ecosistemas y contrastes de selva, nieve, playa y riqueza cultural, Ecuador ofrece una amplia gama de oportunidades para el desarrollo de esta actividad turística (Montaner, 1998). Todo esto se debe a que la promoción del turismo de aventura en regiones con alta belleza paisajística facilita la promoción de esta variable del turismo puesto que las motivaciones de viaje siempre están ligadas a conocer lugares armónicos, únicos y llamativos. Varios son los componentes que forman parte del turismo de aventura porque no es una actividad que nació sola, es la evolución de varias actividades tradicionales y de las nuevas tendencias y necesidades de la sociedad del nuevo milenio (Tejur, 2005). Así la actividad que inicio como medio de vida de muchos deportistas, se transformó en una industria económica lucrativa, competitiva y además en fuente de desarrollo, pero de un desarrollo sustentable, que garantice la conservación y la prolongación de la vida de los ecosistemas (Ziporovich, 2004). Su expansión está relacionada al desarrollo socio económico y a la concepción de los espacios verdes como fuente de recreación y distracción, sin embargo depende mucho del acceso del hombre a su tiempo libre o tiempo de ocio, por medio de la implementación de las vacaciones remuneradas y la libertad que tiene de escoger el destino que desea visitar, en tanto y cuando sea de libre acceso y lo pueda costear (Tribe, 1999).

La industria del turismo de aventura está direccionada, debido a que a pesar de que envuelve actividades que requieren de técnicas, equipamiento y práctica para ser llevados a cabo, ha convencido al mercado que es accesible para todo público. El mérito recae en los mediadores, que en este caso están representados por los tours operadores, los cuales seducen con campañas de marketing que pretende vender nuevas sensaciones y experiencias a los turistas, que a la vez se han dejado cautivar por ellos (Tejur, 2005).

Se considera actividades deportivo recreativas a todas aquellas que se realizan con relación de dependencia del medio y sus variables geográficas como: montañas, valles, sabanas, desiertos, y junglas que proporcionan un escenario basto para la práctica de deportes extremos o de aventura, de esta forma se hace una clasificación de los deportes por el medio en el que se desarrollan (Pérez, 2003). Las actividades como el montañismo, cabalgatas, senderismo, trekking, escalada, alpinismo y rappel son ejecutadas en tierra, y aquellos deportes que se

practican en el medio acuático cuya motivación está dirigida a la ejecución de actividades tanto en fuentes de agua dulce como en agua marina son conocidas como: *kayak*, *rafting*, *tubing*, *surfing* y sus variantes, *cayoning*, *snorkeling*, buceo, canotaje y pesca.

Finalmente existe un grupo de deportes extremos que se realizan en el aire y que generalmente envuelven sensaciones de vértigo por la altura, dentro de esta la clasificación se encuentran actividades tales como *puenting*, *bungee jumping*, alas delta, parapente y paracaidismo. A todo esto vale la pena enunciar una última clasificación de actividades deportivo recreativas denominadas estacionales, cuya práctica no es tan común en países tropicales puesto que no tienen variaciones climáticas extremas y por tanto la práctica de deportes como snowboarding, esquí y trineos ejecutados en superficies de hielo y nieve son más complejos (SECTUR, 2004).

Evidentemente las actividades deportivas han tenido una gran acogida porque los deportes y las actividades físicas constituyen un componente importante del turismo, generalmente son los jóvenes el segmento principal de esta actividad, pero como ya se ha dicho anteriormente es una actividad que no tiene restricción de género ni edad (Elías, 2009). La mayor parte de los deportes de aventura que han surgido en los últimos años comparten un común denominador; todos ellos son actividades recientes no tradicionales que impacta al turista e incentiva el interés por practicarlos (Vellas, 1995). A partir de esta premisa se esclarece la brecha que existe entre el deportista profesional que se dedica a practicar un deporte, el turista que aprovecha la oportunidad de visitar un sitio; y haciendo uso de su tiempo de ocio desea realizar dicha actividad deportiva, y finalmente la de los operadores turísticos cuya actividad económica es la de vender una experiencia.

Pero todo desarrollo genera también algunos malestares, tal es el caso de los estándares del servicio turístico que se han convertido en un mal que aflige a todos los turistas, puesto que la percepción de calidad resulta más compleja cuando se trata de valorar un servicio que abarca distintas áreas tales como: alojamiento, alimentación, transportación, guía y actividades complementarias. En respuesta a los altos estándares de exigencia de los consumidores y de los entes reguladores, los agentes comercializadores y prestadores de servicios en la lucha por ganar más personas interesadas en los viajes y en el turismo han incluido el factor calidad en sus procesos de control (Laws, 2004).

Se define a los sistemas de calidad de los servicios turísticos a los lineamientos base de desarrollo y mejoras de la oferta turística y el nivel de calidad de ella. En el turismo el manejo de la calidad de servicios ha crecido y aumentado su volumen rápidamente, es por eso que hoy en día la percepción de la calidad esta netamente ligada a la satisfacción del cliente, quienes generalmente asocian a la mala atención con una entidad mal organizada. Esta tendencia preocupa al sector empresarial y estatal encabezado por instituciones tanto públicas como privadas cuyo malestar se fundamenta en el marketing global del turismo, es decir la carta de presentación que los tours operadores generan al vender un servicio a turistas nacionales y extranjeros, donde las condiciones del mercado se deben producir adecuadamente y tener servicios que estén a la altura de la industria internacional (Eleri y Claire, 2005). Un ejemplo de ello es la concepción del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), institución pública que concibe la importancia de la calidad en un módulo denominado seguridad y bienestar en el turismo de aventura, en donde se prioriza la relación de la integridad y bienestar del cliente para que los prestadores de servicios integren políticas y estándares de calidad que fomenten técnicas de integridad y normas de seguridad (SECAP, 2012).

Para los deportes de aventura las pautas son más estrictas en cuanto al manejo de instrumentos técnicos de orientación y navegación así como la implementación de técnicas de capacitación al turista que incluya seguridad, procedimientos y medidas de cautela. Finalmente incluye una unidad de competencias en primeros auxilios que evita tragedias e incluye medidas de asistencia, socorro y rescate antes durante y después de algún suceso inesperado (SECAP, 2012). En ese sentido el hecho de asumir un riesgo o consentimiento informado, tomado como fuente de exoneración de responsabilidad, debe ser considerado como un principio de alta efectividad que permita advertir al consumidor de los riesgos y posibles daños a los que potencialmente estarían expuestos cuando realiza turismo de aventura. A la vez resulta necesario, efectuar una evaluación de riesgos que permitan determinar la magnitud de los mismos en base al grado de dificultad de los peligros que implican, así como la frecuencia de incidencia de todas y cada una de las actividades deportivo- recreativas que forme parte de la oferta de una agencia operadora de turismo de aventura (Aspas, 2000).

El turismo de aventura por su propia naturaleza se ha denominado una actividad de adrenalina y riesgo, donde muchas veces el usuario de este tipo de turismo desconoce los riesgos a los que se enfrenta y es deber de los agentes turísticos contar con ciertos parámetros que fortifiquen la labor que ejecutan y el servicio que venden (Maldonado, 2004; Hall y Roberts, 2001). Dicho así es pertinente introducir doctrinas que permitan delimitar eficazmente el buen manejo y ejecución de las actividades deportivo- recreativas para que puedan ser ejecutadas responsablemente y sigan aportando al desarrollo de las habilidades, gozó y deleite de la emoción.

### **1.3. Tipos de turismo**

Se considera turismo a la acción de desplazamiento de personas de su lugar habitual de residencia, hacia otro lugar por motivos de recreación, diversión, y otros relacionados al ocio por un tiempo superior a 24 horas y no mayor a un año; teniendo así que pernoctar fuera de su domicilio y hacer uso de servicios de alojamiento u hospedaje. Bajo esta última premisa permite enunciar tres tipos de turismo según el lugar de procedencia de los turistas (OMT, 2008):

#### ◆ Turismo Emisivo:

Se entiende por turismo emisivo cuando los desplazamientos de masas se generan desde el país de origen, hacia otro destino diferente por motivos de ocio (OMT, 2008) a continuación un ejemplo de turismo emisivo:

Un turista que habite en Canadá decide visitar las playas de Acapulco, pertenecientes a México por motivos de ocio, en donde permanecerá por un periodo limitado de tiempo, y luego deberá retornar a su ciudad natal.

#### ◆ Turismo Receptivo:

Es aquel turismo cuyo objetivo se enfoca en captar la atención de turistas de todo el mundo, para que visiten un país en particular (OMT, 2008). Un ejemplo de esta clasificación del turismo se la puede encontrar a continuación:

Cada verano son cientos los de turistas americanos y británicos que se desplazan hacia las islas del caribe para vacacionar y disfrutar de las playas. Los habitantes de estas islas se benefician

de este masivo desplazamiento de turistas y se preparan para servirlos y atenderlos de la mejor manera.

◆ Turismo Doméstico:

El turismo doméstico es también catalogado como turismo interno y se refiere a los desplazamientos que realizan los mismos pobladores de un país hacia las diferentes localidades que lo conforman (OMT, 2008). En esta categoría se puede hacer referencia al siguiente ejemplo:

Los turistas nacionales de la República del Ecuador realizan visitas continuas a los sitios de interés turístico que existen en las distintas provincias del país. En el caso particular de Baños de Agua Santa la aglomeración de turistas ocurre principalmente en los fines de semana y feriados, donde los turistas nacionales aprovechan su tiempo libre para visitar el cantón.

De otra forma, el turismo también se puede clasificar según las motivaciones de los turistas o por la actividad que realizaran en su destino final o motivo principal de su viaje. Existe un gran número de variantes del turismo que han surgido según las más extrañas, sofisticadas y excéntricas motivaciones del visitante. A más de ello es importante conocer que la aparición de las diversas formas de hacer turismo están también ligadas al producto; ya que su comercialización ha tratado de ganar cada vez más adeptos que ayuden a consolidar una industria económica rentable, de tal forma que ha desplazado a las formas convencionales de turismo por las tendencias de auge (García, 2006).

Entre los más importantes se puede nombrar (García, 2000):

- ◆ Turismo de sol y playa
- ◆ Turismo de cruceros
- ◆ Turismo cultural
- ◆ Turismo religioso
- ◆ Turismo urbano
- ◆ Turismo rural
- ◆ Agroturismo

- ◆ Turismo ecológico o ecoturismo
- ◆ Turismo gastronómico
- ◆ Turismo vivencial

El nacimiento de estas nuevas tendencias turísticas logro re direccionar el sentido de lo viajes organizados con el fin de ganar más seguidores que se identifiquen con alguna de estas variantes. Un ejemplo claro es la gran acogida que ha mostrado la práctica del turismo de aventura gracias al posicionamiento del turismo alternativo o especializado como actividad de momento.

#### **1.4.Turismo de aventura**

El turismo amparado bajo el concepto de recreación y esparcimiento, ha estado latente desde tiempos remotos, en la época de los griegos el turismo tuvo sus inicios con la aparición e internalización del concepto del tiempo libre o tiempo de ocio, mismo que contribuyo a la aparición de la afición por el juego y los espectáculos como fuente de aplacamiento del stress y un escape de la rutina y las actividades cotidianas (Puertas, 2007; Ziperovich, 2004).

Más tarde, en la edad media la concepción del ocio tomo un rumbo diferente, las actividades laborables tenían un horario establecido y el tiempo de esparcimiento se ganó un lugar dentro de la vida del hombre. Sin embargo, no es sino hasta la época de la revolución industrial cuando surgió el concepto de “liberalismo”, lo que trajo consigo una nueva concepción del trabajo y del ocio. Finalmente gracias a la organización de los trabajadores se logró reivindicar los abusos a los que fueron sometidos en épocas pasadas y afianzaron la aparición de nuevos horarios laborales, festividades y el derecho a las vacaciones pagadas (Puertas, 2007; Ziperovich, 2004). Con esos antecedentes se puede indagar en la relación de dependencia que tiene el ocio con la actividad comercial del nuevo milenio, el turismo. Dicho de otra forma el turismo no es más que una actividad que nace a partir de la disposición de tiempo libre o tiempo de ocio, que tras el paso de los años tomó un rumbo diferente y convocó a la participación activa de la afición por el juego y a la emoción de la recreación a ser parte de él (Acerenza, 2012).

Para el siglo XX la sociedad humana fue participe del nacimiento de un nuevo tipo de deportes que dejó de ser pasivo (shows y espectáculos públicos), para convertirse en activo siendo ejecutado por los turistas empíricos, y que como producto de la evolución de la industria turística hizo surgir a un nuevo tipo de turismo denominado como turismo de aventura (Hinch *et al.*, 2003). De esta forma se empezó a utilizar el término de turismo de aventura, como sinónimo de aquellos viajes cuyo propósito específico envuelve vivir nuevas experiencias, que usualmente conciben cierto nivel de riesgo o peligrosidad, e implican desafíos para las personas en el entorno natural (Jafari, 2000).

Han sido varios los hitos que han formado parte de la evolución del turismo alternativo, activo o de aventura, la diferencia ha sido y seguirá siendo un público contemporáneo que está acostumbrado a ver actividades nuevas e innovadoras por lo que se hace importante internalizar la idea de vivir en una sociedad cada vez más lúdica, cuya aspiración es que el hombre moderno redescubra el mundo y todo lo que hay en él (Molina, 2008). Así, la aventura se ha visto relacionada, generalmente con deportes extremos y su difusión ha permitido generar el interés y las motivaciones en diversos escenarios que con el tiempo se han convertido en destinos para el turismo de aventura. Por lo tanto se define al turismo de aventura como aquel que incorpora la práctica de deportes de aventura como eje fundamental de su ejecución. Las actividades físicas de aventura que se practican en la naturaleza son aquellas que generan emoción al practicante y requieren de una técnica o conductas de motricidad para que sean desarrolladas, puesto que la mayor parte de ellas son producto de la gravedad, vientos u mareas (Elías, 2009). Este tipo de turismo tiene un segmento de mercado dedicado principalmente a los jóvenes, y en ciertas ocasiones también adultos, pues se considera como una actividad de placer, sensaciones vivenciales, y búsqueda de nuevas experiencias, sin embargo este tipo de turismo requiere de operadores turísticos que oferten un paquete de deportes extremos, que generalmente son vendidos como servicios sueltos, pues es su principal enfoque, no trata de los servicios complementarios como hotelería y restauración (Olivera, 1995).

Los deportes de aventura han despertado gran acogida entre los turistas contemporáneos, por lo que han convertido en una alternativa de la diversificación de las actividades de ocio, de las cuales los turistas pueden disfrutar en su tiempo libre cuando se desplazan hacia lugares

distantes por la emoción del vértigo y la adrenalina (González, 2008). El principal objetivo del turismo de aventura es sin duda la noción del riesgo y la experiencia de la adrenalina, además de fomentar la comercialización de dichas actividades aprovechando las facilidades del medio y la belleza paisajística, por lo que actualmente no es extraño escuchar acerca de estos deportes desde los más convencionales hasta los más diversos y bizarros o incluso los deportes extremos (González, 2008).

Los deportes extremos son aquellas actividades deportivas que se realizan en diversos ambientes, cuya práctica implica una cierta destreza y grado de peligrosidad al que se exponen los aficionados de este tipo de actividades de ocio. Los deportes de aventura pueden ser tan diversos como exigentes, pueden clasificarse por su nivel de dificultad; alta, media o baja, así también existen deportes extremos cuya clasificación está relacionada al ambiente en el que se desarrolla (Vargas, 2010). Existen tantas modalidades de deportes como tan diversos son los gustos y preferencias de los turistas. Es por ello que los deportes de aventura se han diversificado de forma veloz, innovadora y cautivadora.

A continuación, en la Tabla 1, la clasificación de los deportes extremos según el medio en los que se ejecutan; existen deportes terrestres, aéreos y acuáticos en aguas dulces y saladas.

**Tabla 1: Clasificación de los deportes de aventura**

<b>AGUA</b>	<b>AIRE</b>	<b>TIERRA</b>	<b>NIEVE</b>	<b>HIELO</b>
Submarinismo	Parapente	Bicicleta	Snowboarding	Escalada en hielo
Piragüismo	Ultraligero	Senderismo	Esquí	Alpinismo
Hidrospeed	Ala Delta	Espeleología	Trineo	Himalayismo
Rafting	Globo Aerostático	Escalada en Roca		
Vela				
Surf				

**Fuente: Casterad, Guillén y Lapetra, 2000**

A pesar del gran auge que han tenido todos los deportes de aventura existentes, en el mercado del turismo existe gran preocupación por el riesgo que forma parte de los deportes de aventura

(Rivas, 2004). De allí la importancia sobre la reflexión: ¿están bien planteados los actuales modelos y servicios turísticos que se oferta?

La propuesta de este estudio se basa principalmente en el análisis del proceso de planeación y diseño de un servicio, porque no solo se debe considerar lo atractivo del producto y la comodidad del cliente, sino también los marcos reguladores que conforman las leyes, reglamentos y estatutos a seguir para poner en marcha un negocio. El hecho de asumir el riesgo juega un papel muy importante (consentimiento informado), puesto que es sustancial que el cliente conozca los peligros a los que estará expuesto; y por consiguiente los asuma de forma voluntaria, dejando así al prestador de servicio libre de responsabilidades dentro de los parámetros establecidos (Panells y Crespi, 2012). Es importante recalcar que se debe analizar el factor incertidumbre que generan estas prácticas, para determinar cuidadosamente los espacios físicos, terrenos idóneos y realizar un análisis exhaustivo de las actividades más propicias que pueden realizarse en dicho ambiente, todo esto con la finalidad de disminuir el riesgo, la incertidumbre y consecuentemente mejorar la percepción de calidad que el cliente se lleva sobre la experiencia vivida.

### **1.5. Calidad del turismo**

La industria del turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo, pero mientras el turismo crece las exigencias de los turistas también se han intensificado y aumentado. En la actualidad resulta muy común saber sobre las nuevas exigencias del consumidor y sobre las organizaciones e instituciones que se han unido para crear parámetros e índices de calidad que ayuden a las empresas turísticas a lidiar con este reto (Zornoza, 2004). Los servicios son bienes intangibles que no necesitan de patentes para venderse, no son inventariados y los cuales dependen de varios componentes para determinar su índice de calidad, la calidad del servicio es un aparte esencial del proceso de comercialización de productos que se enfoca en la satisfacción neta del cliente (Ryan y Gordon, 2003). En el turismo la calidad del servicio también se puede ver reflejada entre otras variables en la atención al cliente, ya que por ser una industria muy compleja en la que interviene muchos actores la calidad no puede ser gestionada desde un solo punto de vista.

La atención al cliente está estrechamente ligada a la satisfacción del consumidor y a la calidad que perciben sobre un producto o servicio. La atención es un paso fundamental y prioritario que toda empresa debe contemplar en sus procesos pues es la parte preliminar de las ventas (Fernández, 2004). La calidad es un factor implícito dentro del proceso de creación de servicios (Eiglier y Langeard, 1989), existen varios modelos y numerosos procesos investigativos que facilitan el entendimiento de la calidad del servicio a los que los empresarios se pueden acoger para manejar mejor sus compañías.

La calidad de puede medir desde distintos ángulos (Parasuraman *et al.*, 1992):

- ◆ Calidad prevista
- ◆ Calidad efectiva
- ◆ Calidad percibida

Estos tres factores conforman la calidad total de un servicio, el que puede verse afectado por los componentes de producción con la gestión de desarrollo, talento humano, cortesía, seguridad, comprensión y comunicación efectiva.

El servicio es un factor compartido, manejado tanto por la empresa y los empleados como por los clientes. Estos 3 agentes son responsables de diferentes ciclos del proceso de compra (Casino, 2001; Eiglier y Langeard, 1989):

- Los empleados, son los encargados de atraer a los consumidores, brindarles un buen trato, entender y comprender sus necesidades.
- La empresa, es la encargada de efectivizar las promesas de sus servicios, para cumplir con las expectativas de sus clientes.
- Los clientes, valoran las cualidades de un bien o servicio, para convertirse en un cliente fiel de la compañía.

Cuando se habla de calidad, se entiende como un herramienta de eficiencia pues se pretende mejorar el aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales para minimizar los gastos y maximizar las ganancias y así lograr elevar el margen de utilidades para la empresa; pero para los consumidores la calidad se transforma en un parámetro de confianza y credibilidad (Maldonado y Hernández, 2011).

La calidad en el turismo es un proceso en el que la empresa se plantea el reto de satisfacer todas las exigencias y necesidades de sus consumidores, para lo cual los empresarios y dirigentes deben implementar en su organización modelos de gestión e innovación (Mediavilla, 2008). A continuación un resumen de los parámetros que pueden mejorar la atención y la calidad del servicio tomado de varios autores:

- ◆ Segmentación de mercado
- ◆ Marketing mix
- ◆ Mix de promoción
- ◆ Benchmarking
- ◆ Modelos de medición de la calidad
- ◆ Manejo de la capacidad de carga
- ◆ Cumplimiento de las normas técnicas y reguladoras
- ◆ Obtención de certificaciones

Los marcos reguladores o sistemas de calidad de servicios tienen como objetivo garantizar la calidad en la prestación de servicios turísticos; este análisis puede resultar más complejo cuando se trata de verificar que las metodologías y normas técnicas se estén cumpliendo a cabalidad, cuando el producto a analizar es nuevo y aún no se encuentra desarrollo en su totalidad (Panells y Crespi, 2012).

## 2. CAPÍTULO II: METODOLOGIA

### 2.1. Metodologías de medición de la percepción de la calidad

#### 2.1.1. Metodología SERVQUAL

La calidad es un término que expresa la eficiencia y eficacia de la atención que reciben los clientes al adquirir un bien o servicio en particular, en muchas ocasiones este término ha sido mal interpretado y esto ha generado una confusión entre trato y calidad (Colmenares y Saavedra, 2007). Por otro lado, la calidad es considerado un concepto abstracto al igual que las metodologías de gestión de la misma, puesto que su control y evaluación son muy complejos (Carman, 1990). Para poder medir el nivel de gestión de la calidad se han implementado algunos métodos que faciliten su entendimiento, manejo y dirección de la producción y la comercialización para la mayor satisfacción de los consumidores. A continuación en la tabla 2 se expone una muestra de los aportes científicos que han fomentado el estudio de las percepciones de la calidad.

**Tabla 2: Evolución de los aportes al estudio de la calidad del servicio**

<b>AÑO</b>	<b>AUTORES</b>	<b>APORTES</b>
<b>1980</b>	Oliver	Paradigma Desconfirmatorio
<b>1984</b>	Gronroos	Modelo de Calidad de Servicio
<b>1985, 1988</b>	Parasuraman, Zeithaml y Berry	Modelo SERVQUAL
<b>1989</b>	Eiglier y Langeard	Modelo SERVUCCION
<b>1992</b>	Cronin y Taylor	Modelo SERVPERF
<b>1993, 1994</b>	Teas	Modelo de Desempeño Evaluado
<b>1994</b>	Rust y Oliver	Modelo de tres componentes
<b>1996</b>	Dabholkar, Thorpe y Rentz	Escala Multinivel de Calidad del Servicio
<b>1997</b>	Philip y Hazlett	Modelo P-C-P
<b>2001</b>	Bradt t Cronin	Modelo Jerárquico Multidimensional
<b>2006</b>	Akbaba	Técnica Factor Índice Critico

**Fuente: Colmenares y Saavedra, 2007**

La metodología SERVQUAL, es un modelo de evaluación de la gestión de la calidad de la prestación de servicios. Esta metodología evalúa el nivel de satisfacción que los clientes tienen tras consumir ciertos servicios (Parasuraman *et al.*, 1992). El modelo SERVQUAL es una herramienta de medición de la percepción de la calidad del cliente, después de haber recibido un servicio. Permite definir cuáles son las carencias del proceso de atención y servicio al consumidor, es decir analiza la brecha que existe entre la calidad objetiva (lo que el cliente espera); y la calidad real (lo que efectivamente recibió el cliente). Este modelo mide el margen de error existente entre las expectativas y las percepciones (Naik *et al.*, 2010). Esta metodología ha sido probada y adaptada por varios estudios de la percepción de la calidad en industrias indistintas, esto debido a que la satisfacción del consumidor es una pieza clave de los negocios, sobre todo en los que prevalece el poder de la calidad como un factor de diferenciación entre marcas y servicios/ productos (Parasuraman *et al.*, 1992). La metodología elaborada por Parasuraman *et al.* Está compuesta por dos variables muy importantes; las expectativas y las percepciones del consumidor, las que han servido como punto de partida para el análisis de la carencia de efectividad de la gestión de la calidad. La metodología dota al investigador de datos acertados, como; brechas de insatisfacción, defectos de calidad y la calidad global del establecimiento (1988: 12-13).

El modelo SERVQUAL identifica 5 variantes que caracterizan el servicio, las que se pueden obtener tras la evaluación del consumidor a través de un cuestionario de 22 preguntas, en el cual se analiza (Croning y Taylor 1994):

1. *Elementos tangibles*: Se denominan también como bienes materiales y se refieren al aspecto físico de las instalaciones, la maquinaria, equipos, el personal involucrado en el proceso y los materiales físicos que se utilizan para la comunicación.
2. *Fiabilidad*: Se considera como la habilidad, capacidad y compromiso por cumplir con los estándares del servicio ofrecido de manera efectiva, precisa y confiable.
3. *Sensibilidad*: Comprende el gesto de ayuda y servicio de atención al cliente al proporcionar un servicio ágil y sin demoras.

4. *Seguridad*: Amplio conocimiento sobre el servicio que se oferta por parte de los empleados, de tal manera que logren transmitir confianza y seguridad al consumidor a través del buen trato y la cortesía.
5. *Empatía*: La atención personalizada que brinda la empresa a sus clientes para captar su atención y crear lazos de fidelidad.

El modelo original SERVQUAL fue estudiado con 10 componentes del servicio de la calidad, los que más tarde fueron re agrupados en un total de 5 componentes de la metodología de medición de la calidad, los cuales son capaces de evaluar la calidad de los servicios de forma individual. En síntesis lo que el modelo SERVQUAL propone es un análisis de vacíos que permitan conocer el óptimo desempeño de la empresa, sus empleados y la satisfacción de los clientes, el desarrollo de nuevas oportunidades de ventas, la mejora en la captación de nuevos clientes; para que al mismo tiempo se optimice la relación entre la empresa y el consumidor, logrando así un incremento en el volumen de las ventas, impulsando la imagen corporativa de la organización y reduciendo costos con el fin de maximizar el margen de desempeño de la empresa (Naik *et al.*, 2010; Mohd *et al.*, 2013). El modelo SERVQUAL a la vez se subdivide en atributos relacionados con los 5 elementos que lo conforman, puesto que son factores que también inciden en la percepción de la calidad del cliente (Parasuraman *et al.*, 1992; Naik *et al.*, 2010):

◆ Dimensión 1: Elementos tangibles

1. La empresa posee equipos modernos.
2. Las instalaciones son llamativas y atractivas
3. Los empleados manejan una apariencia impecable.
4. El material publicitario, de servicio y afines son atractivos a la vista del consumidor.

◆ Dimensión 2: Fiabilidad

1. La empresa cumple con los periodos de tiempo pactados.
2. Interés de ayudar a sus clientes.

3. La empresa realiza su trabajo efectivamente.

4. La empresa posee registro de errores.

◆ Dimensión 3: Sensibilidad

1. Los empleados son comunicativos.

2. Los empleados ofrecen servicios ágiles.

3. Los empleados son serviciales.

4. Los empleados siempre están prestos a responder las preguntas de los clientes.

◆ Dimensión 4: Seguridad

1. Los empleados transmiten confianza

2. los clientes muestran confianza sobre las transacciones a la empresa.

3. Los empleados son corteses con los clientes.

4. Los empleados dominan la materia y están aptos para responder cualquier duda de los clientes.

◆ Dimensión 5: Empatía

1. La empresa brinda atención personalizada.

2. El horario de atención de la empresa es conveniente para los clientes.

3. Los empleados brinda atención personalizada a los clientes.

4. La empresa piensa en los intereses de sus clientes.

5. La empresa comprende las necesidades de sus clientes.

Estas subdivisiones de los componentes del modelo SERVQUAL, son las variables que preceden la planeación de las preguntas del cuestionario. Dicho cuestionario consta de 22 preguntas y lleva un rango de calificación entre 1 y 7 que el cliente evaluara según su percepción del servicio que ha recibido (Mohd *et al.*, 2013).

- ◆ El modelo SERVQUAL desarrollado por Parasuraman *et al.* También infiere en el modelo de fallos de la calidad del servicio, pues está estrechamente ligado con los

factores que componen la metodología SERVQUAL en él se identifican 7 variables de los fallos del sistema del servicio, también conocidos como *gaps*, por su nombre en inglés (1988). A continuación la descripción de cada uno de ellos (Luk y Layton 2002; Parasuraman *et al.*, 1994).

- ◆ GAP 1: Las expectativas de los clientes frente a las percepciones de la empresas sobre las mismas expectativas, es el fallo de la aplicación de la mercadotecnia, en la investigación sobre lo que buscan los clientes.
- ◆ GAP: El manejo de la percepción del servicio frente a las expectativas del servicio, esta falla alude al malestar que se genera cuando las políticas internas se interponen a la satisfacción del cliente.
- ◆ GAP 3: El servicio ofertado no es el mismo que el brindado, se debe a la imprecisión de los empleados, la tecnología, procesos de control, o mal manejo del desempeño del equipo de trabajo en general, que no permiten llevar a cabo una actividad de la forma esperada.
- ◆ GAP 4: El servicio ofertado frente a fallos en la comunicación, se da cuando las promesas sobre el estándar de calidad de un servicio supera la realidad de alcance de la empresa.
- ◆ GAP 5: Las expectativas del cliente versus su percepción del servicio brindado, se genera cuando las necesidades del cliente no son satisfechas como se esperaba.
- ◆ GAP 6: Las expectativas de los clientes frente la percepción de los empleados, este fallo se da por mal entendimiento y comunicación entre el personal y el consumidor.
- ◆ GAP 7: Percepción de los empleados frente a la percepción de la empresa, se puede suscitar por fallos en la interpretación de los objetivos que se plantea la empresa, y lo que los empleados entienden.

En resumen se puede decir que la metodología SERVQUAL es una herramienta de operación en tres niveles, y funciona en base a 3 fases (Babakus y Boller, 1992):

- ◆ Cuestionario de perspectivas, consta de 22 preguntas dirigidas a medir las expectativas del cliente sobre un servicio determinado.

- ◆ Cuestionario para identificar y medir cada variable según las inclinaciones personales de cada cliente; Elementos tangibles, Fiabilidad, Sensibilidad, Seguridad y Empatía. Y así determinar la importancia que los clientes le dan a cada uno de las 5 dimensiones del servicio.
- ◆ Cuestionario de percepciones, consta de 22 preguntas que están dirigidas a conocer las percepciones reales y reacciones después de recibir un servicio en una empresa específica, haciendo referencia a un nombre particular de entidad.

### **2.1.2. Modelo SERVUCCION**

EL modelo SERVUCCION apareció en el año de 1989 como una guía del proceso de creación de servicios que se define como un elemento diferenciador del servicio que complementa las ventas de una empresa u organización y como una herramienta de sistematización y control del proceso de creación de los servicios, los que deben estar organizados de forma lógica, secuencial y coherente, entre los elementos tangibles, bienes materiales; y los intangibles, talento humano. El modelo SERVUCCION pertenece a la escuela europea nórdica (Eiglier y Langeard, 1989).

El presente cuadro, es una muestra de orden e interrelación entre los factores que conforman el modelo de SERRVUCCION, cuya característica principal es ser una herramienta diferenciadora en el proceso de la gestión de la calidad (Ferraro, 2004).

El modelo es una diagrama de procesos de creación de servicios diseñado como ciclo compuesto por un objetivo y un fin, en donde todos los actores están relacionados entre sí, y en el cual todo se mueve en torno al cliente o consumidor (Ferraro, 2004). Los elementos que componen el modelo SERVUCCIÓN son (Eiglier y Langeard, 1989):

- ◆ El cliente: Es la persona que adquiere un bien o servicio con el afán de satisfacer necesidades de distinto índole. El consumidor es la pieza esencial del proceso de SERVUCCION puesto que es quien genera un servicio.
- ◆ Los clientes potenciales: Son aquellos consumidores que eventualmente podrían prescindir de un bien o servicio, y son objeto de la comunicación indirecta entre consumidores.

- ◆ El soporte físico: Es el material que se necesita para la producción.
- ◆ El personal en contacto: Es el personal que está en contacto directo con el cliente, y es pieza esencial de la comercialización.
- ◆ El sistema de organización interna: Son los procesos de organización interna, de los cuales el cliente no tienen conciencia, pero que son imprescindibles.
- ◆ El servicio: Es el resultado del proceso óptimo de creación de un servicio que es vendido al cliente con el fin de satisfacer alguna necesidad (Ferraro, 2004).

El modelo SERVUCCION permite a los empresarios mediar el desempeño de la empresa y la eficiencia laboral de sus trabajadores. En este proceso en donde el consumidor puede ser simultáneamente productor, se puede diferenciar fácilmente las fallas y aciertos de la producción del servicio en tanto que si la producción se estanca, también se asume la satisfacción del cliente ha sufrido un declive y ha dejado de generar trabajo para la empresa (Eiglier y Langeard, 1989). La capacidad del modelo de SERVUCCION puede ser tan amplia como el universo de targets a los una empresa se puede enfocar, siempre y cuando se contemple la capacidad con la que se cuenta para satisfacer a un volumen determinado de clientes que merecen recibir un servicio óptimo y de alta calidad (Ferraro, 2004).

### **2.1.3. Modelo SERVPERF**

El modelo SERVPERF desarrollado por Croning y Tailor en el año de 1992, es un modelo que enfatiza el estudio entre la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y sus intenciones de compra u adquisición de un producto. El servicio performance (SERVPERF), es una metodología que se fundamenta en la percepciones del cliente mas no en sus expectativas, con el modelo SERVQUAL. Por otro lado el modelo SERVPERF propone 4 cuestionarios básicos (Croning y Taylor, 1992):

- ◆ Desempeño y expectativas
- ◆ Importancia del desempeño y las expectativas
- ◆ El desempeño
- ◆ La importancia del desempeño.

## **2.2.Diseño de la herramienta**

### **2.2.1. Calidad en el turismo, metodología final**

El turismo de aventura ha sido y seguirá siendo la industria de la adrenalina y la diversión, refugio de quienes huyen de la rutina y el stress del diario vivir. A continuación se detalla las herramientas que se emplearán para determinar la calidad del turismo de aventura en Baños de Agua Santa:

#### ◆ Encuestas:

La aplicación de la encuestas a los turistas que visitan Baños de Agua Santa tiene como finalidad principal:

- Conocer el perfil del turista de Baños de Agua Santa
- Determinar la calidad percibida
- Establecer cuáles son los deportes más cotizados por los visitantes
- Conocer los atractivos turísticos más visitados del cantón
- Valorar las cualidades del personal que trabaja en turismo
- Determinar las principales causas de riesgo de las actividades deportivas

#### ◆ Tamaño de la muestra - Encuestas

Según el anuario de entradas y salidas de turistas, en el 2011 llegaron al Ecuador 1364057 turistas extranjeros de ese monto el 11% visito la ciudad de Baños de Agua Santa (MINTUR, 2014). Lo que significa que la ciudad recibió un promedio de 150.000 turistas en dicho año.

Para calcular el número estimado de encuestas a realizar se utilizara la fórmula del tamaño de la muestra finita, puesto que si tenemos el dato correspondiente al tamaño de la población. Para este estudio utilizaremos el nivel de confianza standard de 90% y un error de estimación del 10%. Se reemplaza los valores en la siguiente formula (López, 2010):

- Formula de población finita (Díaz, 2013:254):

- $$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

- Datos a reemplazar:

n = ?
e = 0,1
Z = 1,65
N = 150000
p = 0,50
q = 0,50

- Desarrollo:

- $$n = \frac{(1,96^2)(0,50)(0,50)(150000)}{(150000)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,50)(0,50)}$$

- $$n = \frac{(1,92)(75000)}{(375) + (0,96)}$$

- $$n = \frac{144000}{375,96}$$

- $$n = 383$$

- Resultado:

Una vez obtenido el resultado, se deduce que el número de encuestas que se realizara en este estudio de campo será de 385 tanto a turistas nacionales como extranjeros que se encuentren visitando el cantón Baños de Agua Santa.

#### ◆ Entrevistas

La matriz elaborada es una guía de valoración de cualidades y atributos que se aplicarán a los operadores de turismo de forma directa; las mismas ayudaran a determinar:

- El nivel educativo de los guías que están laborando en Baños
  - Servicio al cliente hacia los turistas
  - Los procesos internos con los que cuentan los Tour Operadores
  - Los permisos de funcionamiento
  - El soporte físico que poseen
  - Los materiales y equipamientos
  - El control y planificación de las actividades turísticas que comercializan.
- ◆ Tamaño de la muestra - Entrevistas

Según el informe del catastro turístico de la provincia del Tungurahua realizado por Sistema Integrado de Información Turística en el año 2014 existen 57 agencias de viajes registradas legalmente en el Cantón Baños de Aguas Santa (SIIT, 2014). De ese número se tomó en consideración a 14 de ellas, puesto que son las únicas que operan directamente los tres deportes los que se refiere esta investigación. En Baños se encuentran registradas 14 entidades a la operación de *Rafting*, *Biking* y *Canopy*.

De esta forma, se determina que el universo de la muestra para la entrevista es de 14 operadores de turismo.

- Resultado:  $n = 14$

El número de entrevistas que se realizara en este estudio de campo será de 14.

### **2.2.2. Matriz de medición**

La matriz de medición de calidad interna, es una herramienta de investigación utilizada para conocer los sus procesos, métodos y herramientas que emplea una compañía en el desarrollo de su actividad comerciales. Hace referencia a la estructura y organización interna de la empresa, en este caso representado por los Tour Operadores. (Ver anexo N°1).

La matriz empleada cuenta con los siguientes elementos:

- ◆ Encabezado

Proporciona los datos básicos de tour operadores tales como:

1. Razón Social
2. Fecha en la que se realizó la entrevista
3. Nombre del entrevistado
4. Cargo que ocupa en la agencia
5. Email
6. Nombre del entrevistador

◆ Cuerpo

Consta de los tres tipos de enfoque de la metodología SERVUCCION:

▪ Personal:

1. Cuenta con personal capacitado y legalmente acreditado para laborar en el sector turístico, con amplios conocimientos sobre la materia en cuestión y con capacidad para desenvolverse con turistas de habla Hispana, inglesa y otros.
2. Tipo de atención al cliente, son amables y siempre están prestos a ayudar a los turistas.
3. El lenguaje utilizado por el personal es adecuado, maneja términos profesionales, demuestra conocer del tema.
4. Con cuantos guías de turismo de planta funciona el establecimiento.

▪ Administración:

1. Cuenta con productos diferenciados y llamativos
2. Posee un manual técnico sobre los procesos de venta y operación de las actividades turísticas.
3. Realiza un registro de operación de los clientes que compran servicios, tiene un registro de datos del participante y contactos de emergencia.
4. Posee algún tipo de póliza o seguro de accidentes, o se informa a los pasajeros de los potenciales riesgos a los que estará inmerso.

5. Cuantas personas en total gestionan la administración del establecimiento, la empresa tiene que numero de personal.
6. Tiene todos los permisos legales de funcionamiento, certificaciones u otros reconocimientos por su labor.

- Soporte Físico:

1. Cuenta con todo el equipo técnico para la operación de las actividades de turismo.
2. Las tours que opera la empresa es coordinado con material extra de respaldo, en caso de cualquier eventualidad durante la ejecución, o se envía a campo únicamente el equipo justo.
3. Cuenta con equipos de comunicación que le permita tener auxilio inmediato en caso de emergencia.
4. Posee botiquín de primeros auxilios.

La matriz de medición consta de 14 preguntas que comprenden los 3 principales elementos en la elaboración del servicio. Las 14 preguntas son evaluadas en un rango del 1 al 5 donde 1 es muy malo y 5 excelente, consta también de una sección para observaciones y comentarios, que ayudaran a validar la información recopilada y el puntaje de cada apartado.

### **2.2.3. Encuesta a aplicarse**

La encuesta a aplicar en Baños de Agua Santa es una herramienta indispensable para el estudio de este proyecto, pues facilita la recopilación de información sobre los gustos, experiencias y percepciones de los turistas (Ver anexo N° 2). La encuesta se divide en dos partes:

- ◆ Información básica del encuestado

Contiene 7 preguntas correspondientes a la indagación de datos e información general de las personas encuestadas, básicamente datos demográficas que servirán para el análisis del perfil del turista, así como para establecer los puntos focales acerca de sus motivaciones y la experiencia que buscan los turistas así como determinar los principales atractivos turísticos de Baños.

◆ Esquema de medición de la percepción

La segunda parte consta de 17 preguntas enfocadas en las 5 dimensiones de la calidad del modelo SERVQUAL. Las preguntas son de tipo abierta, cerrada, de rangos y selección múltiple. Para las preguntas de rango se establece las siguientes valoraciones:

- 1 = malo
- 2 = regular
- 3 = bueno
- 4 = muy bueno
- 5 = excelente

### **3. CAPITULO III: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA**

#### **3.1. Delimitación del área de estudio**

##### **3.1.1. Historia**

El cantón Baños de Agua Santa es un lugar de clima cálido y una geografía privilegiada. Está rodeado por montañas, ríos, cascadas, vertientes naturales y es considerado como la puerta de entrada a la Amazonía (Freire, 1970). Situado en las faldas de del volcán Tungurahua, Baños es uno de los cantones más destacados de la provincia. Posee múltiples maravillas naturales, su nombre se debe a las poderes curativos que se les atribuye a sus fuentes de aguas termales (La Hora, 2010, 16 de diciembre). La aparición de estas fuentes se debe a la actividad volcánica producida por el Tungurahua. Este mismo acontecimiento fue el responsable por el aumento de viajes y expediciones hacia el sector, pues se cree que sus aguas tienen poderes relajantes y curativos (Freire, 1970).

Varios autores coinciden en que es un enigma el proceso de crecimiento de la población por el que paso el territorio de Baños; sin embargo, se presume que sus habitantes provinieron de los más antiguos pobladores de América pertenecientes a la raza Lagoa Santa; pobladores brasileiros y de descendientes australianos que se asentaron en el extremo sur del continente americano (Freire, 1970; Reyes, 2001). Ellos realizaban excursiones continuas al paraíso escondido de Baños con motivos de adoración, ofrendas y sacrificios. Los indígenas de Lagoa Santa también visitaban las cuencas y fuentes que bañaban la tierra del actual Baños para hacer reverencia a sus supersticiones (Reyes, 2001: 29).

Durante la época de colonización Española, los primeros conquistadores que llegaron a la zona Baños de Agua Santa, se encontraron con una tierra poblada por pequeños grupos de Panzaleos y Puruháes, a más de ciertos grupos indígenas del Oriente. En ese entonces el sector llevaba el nombre de “Ipo” proveniente de la lengua Purua, sin embargo los españoles la nombraron como “Pueblo de Tungurahua” (Reyes, 2001: 30). Con la llegada de los españoles al nuevo continente, también llego una ola de avaricia, ambición y un sin número de antivaleores, que provoco la conquista y muerte de varios indígenas de la zona. Durante la fundación de San Francisco de Quito, se llevaron a cabo varias expediciones lideradas por

Gonzalo Días de Pineda en su afán por conquistar más territorios y explorar nuevas tierras. Entre ellas se dio la persecuciones en contra de Rumiñahui y su ejército, quienes cayeron en desesperación y emprendieron su partida al oriente Ecuatoriano (Reyes, 2001). Días de Pineda contribuyó a la exploración de las tierras bajas del Tungurahua como punto estratégico de exploración desde y hasta la amazonia. Según Freire se estima que él fue el primer invasor español en pisar la tierra de Baños en el año de 1539 (1970).

Ya en el siglo XVI, la zona fue bautizada con el nombre de Baños y para que así fuera fácilmente asimilado y recordado por quienes lo oían. La invasión y conquista española se dispersó a tal grado que los grupos indígenas que allí se asentaban se vieron obligados a huir o morir en la lucha por la defensa de su territorio; aquellos que desistieron el desplazamiento fueron sometidos por el yugo español y conquistados (Reyes, 2001). En el año de 1553 la orden de los padres dominicos fundó el primer poblado oficial de Baños, al que en aquel entonces denominaron “Poblado del Espíritu Santo”. Progresivamente se creó la primera capilla de Baños para la adoración de la virgen del Rosario de Agua Santa (Reyes, 2001). Desde aquel entonces el pueblo de Baños fue conocido como un pequeño poblado de apenas 300 habitantes de raza mestiza que vivían en humildes casas de paja y se dedicaban a la agricultura y a la destilación de licor de caña (agua ardiente). Posterior a ello en toda América se dio una fuerte ola de violencia y matanzas que azotó principalmente a Quito y Baños. En consecuencia la tierra de las aguas termales se alzó en rebelión a causa de las presiones del gobierno (Freire, 1970).

En 1778 la pequeña capilla de Baños hecha de caña guadua y techo de paja se incendió, y se produjo un milagro ya que la imagen de madera de la virgen que allí permanecía no fue consumida por las llamas, se conservó intacta. En 1904 el pueblo de Baños bajo la iniciativa del sacerdote belga Tomas Hállanos inició la construcción de su nueva iglesia de piedra volcánica negra y cal. El templo de estilo gótico levantado en el centro de Baños conserva una unidad de estilo hermosamente decorado con murales, grandes columnas y con arcos ojivales. La iglesia está dividida por tres naves. La decoración y los lienzos que adornan las paredes fueron pintados por el Imbabureño Fray Enrique Mideros (Reyes, 2001). 40 años después se concluyó la construcción de la Basílica de Baños. Finalmente el pueblo de Baños alcanzó la

declaración de cantón de la provincia de Tungurahua un 2 de diciembre de 1944 por decreto de la asamblea nacional constituyente (Reyes, 2001).

Ya en la década de los 80 el pueblo de Baños pasó por un proceso de cambios de infraestructura arquitectónica, comenzaron los primeros desplazamientos turísticos considerables hacia la zona. La cantidad de turistas empezó a crecer y la mayor actividad económica del cantón; la agricultura, fue rápidamente desplazada por la actividad turística que llegó a Baños con fuerza (Fundación Natura, 2005). El desarrollo turístico de Baños fue desde la antigüedad de índole religioso, cuando la fe por la virgen de Baños motivaba el desplazamiento de fieles peregrinos hacia el santuario, pero con el paso del tiempo, el cantón logró un desarrollo turístico tan grande que propició la aparición de nuevas tendencias y modalidades turísticas (Fundación Natura, 2005). Otro factor importante que ha incentivado el desarrollo turístico en Baños de Agua Santa es el volcán Tungurahua, que dejó de ser una amenaza y se transformó en producto estrella del cantón. El volcán, que desde el año de 1999 ha permanecido activo ha provocado grandes pérdidas económicas, pero a pesar de ello sus moradores han sabido sobrellevar la situación de la mejor manera (El Universo, 2011, 1 de diciembre).

### **3.1.2. Ubicación**

El cantón Baños de Agua Santa está ubicado en la cordillera occidental y pertenece a la provincia de Tungurahua, limita al norte con la provincia de Napo, al sur con las provincias de Chimborazo y Morona Santiago, al este con la provincia de Pastaza y al oeste con los cantones Patate y Pelileo (Freire, 1970). Su temperatura promedio oscila entre los 20 grados centígrados y se encuentra a 1826 metros sobre el nivel del mar (Reyes, 2001). La ciudad Turística de Baños tiene una superficie de 1065 km<sup>2</sup>, su población es de 20018 habitantes y está constituida por cinco parroquias; cuatro parroquias rurales (INEC, 2010):

- ◆ Lligua
- ◆ Río Negro
- ◆ Ulba, Río Verde

Y tan solo una Parroquia urbana, que es la cabecera cantonal:

- ◆ Baños de Agua Santa,

A continuación en la Tabla 3 se observa una referencia de distancias con respecto del cantón hacia otros puntos de interés:

**Tabla 3: Distancias desde Baños de Agua Santa**

<b>CIUDAD</b>	<b>DISTANCIA EN KILOMETROS</b>	<b>TIEMPO DE VIAJE</b>
Quito	170 km	3,5 horas
Guayaquil	420 km	7 horas
Ambato	40 km	1 hora
Cuenca	315 km	5 horas
Esmeraldas	415 km	8 horas
Riobamba	80 km	2 horas
Tena	140 km	4 horas
<b>Fuente: Banios.com, 2015</b>		

### **3.2. Turismo de Aventura en Baños**

#### **3.2.1. Atractivos turísticos**

Baños de Agua Santa cuenta con gran diversidad de atractivos turísticos, para la presente investigación se investigarán aquellos recursos que propician la práctica de los deportes extremos (Nicola, 1960). La evaluación de los atractivos turísticos es relevante para facilitar el entendimiento del valor intrínseco y el grado de interés turístico de los recursos de un sitio (Boullón, 1985). La matriz de segmentación que se emplea en este proyecto sirve para jerarquizar los atractivos turísticos que tienen potencial para el turismo de aventura o que son actualmente explotados de esa forma, a continuación en la Tabla 4 se ilustra los tipos de atractivos según su categorización:

**Tabla 4: Clasificación de atractivos turísticos según el tipo**

<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
<b>SITIOS NATURALES</b>	Montañas	
	Planicies	
	Costas	
	Lagos, lagunas	
	Ríos	
	Caídas agua	
	Grutas	
	Lugares observación flora fauna	
	Lugares caza y pesca	
	Caminos	
Bosques, etc...		
<b>MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES</b>	Museos	Pintura Escultura Arte decorativo Arquitectura
	Obras de arte y técnica Lugares históricos	
	Ruinas	
	Yacimientos arqueológicos	
<b>FOLKLORE</b>	Manifestaciones religiosas y creencias	
	Música y danzas	
	Artesanía y artes	
	Comidas y bebidas típicas	
	Grupos étnicos	
Arquitectura popular		
<b>REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS</b>	Obras de arte	Pintura, Escultura, etc. Puentes, Edificios arquitectura moderna
	Obras de Ingeniería	Fábricas, industrias, empresas de innovación
	Obras tecnológicas	
<b>ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS</b>	Artísticos	Musicales Teatrales
	Recreativos	Festivales de cine
	Otros	Fiestas populares
<b>Fuente: Boullón, 1985</b>		

- ◆ Volcán Tungurahua

- Sitio Natural- Montaña –Estratovolcán

El volcán Tungurahua ubicado en los Andes Ecuatorianos tiene una altura de 5016 msnm, Es considerado como “producto estrella” del turismo de la provincia del mismo nombre, ya que a él llegan miles de turistas asombrados por su majestuosidad e imponencia (Municipio del Cantón Baños, 2013; Banios.com, 2015). El Tungurahua es considerado uno de los volcanes más activos del Ecuador, habiendo reportado al menos 70 erupciones importantes, la población de Baños, siempre se ha visto afectada por la constante actividad del coloso (Aspiazu, Luna y Gómez, 2004), sin embargo de acuerdo a investigación de campo los efectos han sido atenuados por el incremento de la actividad turística lo que ha popularizado a la ciudad de Baños de Agua Santa en los últimos años.

- ◆ Cerro Runtun

- Sitio Natural – Gruta – Camino

El sendero Runtun ubicado a 40 km. de la ciudad de Ambato es una caminata hacia las faldas del Carihuairazo donde a más de realizar senderismo se puede practicar *canopy* sobre el circuito de cables allí instalados, según el estudio de campo realizado en el sector este camino está compuesto por una escalinata por donde se puede apreciar otros atractivos turísticos del cantón como son las cruces de piedra de San Francisco, del Calvario, Chigla y Pondoá, a más de ello también se puede visitar el mirador y gruta de la virgen (Vásquez, 2008).

- ◆ Puntzan

- Sitio natural – Lugares de caza y pesca

“Puntzán se encuentra a 20 minutos desde Baños por la vía a Runtún, en el límite del Parque Nacional Sangay” aquí existe un proyecto familiar, cuyo objetivo es crear un sitio recreativo que ofrezca pesca deportiva de truchas, servicios de alimentación y la práctica de *canopy* a través de un circuito de 2000 metros de cable (El Comercio, 2012, 3 de junio).

- ◆ Cascada Puertas del cielo

- Sitio Natural – Caída de agua

Esta tenue vertiente de agua está ubicada a 4 km. de la ciudad de Baños, en la carretera Baños – Puyo. Es un sitio de gran importancia ya que a través de la observación de campo se pudo constatar el interés que genera el sitio en los turistas al convertir en “pista” de la ciclo ruta. Esta chorrera natural es una filtración de agua que desciende de una formación rocosa cuya caída es de 60 m. aproximadamente (MINTUR, 2015).

- ◆ Cascada Cabellera de la Virgen

- Sitio Natural – Caída de agua

La cascada Cabellera de la Virgen se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Baños, su caída emerge desde el Cerro Bellavista y tiene una altura de 50 m., desde este sitio se puede acceder a la ruta que va hacia el mirador Miramelinda (MINTUR, 2007: 406).

- ◆ Cascada Manto de la novia

- Sitio Natural – Caída de agua – Lugar de pesca

Esta caída de agua está ubicada a 11 km del poblado de Baños y pertenece a la parroquia de Río Verde. Es una impresionante cascada considerada un gran atractivo para los visitantes puesto que forma parte del circuito de la ruta de las cascadas, tiene una caída de 70 metros de alto y se la conoce con el nombre de Chinchin, puesto que ese es el nombre del río de donde nace esta caída de agua. Desde el lugar se puede acceder al mirador atravesando el río Pastaza por tarabita, la investigación de campo corrobora la existencia de tres tarabitas que dan acceso a la cascada por diferentes rutas, dicho sistema de transporte permite acceder tanto a la caída como a la cima de la cascada (Alois, 2009).

- ◆ Cascada Río Blanco

- Sitio Natural – Caída de agua

Esta cascada ubicada en la parroquia de Ulba, es considerada muy popular ya que forma parte del río del mismo nombre, sus aguas recorren sectores de gran belleza paisajística a más de albergar especies animales como raposas, guatusas, zorros, entre otras. En su constitución se pueden observar toboganes naturales, los que pueden ser observados por los turistas desde la carretera. (MINTUR, 2007).

◆ Cascada Puertas del Cielo

- Sitio Natural – Caída de agua

Esta cascada se encuentra ubicada en un sendero de la vía Baños- Puyo, y es una pequeña vertiente de agua que emerge de la montaña y su caída es de 60 metros de alto (MINTUR, 2007: 647).

◆ Cascada de Chamana

- Sitio Natural – Caída de agua

Esta cascada se encuentra a 4 km de distancia del poblado de Baños y consta de un conjunto de 7 caídas de agua que emanan de una formación rocosa, apta para la práctica de deportes de aventura como el canyoning (MINTUR, 2007).

◆ Cascada Salto del Agoyán

- Sitio Natural – Caída de agua

Esta caída de Agua ubicada a 6 km. de la ciudad de Baños, es considerada de gran importancia histórica puesto que es un lugar donde se practicaban rituales ancestrales de la tribu Shuar, quienes profesaban su adoración por los dioses de la naturaleza. Actualmente en el lugar se puede hacer recorridos en tarabita para admirar el paisaje (MINTUR, 2007).

◆ Cascada San Jorge

- Sitio Natural – Caída de agua

Pertenece a la parroquia de Río Verde, y se ubica al lado izquierdo del túnel del mismo nombre, su caída supera los 60 metros de altura, aunque su caudal es reducido. Mediante el estudio de campo se pudo constatar que es un atractivo utilizado como balneario además de ser utilizado para la práctica de canyoning (MINTUR, 2007).

◆ Cascada Pailón del diablo

- Sitio Natural – Caída de agua

Está ubicado en la parroquia de Río Verde, tiene un salto aproximado de 100 metros de, es considerada la cascada más importante del cantón, y como parada obligatoria de todos los

turistas, la cascada se encuentra dentro de un sitio restringido al cual se puede acceder en su horario de apertura de 9:00 a 18:00. Para llegar al mirador de la cascada se debe hacer una caminata por el sendero de aproximadamente 30 minutos, en el ambiente predomina la existencia de árboles de cascarilla, palo santo, arrayan, balsa entre otros. El nombre de la cascada está estrechamente ligado a la forma que obtienen las aguas al empozarse en una fosa de forma cóncava como la de un pailón (MINTUR, 2007; Vásquez, 2008).

- ◆ Cascada de Cashaurco

- Sitio Natural – Caída de agua

Este atractivo se encuentra a 4 km. de la parroquia de Río Negro y es un conjunto de 3 cascadas, conocida como Cashaurco o Brisa Hermosa, que se precipita desde 40 metros de altura (MINTUR, 2007).

- ◆ Río Pastaza

- Sitio Natural - Río

Este atractivo pertenece a la parroquia de Río Negro, y sus aguas recorren al cantón Baños desde su entrada hasta llegar a territorio de la provincia de Pastaza y posteriormente Morona Santiago. Nace de la unión de los ríos Patate y Chambo, recoge aguas de las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo, su principal característica es que sus aguas son frías y torrentosas, se considera río de clase 3-4 apto para la práctica de deportes de aventura tales como el *rafting* y *kayaking* (Aspiazu, Luna y Gómez, 2004).

- ◆ Río Ulba

- Sitio Natural - Río

El río Ulba se encuentra ubicado a 2 km. Del centro poblado de la ciudad de Baños, pertenece a la parroquia del mismo nombre y forma parte de la reserva natural del Parque nacional Sangay (MINTUR, 2007: 655), según el estudio de campo se conoce que era un sitio antiguamente utilizado como balneario, pero en la actualidad esta práctica ha disminuido debido a las fuertes corrientes del río.

- ◆ Río Verde

- Sitio Natural – Río

El Río Verde es un rápido cuyo nacimiento se origina en cordillera de los Llanganates y su principal característica es que sus aguas son de color verde esmeralda, hecho que contribuyó al nombramiento del río (Municipio del cantón Baños, 2013).

### 3.2.2. Deportes de aventura

Por medio de las entrevistas realizadas a los diferentes tour operadores y gracias a la labor de campo efectuada en el cantón se ha podido obtener los resultados sobre las actividades de aventura más comercializadas por los agentes de turismo en el cantón Baños, en la Tabla 5 se muestra el detalle:

**Tabla 5: Actividades deportivas comercializadas en Baños**

ACTIVIDAD	SITIO DE VISITA
<b>Rafting</b>	Río Pastaza
<b>Canopy</b>	Montaña Runtun
	Cascada Agoyán
<b>Biking</b>	Manto de la Novia
	San Jorge
	Pailón del Diablo
<b>Puenting</b>	Puente San Francisco
	Puente Río Blanco
<b>Canyoning</b>	Cascada Chamana

Fuente: Elaboración propia

#### ◆ Rafting

El *rafting* es una modalidad del deporte extremo, cuya práctica está ligada a espacios con dependencia de cuerpos de agua (Vargas, 2010). Esta actividad de aventura también llamada hidrospeed consiste en el descenso por los rápidos de los ríos a alta velocidad lo que provoca inestabilidad a la embarcación resumen de la emoción y adrenalina que tiene este deporte. La práctica del *rafting* es mundial, pero tuvo origen en Europa en el año de 1980, en Francia (Molina, 2011). En el Ecuador esta actividad nace debido a la propicia orografía que posee el país, uno de los factores que más favorece la práctica del *rafting* es la ausencia de las

estaciones climáticas, lo que mantiene la corriente de los ríos fluyendo constantemente (Molina, 2011).

El río Pastaza es uno de los mejores sitios para la práctica de este deporte, se lo ha categorizado como un río de dificultad clase III y IV, la travesía inicia en el sector de Baños de Agua Santa por donde se realiza un recorrido de aproximadamente 10 km. El río Patate considerado de dificultad clase III, es otro de los sitios predilectos por los aficionados de este deporte, pues allí también se ofrece la realización de travesías de *rafting* (Molina, 2011).

El *rafting* es un deporte de aventura de altura, por tal motivo se lo ha clasificado de acuerdo al nivel de dificultad haciendo referencia al medio en el que se lo desarrolla, los ríos (Molina, 2001; MINTUR, 2014):

- Clase I: Fácil

Posee olas pequeñas por la poca movilidad de las aguas, se considera de riesgos leves.

- Clase II: Principiante

La corriente es moderada, es necesario que los deportistas conozcan de técnicas para realizar maniobras en caso de requerirlas.

- Clase III: Intermedio

Son ríos de corrientes rápidas con olas irregulares.

- Clase IV: Avanzados

Son ríos de corrientes rápidas y aguas turbulentas, olas y remolinos, se requiere destreza para maniobrar la embarcación.

- Clase V: Experto

Son aquellos que presentan gran dificultad y obstáculos que requieren de precisión para maniobrar la embarcación, las corrientes son rápidas y pueden presentar mucho oleaje y remolinos.

- Clase VI: Extremo

Son aquellos ríos que no son poco propicios para la práctica de este deporte por el alto nivel de dificultad que comprende sus corrientes de agua y por el nivel de peligrosidad que represente hacia la integridad de los deportistas.

El equipo técnico para la práctica de este deporte incluye (MINTUR, 2014):

- Casco
- Remos
- chaleco salvavidas
- Marcos
- Equipos de guía y dirección.
- Bolsa de rescate (cuerda, flotador)
- Traje de neopreno
- Botiquín de primeros auxilios
- Calzado propicio

- ◆ Canopy

*Canopy* es una palabra inglesa cuya etimología significa actividad que se realiza entre las copas de los árboles, que en efecto refleja su significado literal (Secretaría de turismo de Argentina, s.f.). Esta actividad que en sus inicios nació en Costa Rica como equipo de apoyo técnico para estudios científicos hoy en día se ha posicionado como un deporte de aventura, convirtiéndose en un elemento imprescindible de los paquetes o programas de viaje (Secretaría de turismo de Argentina, s.f.). Su desarrollo consiste en cruzar por medio de cables sujetos entre sí por la parte alta de los bosques, el objetivo principal del este deporte es poder brindar al practicante la oportunidad de deslumbrarse con los espectaculares paisajes que se pueden apreciar desde lo alto, ya sean estos barrancos, ríos, o bosques (La Hora, 2008, 15 de abril).

El equipo técnico para la práctica de este deporte incluye (MINTUR, 2014; Banios.com, 2015):

- Equipo de anclaje
- Plataforma y cables de acero
- Descendedores
- Casco
- Guantes
- Arnés protector
- Mosquetones de seguridad
- Tacones de protección
- Arneses

En la ciudad de Baños de agua Santa esta actividad es muy popular y se puede practicar principalmente en dos sectores: el encañonado de San Martín y Puntzan (MINTUR, 2007.).

#### ◆ Ciclismo

El ciclismo de montaña es un deporte de aventura que se ejecuta por circuitos o senderos aptos para el tránsito de bicicletas, y se considera como una actividad de esparcimiento y recreación (Zayas, Rodríguez y Vanni, 2006). Este deporte de aventura es efectuado con la ayuda de una bicicleta de montaña, cuya característica exclusiva es su robustez, lo que la hace ideal para todo terreno, puesto que efectivamente debe estar apta para circular en terrenos irregulares o rocosos (Vargas, 2010).

Ha sido tan buena la acogida de esta actividad entre los aficionados que hoy en día el ciclismo también ha hecho referencia a una modalidad del turismo; el cicloturismo, en el cual se recorren en bicicleta lugares de gran atractivo paisajístico.

El cicloturismo es aquella actividad deportiva que se realiza en bicicleta por campo traviesa, en donde la principal motivación es ejercida por el destino turístico (MINTUR, 2014). Este deporte puede ser clasificado según el grado de dificultad de la travesía (MINTUR, 2014):

1. Dificultad familiar: excursionismo ligero sin limitaciones física ni edades
2. Dificultad principiantes: exige un estado físico y técnica mínima

3. Dificultad medio: personas con experiencia y conocimientos previos
4. Dificultad avanzado: buen estado físico, experiencia y aptitud en el manejo de la bicicleta.

El equipo técnico para la práctica de este deporte incluye (MINTUR, 2014):

- Bicicletas en buen estado
- Brújula
- Equipos de comunicación
- Kit mecánico
- Casco
- Guantes
- Anteojos protectores
- Termo o mochila de hidratación.

En Baños el ciclismo es una actividad muy popular, ya que ha sido sede de varias competencias de ciclismo, una de las modalidades más populares es del down hill, por el nivel de experticia que se requiere para su desarrollo (La Hora, 2011, 11 de junio).

### **3.2.3. Operadores de Turismo**

Los diversos operadores de turismo que laboran legalmente en el cantón Baños de Agua Santa, ofertan una gran variedad de opciones de tours tanto de ecoturismo, y turismo de aventura puesto que estas son las principales variables de turismo que se desarrolla en el lugar. Dichos operadores cuentan con los equipos técnicos para la práctica de los diversos deportes de aventura que allí se practica acogiendo tanto a turistas nacionales como extranjeros (MINTUR, 2007). A continuación en la Tabla 6 el resumen de todos los agentes turísticos legalmente registrados:

**Tabla 6: Catastro turístico de tour operadores de Baños de Agua Santa**

<b>N</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>FONO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
1	Natural magic expeditions travel agency	998833377	Luis a. Martínez s/n y 16 de diciembre
2	Imagine ecuador	987286625	16 de diciembre s/n y Juan Montalvo
3	Adrenalina expediciones adexpe	32742755	Luis a. Martínez y Rafael Vieira
4	Aningatavel	994320653	Luis a. Martínez s/n y 16 de diciembre
5	Fanaties sport toues travel agency	983062366	Vivente Rocafuerte y Maldonado
6	Rehoboot expediciones travel agency	32742540	Vicente Rocafuerte y 16 de diciembre
7	Ultramotos & expeditions travel agency	32742995	Luis a. Martínez y 16 de diciembre
8	Chebas tour	987546270	Ambato y Thomas Halfants
9	Perez tour expeditions tour	993248670	Eugenio espejo y Óscar Efrén Reyes
10	Doguitours	32740747	Luis a. Martínez y 12 de noviembre
11	Carolines tour	32741510	Luis a. Martínez y 12 de noviembre
12	Megaventura tour operator	32742285	Luis a. Martínez y Pedro v. Maldonado
13	Dreamparadise	32742154	Ambato s/n y Eloy Alfaro
14	Ivaga tours sucursal no 1	989900996	16 de diciembre y Luis a. Martínez
15	White river explorer	32741248	Frente al conjunto habitacional de Juive
16	Sierra selva aventura	32742841	Pedro Vicente Maldonado s/n y Oriente
17	Motosport adventure	32742059	16 de diciembre y Luis a. Martínez
18	Baños xtremesports	32740786	16 de diciembre y Rocafuerte
19	Torres silva	32741068	Oscar Efrén Reyes y Eugenio espejo
20	Topsport adventure	32741001	Luis a. Martínez y Tomas Halflanths
21	Ivगतours	32741086	Eloy Alfaro y Ambato
22	Rutas doradas expediciones	987665878	Ambato s/n entre Eloy Alfaro y 16 de diciembre
23	Tungurahua explorer	32741024	16 de diciembre s/n y Rocafuerte
24	Llanganates expediciones no1	32741076	Ambato y 16 de diciembre
25	Servicios turisticos carrillo hermanos	32740373	16 de diciembre y Luis a. Martínez
26	Estancias tours	32742530	Vicente Rocafuerte y 16 de diciembre
27	Aventura extrema marcelos tours	32740355	12 de noviembre y Montalvo
28	Puerta del cielo cieltour	32743177	16 de diciembre s/n y Ambato

29	Pailontravel	32740899	Luis a. Martínez y 16 de diciembre
30	Eventurandes sucursal no1	32740628	Eloy Alfaro y oriente
31	Explorjungle expediciones	32740605	16 de diciembre y Montalvo
32	Alexandertour	32741151	Luis a. Martínez y Thomas Halflants
33	Teamadventure cia ltda	32742195	Oriente y Thomas Halflants
34	Jose & dos perros	32740746	Vicente Maldonado y Luis a. Martínez
35	Adventure equator land	32740347	Luis a. Martínez y 16 de diciembre
36	Wonderfull ecuador	32740343	Oriente y pedro v. Maldonado
37	Vida natural expediciones	32742182	Ambato y los arrayanes
38	Sebastian moya expediciones cia. Ltda.		Eloy Alfaro y Luis a. Martínez
39	Rain forestur cia.ltda.	32740743	Ambato y Maldonado
40	Marberk tour	32741695	Eloy Alfaro s/n y Vicente Rocafuerte
41	Llanganates expediciones	32740076	Luis a. Martínez y 16 de diciembre
42	Mayo travel	32740803	Pedro Vicente Maldonado y oriente
43	Geo Adventures	32741344	Ambato y Thomas Halflants
44	Explorsierra expediciones	32742055	Av. De las amazonas s/n barrio Pititig
45	Expediciones jarrin	32740867	Pedro Vicente Maldonado y oriente
46	Expediciones amazonicas	32740506	Oriente y Thomas allantas
47	Distractours	32741273	Ambato y tomas Halflants
48	Cordovatur	32740923	Barrio el recreo los helechos y los rosales
49	Conquistours		Pasaje la Hermita de la virgen
50	Baños aventuras y expediciones		Eloy Alfaro y oriente
51	Aventura travel her antonio	32741618	Montalvo y Thomas Halflants
52	Aventurandes expediciones cia.ltda.	32740925	Eloy Alfaro 554 y oriente
<b>Fuente: (SIIT, 2014)</b>			

Mediante la investigación, se concluyó que existen 14 tour operadores que ofertan directamente los tres deportes de aventura, que son objeto de esta investigación. Seguidamente en la Tabla 7 se observa la lista:

**Tabla 7: Operadores de turismo que ofertan rafting, biking y canopy**

<b>N</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PERSONA DE CONTACTO</b>	<b>FONO</b>
1	Dream Paradise	Edwin Cevallos	32742154
2	Sierra Selva Aventura	Héctor Villamil	32742841

<b>3</b>	Motosport Adventure	Mario Barrionuevo	32742059
<b>4</b>	Baños Xtremesports	Javier Gonzales	32740786
<b>5</b>	Rutas Doradas Expediciones	Fernando Utreras	987665878
<b>6</b>	Tungurahua Explorer	Jorge Luis Mendoza	32741024
<b>7</b>	Estancias Tours	Luis Zambrano	32742530
<b>8</b>	Aventura Extrema Marcelos Tours	Harley Bermeo	32740355
<b>9</b>	Alexandertour	Guido Ubilluz	32741151
<b>10</b>	Team Adventure Cia Ltda	Jose Quilumba	32742195
<b>11</b>	Wonderfull Ecuador	Edwin Chang	32740343
<b>12</b>	Geo Adventures	Oscar Macias	32741344
<b>13</b>	Expediciones Amazonicas	Jorge Barela	32740506
<b>14</b>	Distractours	Claudio Cárdenas	32741273
<b>Fuente: Elaboración propia</b>			

## 4. CAPITULO V: RESULTADOS

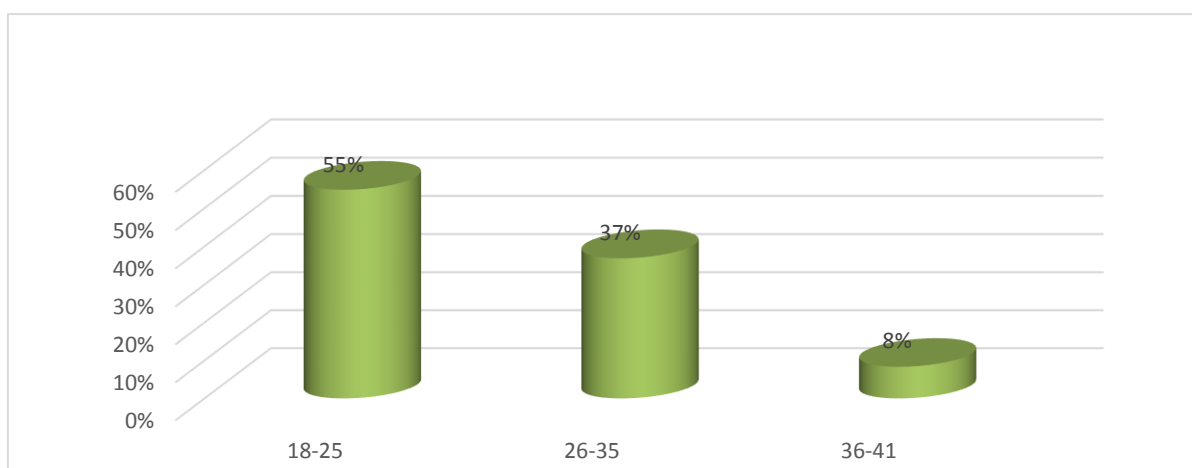
### 4.1.Resultados de la aplicación de la metodología

#### 4.1.1. Perfil del Visitante

En este apartado se analizarán los datos obtenidos en el estudio de campo, realizado en el Cantón de Baños de Agua Santa, con el propósito de esclarecer la realidad turística del sector y analizar patrones de similitud que caracterizan al visitante de Baños de Agua Santa:

##### Pregunta 1: Edad

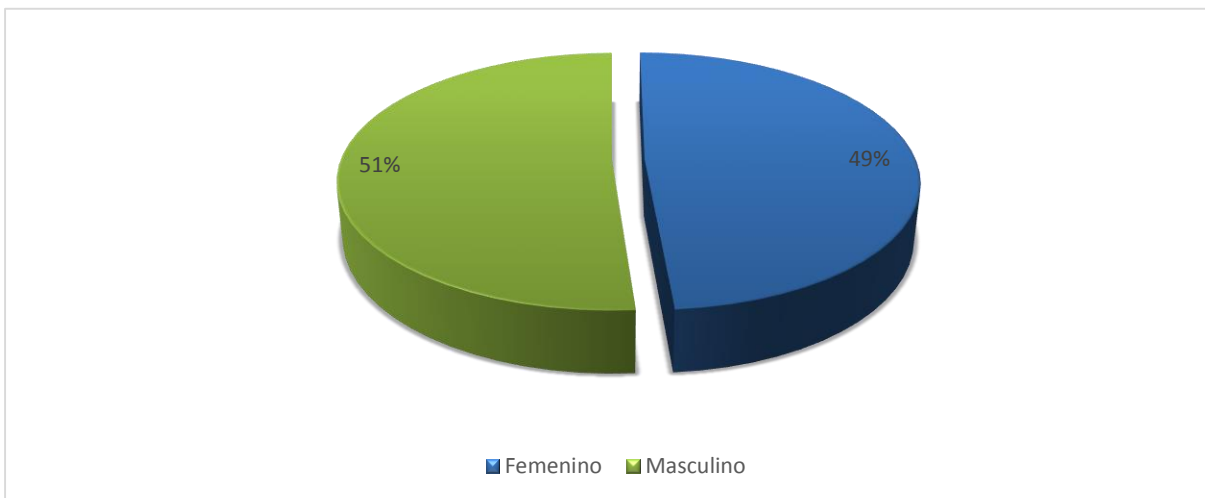
**Ilustración 1: Edades**



Como se aprecia en el gráfico la mayor parte de los turistas que visitan el cantón de Baños son personas jóvenes cuyo rango de edad oscila entre los 18 y 25 años. Bajo este contexto se debe identificar sus motivaciones y características, ya que son quienes más participan de las actividades y ayudan a describir, en base a su percepción, la situación actual de la calidad. Gracias a las encuestas realizadas, se logró conocer que más de la mitad de los turistas son jóvenes que se encuentran en etapa estudiantil de conformidad con los resultados de los próximos apartados.

Pregunta 2: Género

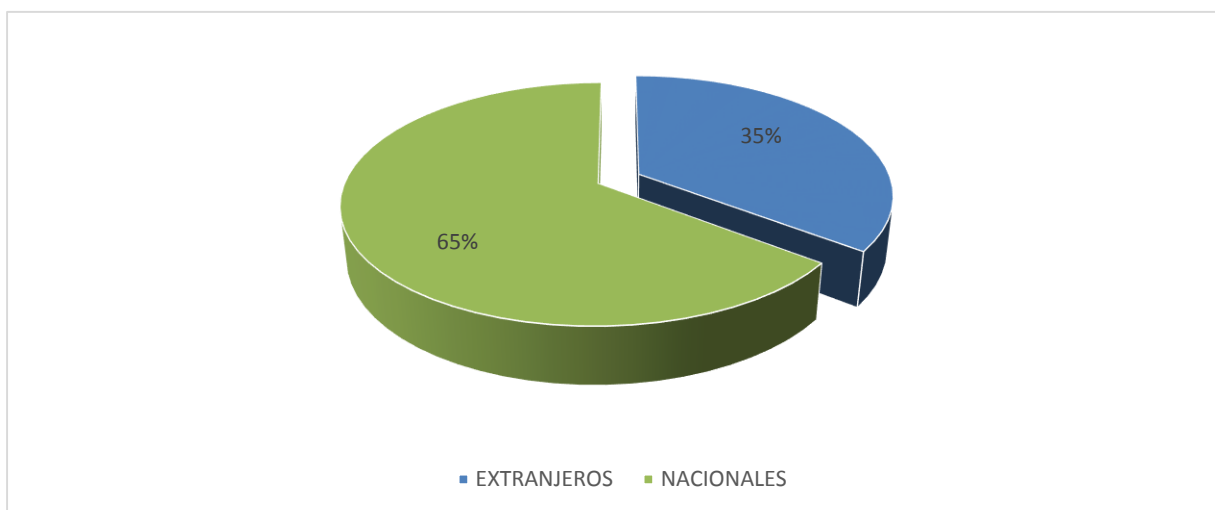
**Ilustración 2: Género**



En cuanto a la a la tendencia de géneros de los turistas que visitan Baños de Agua Santa, como se aprecia en el histograma no existe un rango significativo de diferencia entre géneros, por lo que no se aplicará ningún tipo de discriminación sobre esta variable, se analizaran los datos de hombres y mujeres análogamente.

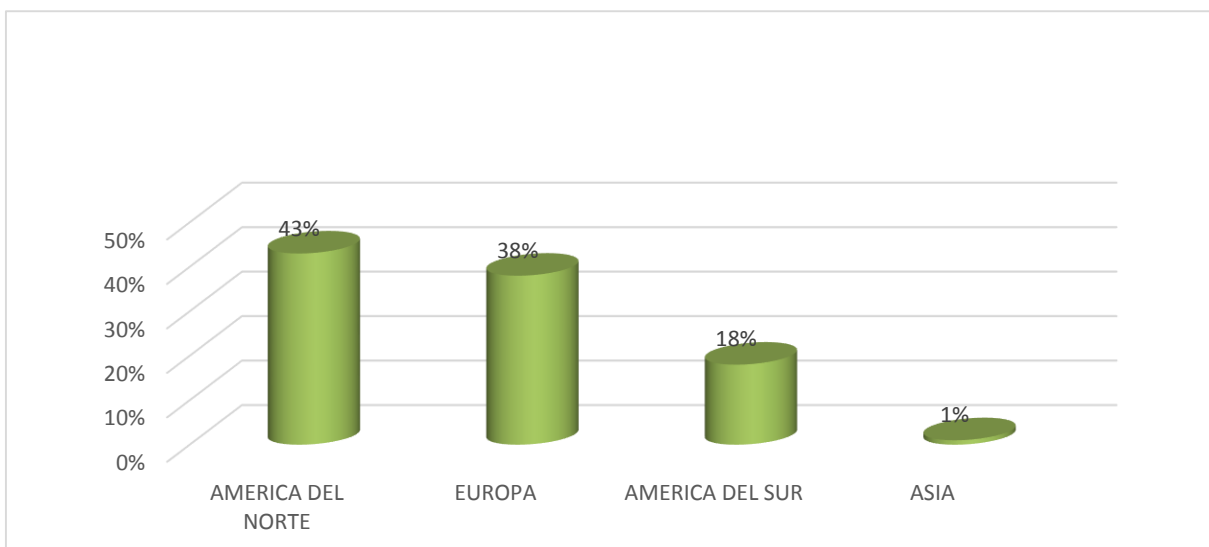
Pregunta 3: Nacionalidad

**Ilustración 3: Procedencia de los turistas**



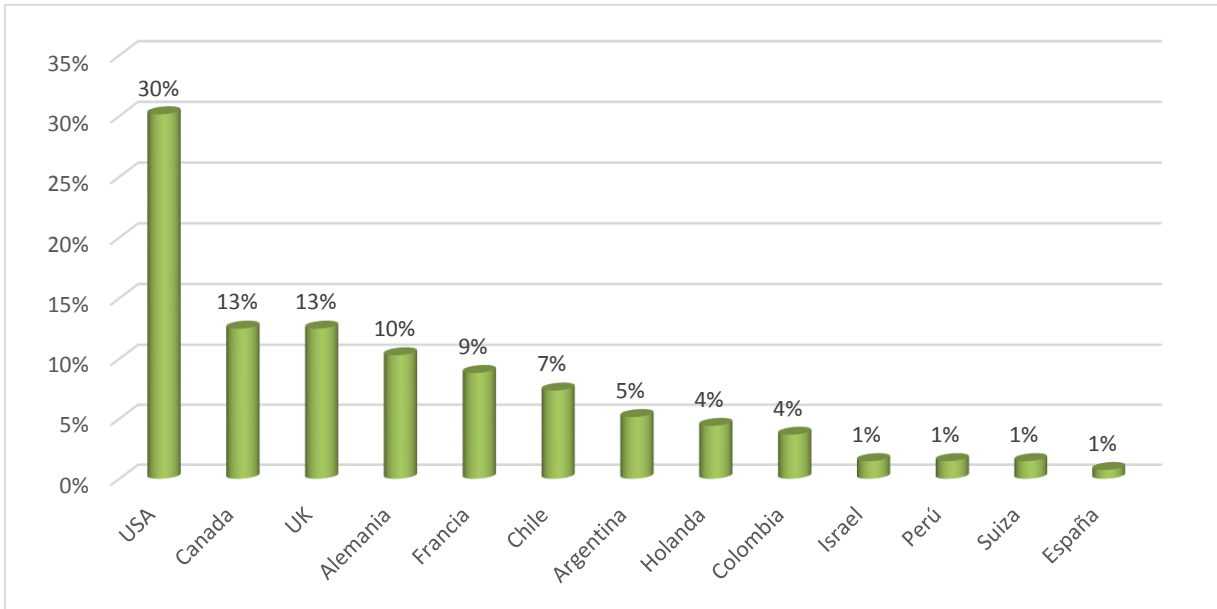
La mayor cantidad de turistas que llegan al cantón son nacionales, que acuden desde diferentes puntos del país para hacer uso de su tiempo libre. El resto de los visitantes son de nacionalidad extranjera y representan un alto número de visitas internacionales (35%) cuya importancia se ve reflejada en la alta oferta turística que posee el cantón, la cual pudo ser verificada por observación directa en el territorio.

**Ilustración 4: Procedencia continental de los turistas extranjeros**



Una vez determinado que el mayor número de turistas lo lidera el segmento nacional, es importante esclarecer la procedencia del grupo de turistas extranjeros, para lo cual se realizó un análisis diversificado que proporcionará una visión objetiva sobre los registros de visitas de los turistas extranjeros en Baños. El gráfico de las procedencias continentales muestra un alto número de visitas provenientes de América del Norte, a este porcentaje lo precede el 38% de llegadas de turistas europeos.

**Ilustración 5: Nacionalidad de los turistas extranjeros**

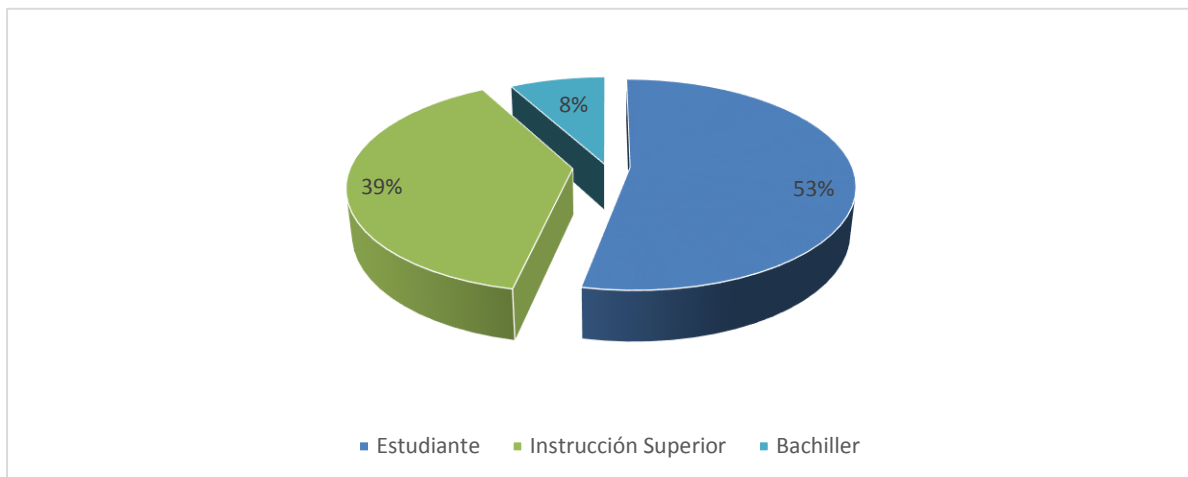


De conformidad con el gráfico de procedencia continental el mayor número de visitas; después de las nacionales; lo lidera el segmento de América del Norte, en donde las nacionalidades más destacadas son la americana y canadiense. Por el continente Europeo se encuentran liderando la lista los turistas ingleses y alemanes.

De esta forma se asocia según datos recopilados en las entrevistas realizadas a los tour operadores de Baños; que el idioma inglés es de gran utilidad para los guías turísticos, considerando que los 3 países con mayor número de turistas son de habla inglesa. En adhesión con esta premisa se conoce de primera mano que los empresarios turísticos de Baños de Agua Santa buscan personal que domine el idioma inglés como prerequisite de contratación.

#### Pregunta 4: Ocupación

**Ilustración 6: Ocupación**

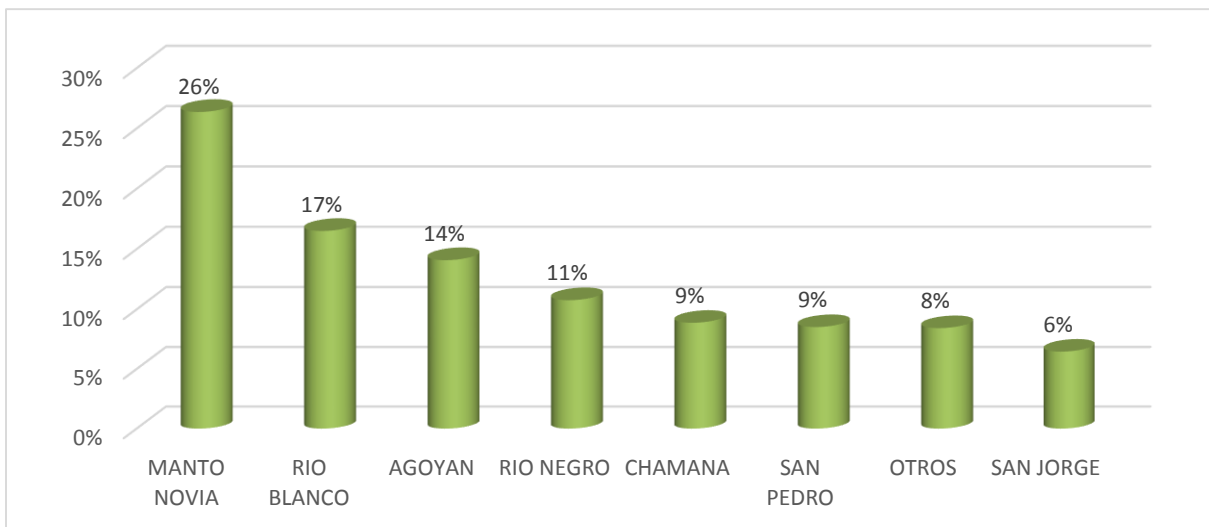


Según el histograma de resultados se refleja la existencia de un 53% de personas cuya ocupación corresponde a la opción “estudiantes”. Mediante este dato se comprueba la simetría de la información, comparando el rango de edades de los encuestados; lo que afirma que los principales visitantes del cantón son jóvenes estudiantes de colegios y universidades. Bajo esta premisa se concluye que su capacidad adquisitiva es baja, no tienen el mismo nivel económico de las personas que han superado el nivel de instrucción superior (39%).

Sin embargo, según entrevistas realizadas a los tour operadores Team adventures y Geotours el nivel económico no representa dificultad alguna, puesto que los precios de las actividades deportivas son muy accesibles. En el mercado se puede encontrar una lista de precios que fluctúa entre veinte y sesenta dólares por medio día de excursión, y de 100 dólares en adelante por un paquete turístico (Mendoza, 2015).

Pregunta 5: Enuncie los atractivos turísticos que ha visitado en este viaje a la ciudad de Baños

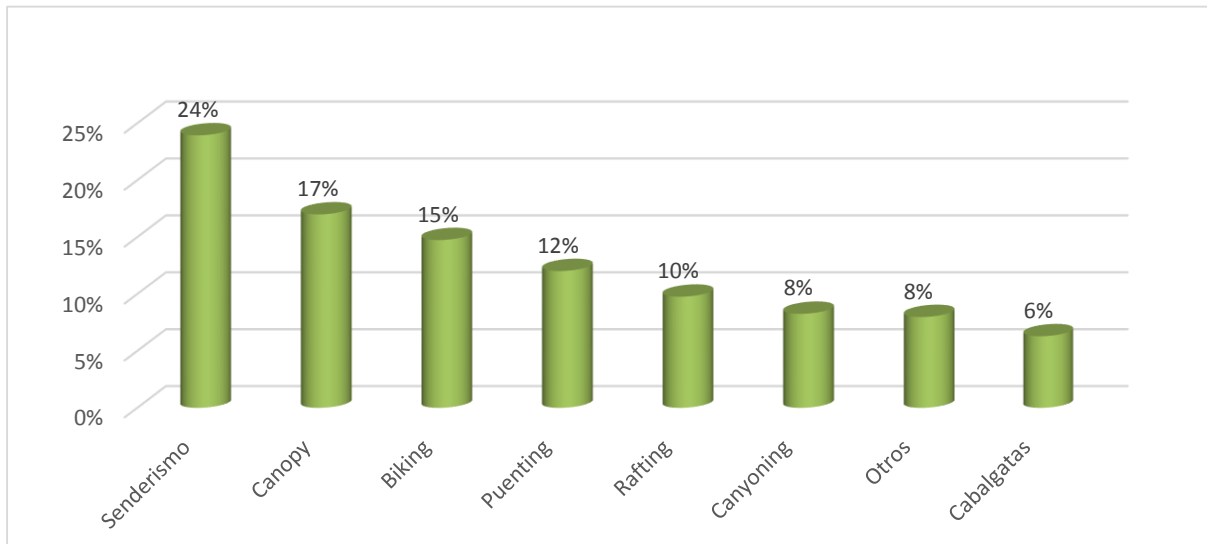
**Ilustración 7: Lugar más visitado**



Los deportes de aventura, en su mayoría son ejecutados en ambientes naturales, donde a más de realizar deportes se visita paisajes naturales. En relación con el gráfico porcentual, más de 1/4 de los encuestados han visitado por lo menos una vez la vertiente natural Manto de la Novia, el cual se ha convertido en uno de los atractivos más populares del cantón debido a la cantidad de comercio que se asienta en sus circunvalaciones. Mediante la observación de campo se confirma la masiva explotación turística de la cual es objeto este salto de agua, pues allí se pueden encontrar tarabitas, puentes colgantes, senderos ecológicos, cableado de *canopy*, establecimientos de comidas, fuentes de soda, comerciantes ambulantes y fotógrafos. En segundo lugar de registro está Rio Blanco, donde se realiza *Rafting* y *Kayaking*. Y en tercera posición la cascada Del Agoyán.

Pregunta 6: ¿Qué tipo de actividades turísticas realizo en su visita a la ciudad de Baños?

**Ilustración 8: Deporte más practicado**



Según refleja el histograma de motivaciones, los deportes de aventura se han convertido en una afición para los turistas, siendo estos uno de los principales atractivos de Baños de Agua Santa. Por otro lado en el gráfico anterior se puede apreciar un alto gusto de los turistas entrevistados por las excursiones y caminatas. El *hiking* en idioma inglés, o senderismo en español concentra el mayor fragmento de aficionados dentro de la gama de las variantes deportivas. Mediante este dato, comparado con la observación en el trabajo de campo, se logró constatar, la gran variedad de senderos y sitios de exploración natural que posee el cantón de Baños, por lo que se dice que: “*Para visitar Baños hay que disfrutar de las caminatas*” (Zambrano, 2015). Así también, retomando las motivaciones de los turistas se puede aseverar que el gusto por la naturaleza ha permitido que la práctica de este deporte se convierta en actividad pionera del mercado turístico de aventura pues no solo brinda amplias opciones para quienes gustan de los deportes pasivos y relajados, sino que también permite explorar zonas naturales de alta belleza.

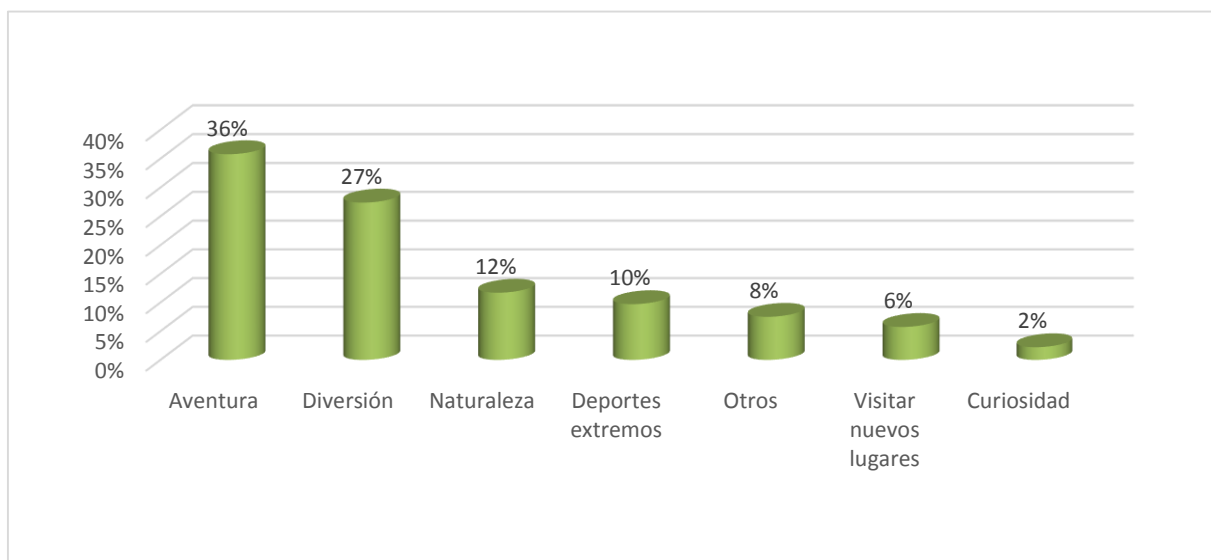
En segunda posición se encuentra el *canopy* con el 17% de acogida, este deporte tiene gran cantidad de fanáticos que han encontrado agrado a pasear por tirolesas admirando los paisajes

desde la copa de los árboles y experimentando sensaciones de vértigo y aventura conjugados entre sí.

Finalmente el 15% de la muestra señala al ciclismo como deporte preferido para realizar en las circunvalaciones del cantón. Según Hector Villamil administrador del tour operador Sierra Selva Aventura, este hecho ha propiciado la creación de ciclo rutas y la adecuación de señalética que garantiza la seguridad y disfrute de esta actividad deportiva (2015).

Pregunta 7: ¿Que lo motivo realizar dichas actividades en la ciudad de Baños?

**Ilustración 9: Motivación de viaje**



La tendencia de las motivaciones de visita al cantón Baños presenta una fuerte inclinación por las emociones afines a la aventura y la diversión, lo que supone una relación con los gustos e intereses de los jóvenes, público mayoritario de la presente investigación, y cuyos resultados fueron anunciados anteriormente. El público mayoritario de este informe está constituido por personas de entre los 18 a 25 años, de ocupación “estudiantes” que disponen de basto tiempo libre para poder disfrutar del turismo de aventura en el cantón.

#### **4.1.2. Calidad percibida**

Se entiende como calidad percibida el grado de satisfacción sentido por los clientes, así como todos los elementos y medios que puede emplear un prestador de servicios para brindar una

asistencia óptima a sus consumidores (Mendoza, 2009). A continuación los resultados de la investigación llevada a cabo a 385 turistas sobre la percepción de la calidad según la visión de los turistas que practican deportes de aventura, en la Tabla 8 se puede apreciar la distribución de las preguntas según las dimensiones de la metodología SERVQUAL:

**Tabla 8: Preguntas de las encuestas en función con las dimensiones de calidad**

DIMENSIONES DE LA CALIDAD	#	PREGUNTAS
Elementos Tangibles	9	¿De acuerdo a usted cómo calificaría el estado de conservación de los sitios turísticos en dónde realizó la actividad de aventura?
	13	¿Se le proporciono todo el equipo técnico y de seguridad necesario para el desarrollo de la actividad?
	14	¿Cuál fue el estado de los equipos técnicos y de seguridad que usted utilizo en el desarrollo de la actividad de aventura?
	17	¿El transporte utilizado para el desplazamiento de pasajeros es adecuado para la el número de turistas que maneja el operador de turismo?
	18	¿Por qué?, justifique su respuesta, con respecto a la pregunta 17
Fiabilidad	19	¿Los operadores de turismo cumplen con el cronograma de actividades ofertadas puntualmente?
	20	Considera usted que la actividad de aventura que realizó tiene un grado de dificultad:
		• Fácil
		• Adecuado
		• Complejidad media
		• Difícil
	• Extremo	
	22	¿La actividad de aventura fue desarrollada sin errores dificultades ni contratiempos?
Sensibilidad	8	¿El personal de ventas que lo atendió fue claro explicando los programas y precios de los paquetes que ofrecen?
	15	¿El personal de guía demostró tener experiencia y amplios conocimientos de la materia en cuestión?

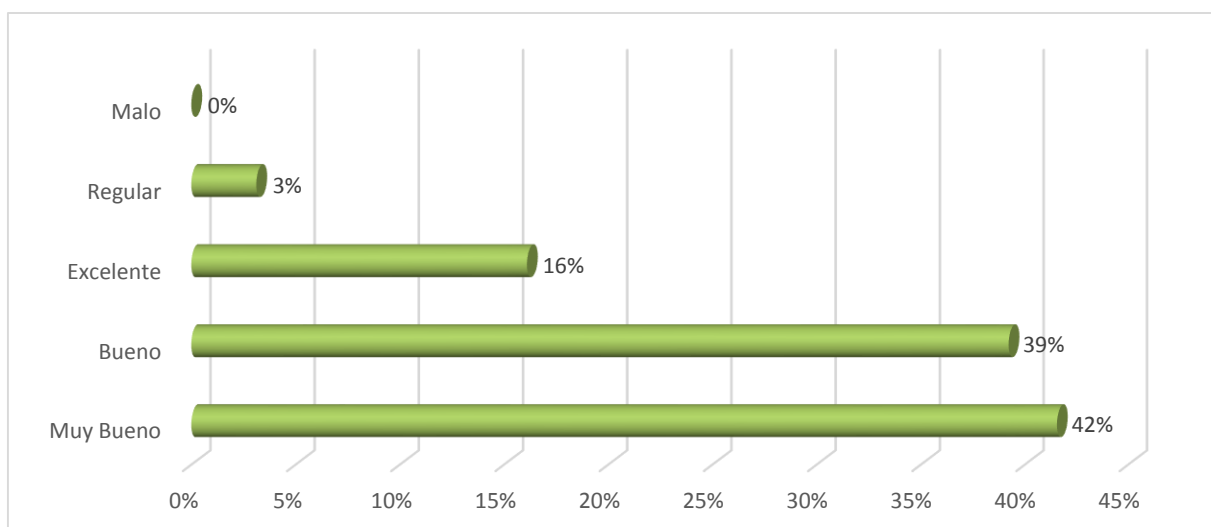
	16	Según su opinión cuales de las siguientes cualidades demostraron los guías que lo atendieron durante el desarrollo de la actividad de aventura:
		• Interés por los turistas
		• Agilidad
		• Dinamismo
		• Buena comunicación
		• Amabilidad
Seguridad	11	¿El personal de guía ofreció una charla informativa sobre las normas de seguridad y operación de la actividad?
	12	Con referencia a la anterior pregunta ¿Qué tipo de información fue expuesta por el personal de guía?
		• Croquis o detalle del recorrido
		• Uso de equipos Técnicos
		• Grado de dificultad de la actividad
		• Descripción del sector y atraktividad turística
Empatía	10	Califique su nivel de satisfacción con respecto al tipo de servicio que recibió por parte del personal de guía ¿fueron precisos y eficientes?
	21	21. Califique el orden y coordinación que hubo en el desarrollo de la actividad de aventura
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		

◆ Elementos Tangibles

En los próximos enunciados se analizará las preguntas relacionados con los bienes materiales, infraestructura e instalaciones, equipos y maquinaria que tiene contacto con el proceso de operación turística.

Pregunta 9: ¿De acuerdo a usted cómo calificaría el estado de conservación de los sitios turísticos en dónde realizó la actividad de aventura?

**Ilustración 10: Conservación de los sitios naturales**



De acuerdo con los resultados recopilados de las encuestas se concluye que existe un buen manejo de los impactos ambientales en los sitios turísticos, en vista de que el mayor porcentaje de acuerdo se ubica en el calificativo “muy bueno”, con un 42%. No obstante existe un reducido porcentaje (16%) de entrevistados que considera que el estado de conservación de los sitios turísticos es “excelente”, lo que achica la brecha hacia la excelencia. De conformidad con la observación directa realizada en el cantón; este dato es producto del masivo aumento de la demanda turística que existe en Baños, principalmente los fines de semana y feriados, cuando grandes masas de turistas arriban al sector, colapsando el sector turístico, restaurantero y hotelero.

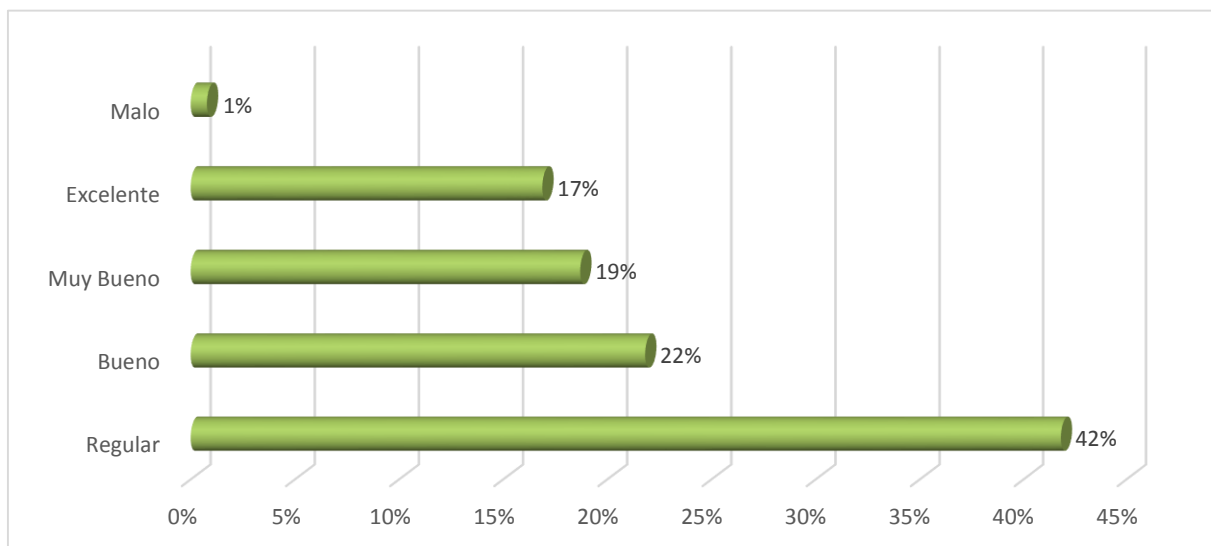
Pregunta 13: ¿Se le proporcionó todo equipo de seguridad para la práctica de la actividad deportiva?

Según resultados del sondeo al 96% de la población si se les fue entregados los equipos técnicos y de seguridad necesarios previa su participación en algún deporte de aventura. El porcentaje de discrepancia alcanza apenas el 4% en respuesta negativa a la interrogante. Considerando las constantes visitas que realizan los inspectores de turismo y cuerpo de bomberos a los empresarios turísticos, es poco probable que los agentes de viajes no estén asumiendo sus responsabilidades de forma correcta. Según Oscar Macías Trip Advisor de Geo Adventures, el cuerpo de bomberos realiza revisiones continuas de los elementos que deben

poseer los tour operadores para la adecuada comercialización de sus servicios, de no tener todo en regla podrían ser sancionados con penas monetarias o inclusive con el cierre del establecimiento (2015).

Pregunta 14: ¿Cuál fue el estado de los equipos de seguridad?

**Ilustración 11: Estado de los Equipos de Seguridad**



Basado en las percepciones de los turistas y de conformidad con el diagrama de resultados, se comprueba que existe una falla en cuanto al estado de los equipos de seguridad. El 42% del total de la muestra identifica que los equipos proporcionados por los tour operadores no están en óptimas condiciones; vale la pena mencionar que esta percepción de los turistas puede estar ligado únicamente a los factores externos, es decir a la apariencia de los equipos técnicos y de seguridad. Al juzgar exclusivamente la apariencia del material deportivo se puede llegar a entorpecer la finalidad de la investigación; tal como lo advierte Mario Barrionuevo, Gerente de Moto-sport Adventures; el deterioro visual de los equipos se debe en la mayoría de los casos al mal uso que les dan los propios turistas y a las condiciones climáticas a los que están expuestos. Esto no significa que su estructura interna este dañada, pues la apariencia no determina la idoneidad y seguridad del producto (2015).

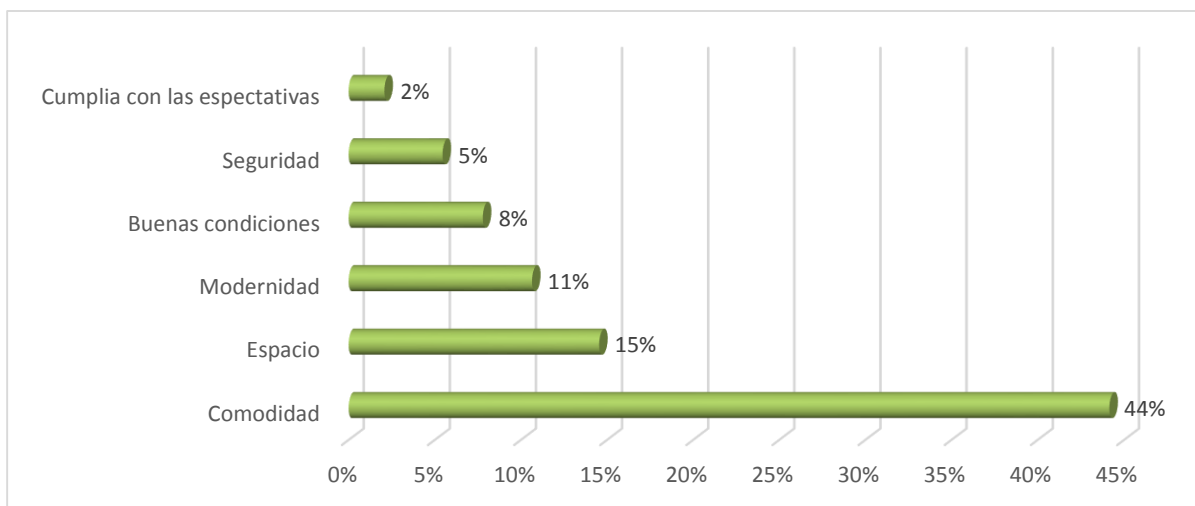
Pregunta 17: ¿El transporte utilizado era apropiado para el número de pasajeros?

Según los resultados arrojados, se observa que la opción afirmativa (SI) fue la respuesta con más porcentaje de aceptación; el 85% de los entrevistados están de acuerdo en que el medio de transporte que utilizan por los tour operadores es apropiado para la actividad que desarrollan y para el número de turistas que transportan. El transporte turístico es pieza clave en el ciclo de comercialización turística, y ha sido gracias a la investigación de campo que se conoce que los empresarios turísticos están obligados a llevar control continuo de todos sus bienes involucrados en su ejercicio lucrativo, esto incluye a los vehículos que son utilizados para desplazamiento de turistas, mismos que deben contar los respectivos permisos de funcionamiento, póliza de seguros y botiquín de primeros auxilios.

Pregunta 18: Justificación a la pregunta 18

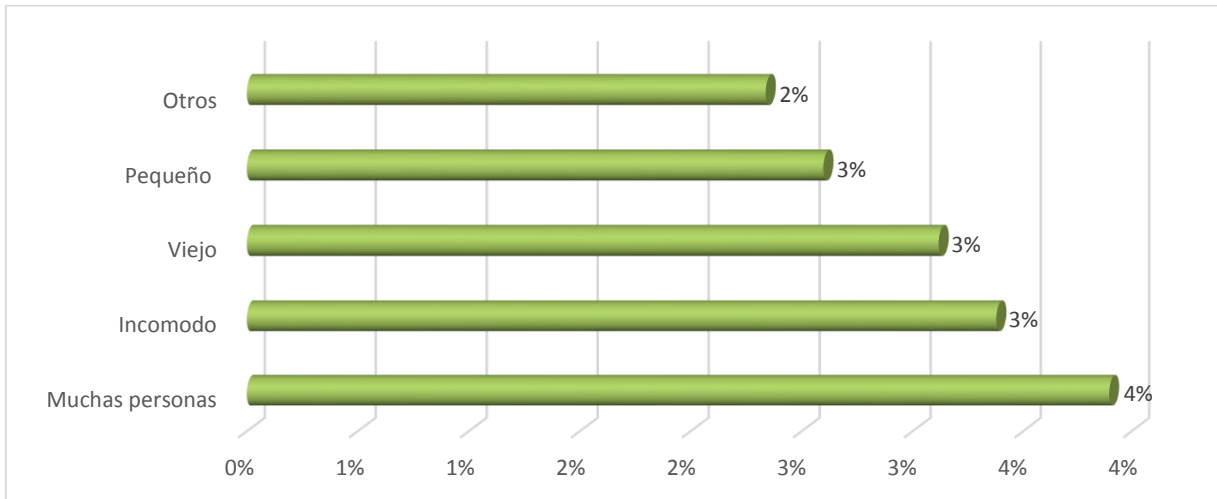
Sabiendo de ante mano que la mayor parte de los encuestados recibió un buen servicio de transporte, es fundamental determinar cuáles fueron los atributos o características que los hicieron sentirse a gusto o desconformes con el servicio. A continuación el detalle sobre los aspectos positivos citados por los entrevistados.

**Ilustración 12: Aspectos positivos del transporte**



El 44% de encuestados coinciden en que el transporte fue cómodo y el 15% sostiene que el espacio del vehículo era apropiado; por tanto, se entiende que efectivamente se está empleando transporte especial turístico que garantiza la comodidad de los pasajeros.

**Ilustración 13: Aspectos negativos sobre el servicio de transporte**



Con respecto a las negativas sobre el servicio de transporte, el 4% de del total de respuestas negativas registradas señalan al excesivo número de personas que se transportaban en el vehículo como el mayor problema identificado en el servicio de transporte.

◆ **Fiabilidad**

En el siguiente apartado se analizan factores relacionados con el cumplimiento de servicios, puntualidad, inclinación hacia el bienestar del cliente, la eficiencia, y el control de errores y percances.

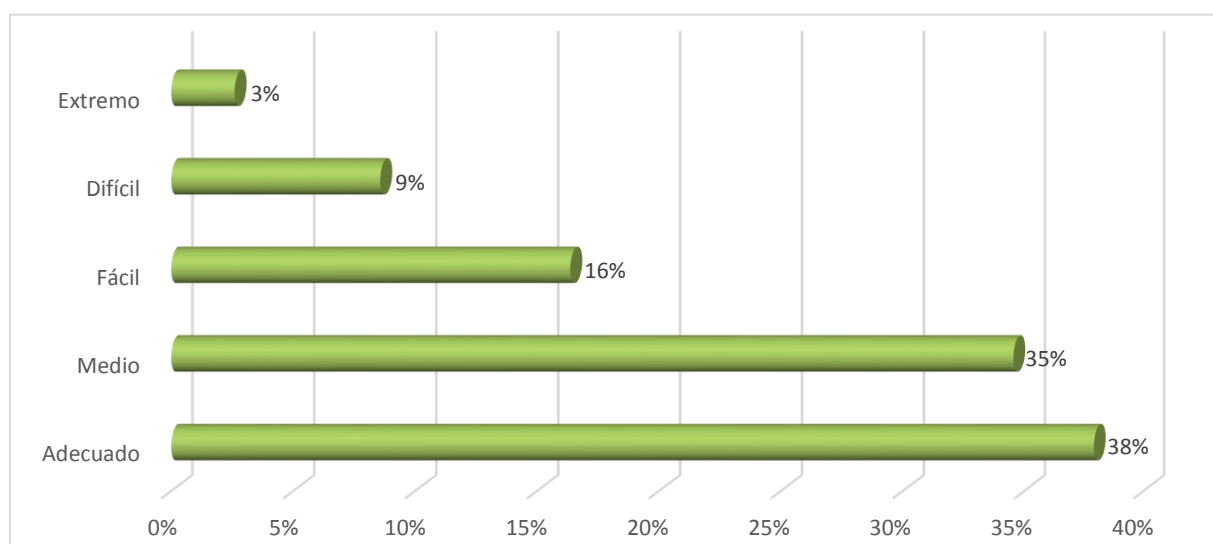
Pregunta 19: ¿Los operadores de turismo cumplen con el cronograma de actividades ofertadas puntualmente?

Cumplir con lo prometido, es quizá la expectativa más grande que tienen los turistas cuando compran un tour organizado. Por ello es importante abundar en este tema pues es preciso conocer cuan puntuales y cumplidos son los agentes de viajes de Baños. Los resultados del sondeo realizado sostienen que el 90% de la población califica a los tour operadores como eficientes, cumplidos y puntuales. Los servicios turísticos se desarrollan en función con los tiempos establecidos. Con este preámbulo se concluye que existe un buen nivel de compromiso y gestión operativa en la organización interna de los prestadores de servicios.

Dicha precisión y exactitud en la operación turística denota un alto trabajo de planeación, coordinación y dirección interna por parte de los agentes de turismo, quienes deben asumir total responsabilidad con sus pasajeros, haciendo realidad sus expectativas y estando preparados para superar cualquier eventualidad, y de esta forma garantizar el cumplimiento puntual y satisfactorio de las actividades pactadas.

Pregunta 20: Según su opinión, ¿considera usted que las actividades deportivas tuvieron un grado de dificultad: Extremo, Difícil, Complejidad media, Adecuado o Fácil?

**Ilustración 14: Grado de dificultad de la actividad deportiva**

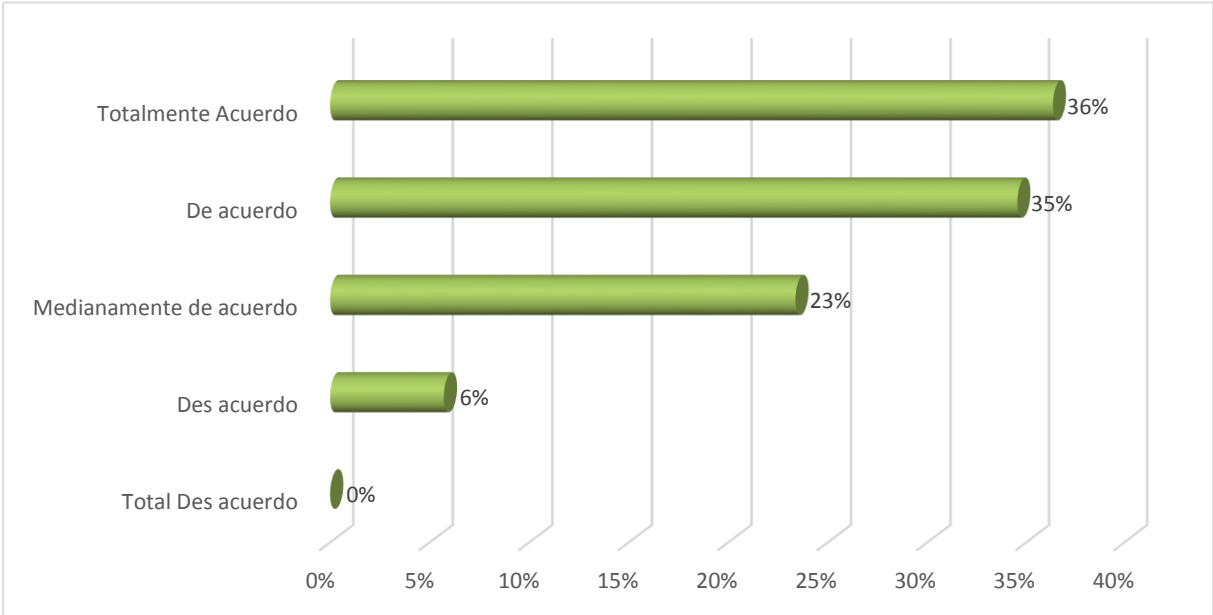


La práctica de los deportes extremos, como su nombre lo indica incluye en su ejecución la exposición a ciertos peligros, por ello es importante conocer si los deportes que se ofertan en Baños de Agua Santa contemplan un nivel de dificultad idóneo para los turistas; entendiendo que no todos son deportistas experimentados, por lo que la actividad debe ir en función con su experiencia, edad y habilidades físicas. Bajo ese contexto se presenta los resultados de las encuestas realizadas, las que presumen que la mayor parte, representada por el 38% de la muestra, consideran que las actividades deportivas tuvieron un nivel de dificultad adecuada. Antecediendo a este porcentaje se encuentra la complejidad media representada por el 35% del total de la población. Solo el 3% de los encuestados consideran que las actividades deportivas tuvieron un grado de dificultad extremo, no propicio para ellos. En conclusión con los

resultados se comprueba el cumplimiento a los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo según el documento de las normas técnicas de la operación turística de aventura, en la que se señala que los tour operadores deben ofertar servicios cuya dificultad haya sido previamente contemplada través de una evolución de los riesgos que permita mitigar posibles perjuicios a la integridad de los turistas (2014).

Pregunta 22: ¿La actividad de aventura fue desarrollada sin errores dificultades ni contratiempos?

**Ilustración 15: Nivel de desarrollo de la operación turística**



La coordinación de los servicios turísticos fué desarrollada con total normalidad, sin ninguna anomalía ni contratiempo, tal como se reflejan en el diagrama porcentual, el 36% de los encuestados se muestran en total acuerdo con la premisa, mientras que un considerable porcentaje, 35%, se manifiesta únicamente en acuerdo. Entre las fortalezas se puede mencionar el bajo índice de desconformidad que se obtuvo en el sondeo, ninguna persona evidenció problemas de alta trascendencia en la operación de los circuitos de aventura. En síntesis existe una minuciosa preparación de las actividades, para que los pasajeros puedan disfrutar plenamente de los servicios contratados.

### ◆ Sensibilidad

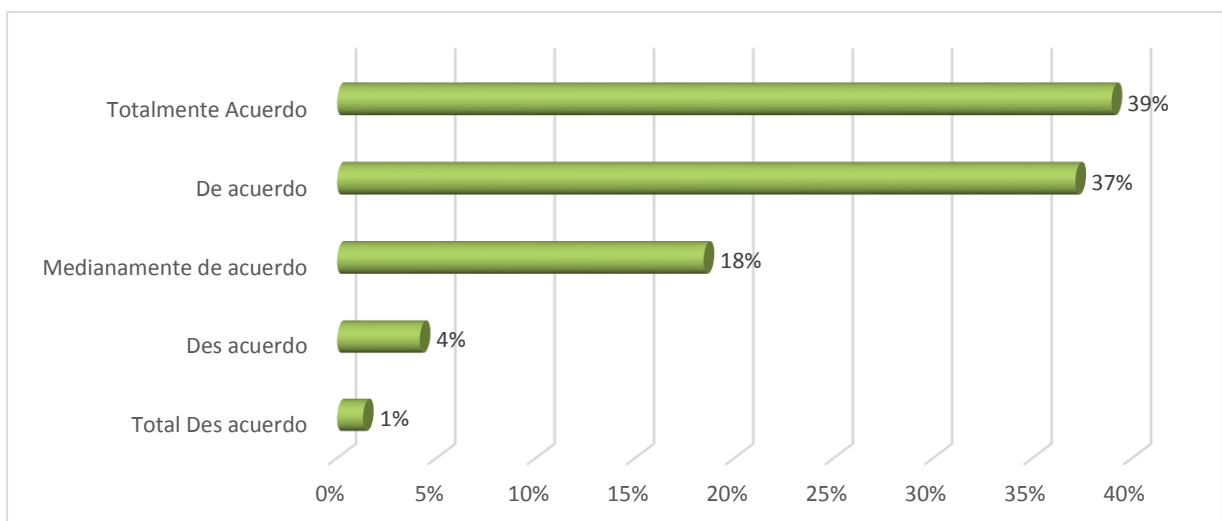
En este enunciado se abordaran las interrogantes cuyos factores de interés estén relacionados con: la comunicación, agilidad, buen servicio y comedimiento del personal que labora para la agencia de viajes.

Pregunta 8: ¿El personal de ventas que lo atendió fue claro explicando los programas y precios de los paquetes que ofrecen?

En lo que concierne a los resultados del sondeo, la tendencia porcentual mayoritaria, que equivale al 73% de la población se siente satisfecha con la atención e información recibida; en contraste con este valor existe un índice considerable de desconformidad, resumido en el 27% del total de los entrevistados, quienes consideran que la atención no fue inapropiada y que se debe implementar mejoras en este ámbito, considerando que la atención al cliente es la principal herramienta de comunicación y promoción que posee una empresa, y así también lo son sus vendedores. En consecuencia se considera importante perfeccionar la atención al cliente a través de acciones concretas que permitan superar el nivel de calidad turística actual. Es preciso implementar talleres de capacitación para consolidar la cultura de atención óptima al consumidor. Esto debido a que el personal de ventas desempeña el papel de interlocutor en el proceso de compra y son capaces de convencer y sensibilizar a la clientela así como propiciar su total satisfacción.

Pregunta 15: ¿El personal de guía demostró tener experiencia y amplios conocimientos de la materia en cuestión?

**Ilustración 16: Desarrollo del personal de guía**

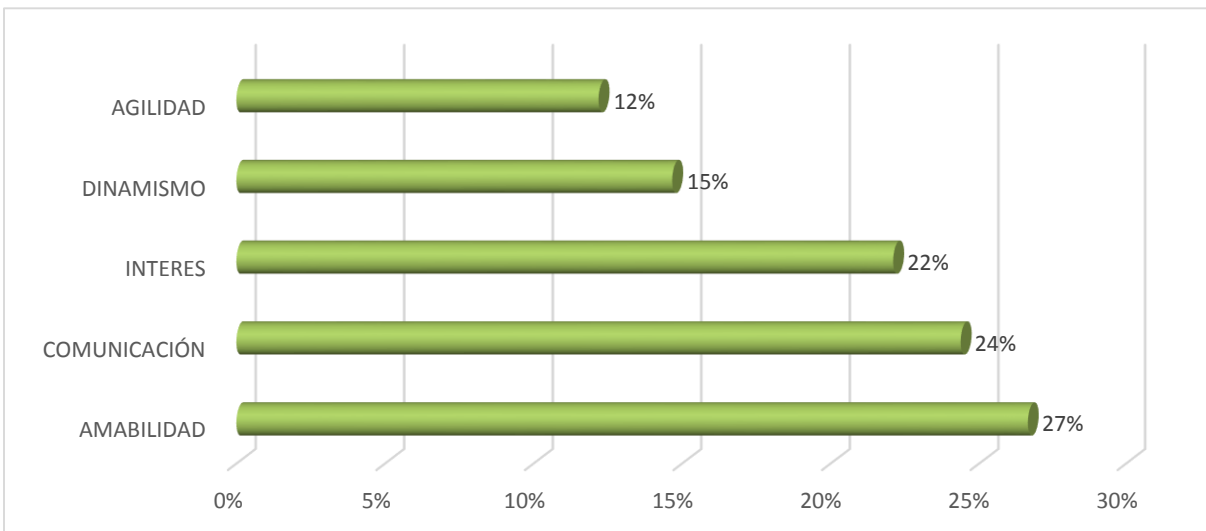


El dominio de la materia constituye un factor realmente importante al momento de determinar la satisfacción del cliente, ya que denota el nivel de organización de una entidad y su grado de profesionalismo.

El presente informe provee datos alentadores, en donde la población entrevistada se manifiesta en un rango del 39% en “totalmente acuerdo” en que los guías de aventura demuestran tener experiencia y conocimientos sólidos en cuanto turismo de aventura se refiere. A este valor lo antecede un índice del 37% que se muestra “de acuerdo” con la premisa. En conclusión los guías de aventura del cantón Baños de Agua Santa gozan de un alto y basto nivel de conocimientos sobre circuitos turísticos, geografía, arqueología, fauna, flora, primeros auxilios, entre otros referentes a la operación turística, además de poseer buenas aptitudes y destrezas que facilitan la asistencia, dirección y guía de turistas.

Pregunta 16: Según su opinión cuales de las siguientes cualidades demostraron los guías que lo atendieron durante el desarrollo de la actividad de aventura:

**Ilustración 17: Cualidades de los guías de turismo**



En la encuesta realizada en la zona de Baños de Agua Santa existe una tendencia homogénea sobre la amabilidad de los guías de aventura. Las opiniones están divididas; la amabilidad con el 27%, la buena comunicación el 24% y el interés (por ayudar a los turistas) el 22%.

Esta diversificación de opiniones es reflejo de los buenos rasgos personales que poseen los guías de aventura, producto de la experiencia y de las constantes capacitaciones a las que están expuestos. Se considera a los guías de turismo como personas con gran don de gentes, capaces de atender y asistir a sus pasajeros de forma oportuna y minuciosa. No solo cumplen el papel de acompañante sino también de intérprete, al mismo tiempo que ilustran a los turistas con nuevos saberes y experiencias. De esta forma han logrado acrecentar sus habilidades, desarrollar sus destrezas y alcanzar el éxito profesional tal como lo refleja este análisis cualitativo del servicio turístico.

#### ◆ Seguridad

En la siguiente sección se analizarán los resultados semejantes a los elementos de la dimensión de seguridad tales como: buen desempeño de los empleados, confianza que transite la entidad turística, la cortesía, amabilidad y aptitudes del personal.

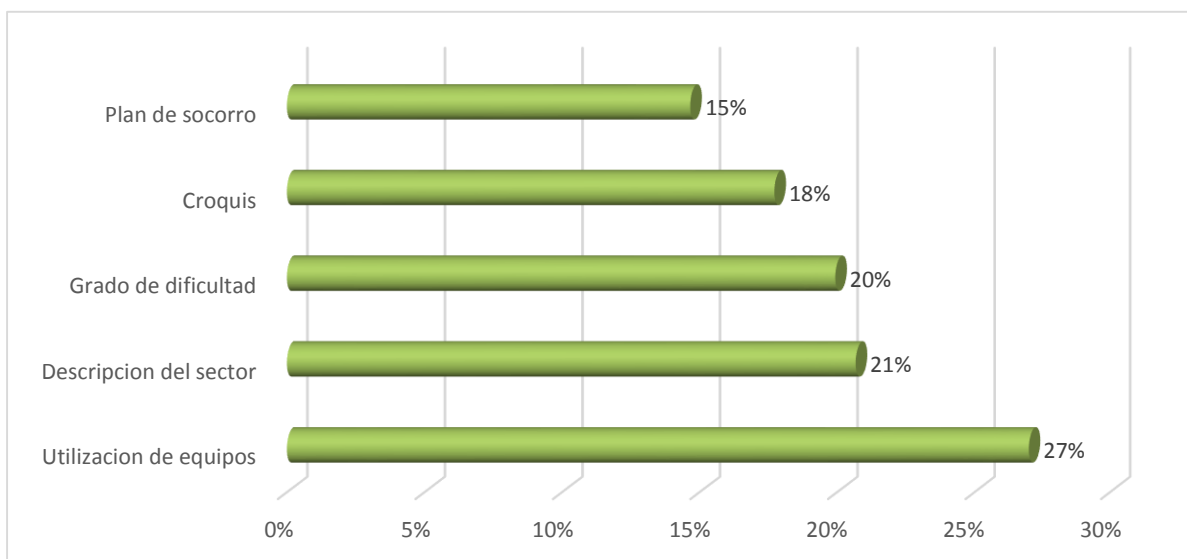
Pregunta 11: ¿El personal de guía ofreció una charla informativa sobre las normas de seguridad y operación de la actividad?

Las entidades turísticas legalmente constituidas conocen que la práctica de deportes de extremos implica asumir un indeterminado número de riesgos y peligros que pueden comprometer el bienestar integral de los participantes, por eso y de conformidad con este antecedente es responsabilidad del prestador de servicios tomar en cuenta ciertos parámetros que ayuden a minimizarlos. Un plan de prevención consiste en que los tour operadores informen oportunamente a los participantes e impartan asesoramiento especializado para que su desenvolvimiento en la ejecución de algún deporte sea preciso, oportuno y logren manejar situaciones de riesgo a los que eventualmente puedan estar expuestos.

Basado en el alto porcentaje de respuestas afirmativas contabilizadas, el 90% de los encuestados concuerda en que efectivamente los tour operadores de Baños brindan charlas informativas a los deportistas, previo al desarrollo de la actividad deportiva. De tal forma se analiza que los tour operadores poseen material de apoyo (reglamentos, instructivos y manuales) que ayuden en la gestión del manejo de riesgos en la práctica de los deportes extremos.

Pregunta 12: Con referencia a la anterior pregunta ¿qué tipo de información fue expuesta por el personal de guía?

**Ilustración 18: Temas de las charlas informativas**



Para complementar la información obtenida en la interrogante número 11 también se preguntó cuáles fueron los temas que se abordaron durante dichas charlas informativas, con el fin de determinar la idoneidad de la información impartida. Los resultados del sondeo pueden ser apreciados en el histograma anterior, donde se detalla a la utilización de equipos de aventura con el mayor índice; agrupando el 27% sobre el 90% que constituye el global de respuestas afirmativas. Gracias a este dato se entiende que el principal interés de los tour operadores está en la enseñanza del uso adecuado de los equipos deportivos, pues estos constituyen en sí mismos el elemento principal para el desarrollo de cualquiera de las modalidades del turismo de aventura. Por otro lado existe un reducido porcentaje (18%) que dice haber sido informado sobre el sendero o ruta a seguir y plan de auxilio (15%); índices alarmantes pues los participantes deben tener muy claro que hacer ante alguna eventualidad, y no se los está capacitando para enfrentar algún percance.

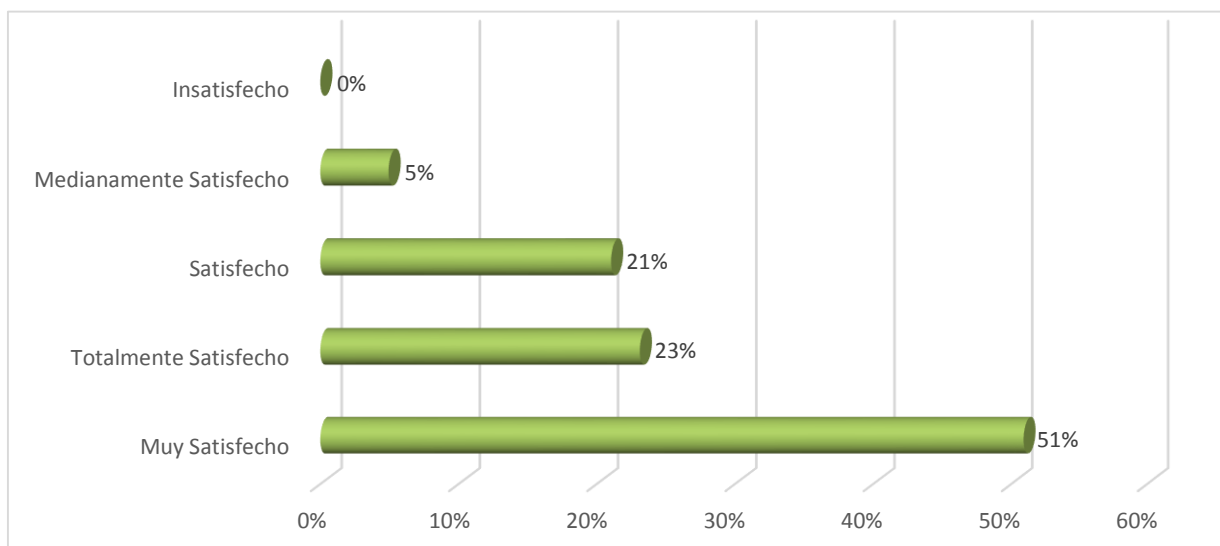
En resumen, gracias a estos resultados se determinó que existen dos aspectos clave que deben ser incluidos de forma obligatoria en las charlas introductorias de los Tour Operadores, de tal forma que se llegue a alcanzar el punto óptimo de la excelencia turística.

### ◆ Empatía

En este apartado se analizará las interrogantes cuyo contenido haga referencia a la atención personalizada, horarios de atención, y preocupación por los intereses de los clientes de la empresa.

Pregunta 10: Califique el nivel de satisfacción obtenido con respecto al servicio recibido por parte del personal de guía ¿fueron precisos y eficientes?

**Ilustración 19: Servicio del personal de guía**



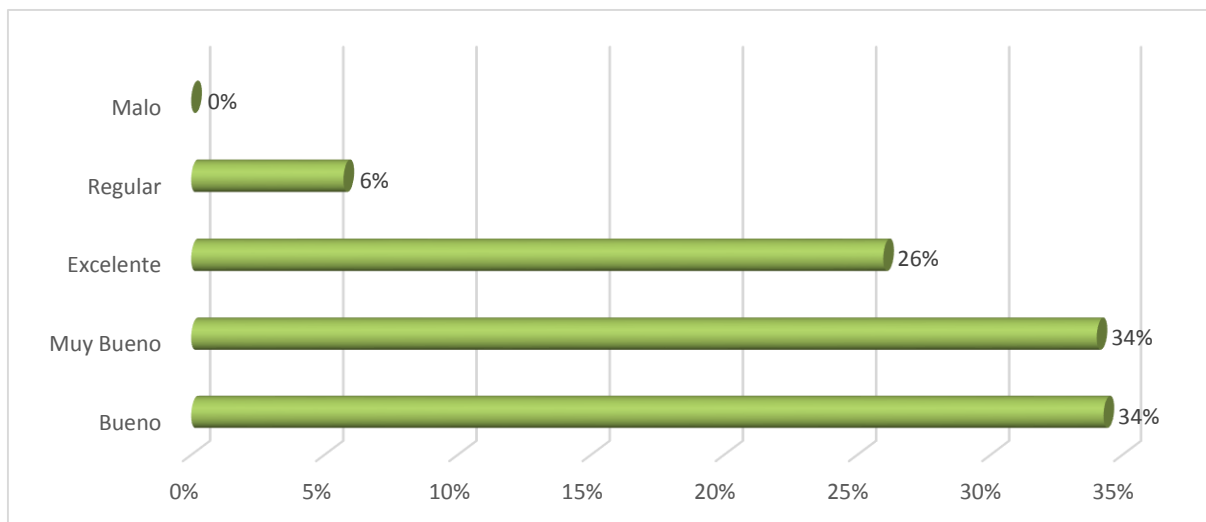
La eficiencia y precisión que demuestran los guías de aventura muestra gran esfuerzo y preparación, lo que favorece el desempeño en el campo. Gracias a la planificación y uso de protocolos los empresarios turísticos pueden hacer uso de herramientas de control, coordinación y pre chequeo de las actividades a realizarse, para minimizar los impactos adversos de los deportes de aventura.

Según los resultados de la encuesta existe un alto porcentaje de satisfacción del desenvolvimiento del personal de guía, el 51% considera que son muy eficientes y cabales. A pesar de que no se logra alcanzar el punto más alto de satisfacción la línea de tendencias es bastante alentadora, pues no se registró niveles de insatisfacción. En resumen se dice que la calidad del sector “guía” es bastante alta, sin embargo siempre existe formas de seguir

mejorando, tales como la impartición de talleres de capacitación continuos al personal y la aplicación de técnicas de inspección y control.

Pregunta 21: Califique el orden y coordinación que hubo en el desarrollo de la actividad de aventura

**Ilustración 20: Nivel de coordinación de la actividad deportiva**



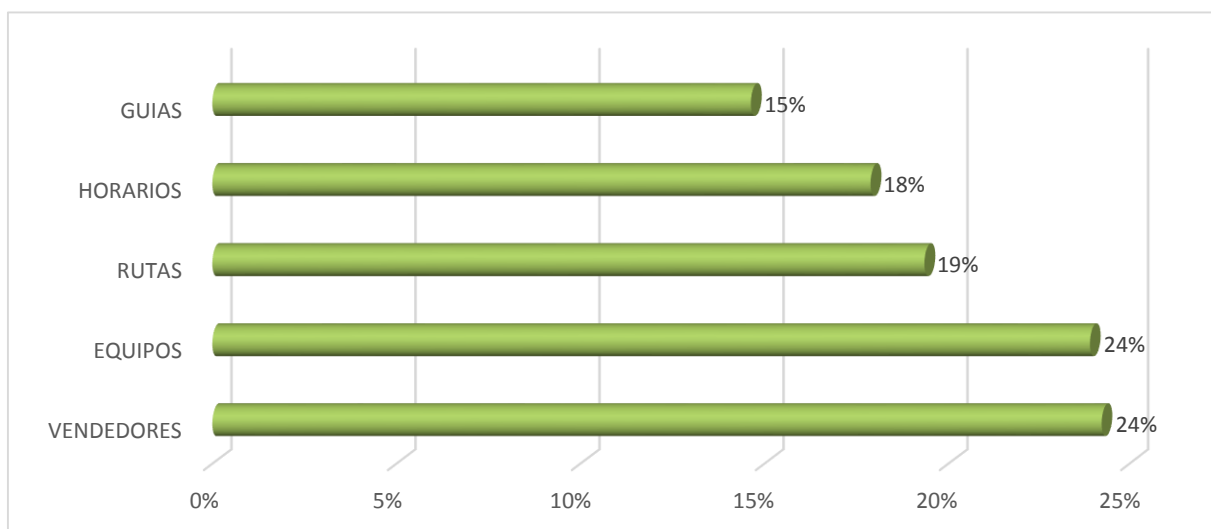
Las empresas turísticas están inmersas en un círculo de comercialización en donde intervienen varios actores que permiten la operación efectiva de los programas y actividades que ofertan. Su estructura interna constituye en sí misma fundamental e imprescindible para la coordinación y manejo de los procesos, de la misma forma en que el trabajo conjunto de quienes la integran compromete el efectivo control de responsabilidades.

Para los turistas entrevistados en la zona de Baños de Agua Santa el nivel de orden y coordinación es en promedio “muy bueno”, el 34% del total de la población sostiene que el nivel de organización fue propicio, sin embargo proporcional a este valor se encuentra el calificativo “bueno” que también suma el 34% de aceptación. Por el contrario el denominador “excelente” ocupa la tercera posición con apenas el 26%. Esto presume la existencia de una alta falla sobre la precisión y coordinación; misma que es también percibida por los clientes quienes evalúan continuamente el desempeño del personal y la gestión operativa de los dirigentes, por ello es trascendental prestar la importancia debida a estos aspectos para

impedir el decrecimiento del nivel de la calidad turística del cantón y evitar entorpecimientos en el sistema organizacional de actividades.

Pregunta 23: Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que deben ser mejorados:

**Ilustración 21: Aspectos a mejorar**



Según las opiniones de los visitantes del cantón Baños de Agua Santa los principales aspectos a mejorar son los equipos técnicos de seguridad que proporcionan los Tour Operadores, pues consideran no están en un buen estado y deben ser sustituidos por productos nuevos. De igual forma ratifican el personal de ventas no está capacitado al 100% y se debe tomar correctivos con el fin de que los turistas reciban un servicio de primer nivel.

Pregunta 24: Observaciones y Comentarios

Con respecto a los comentarios y observaciones vertidas por los turistas encuestados; el 56% de ellos consideran que se deben implementar mejoras que ayudan a garantizar la seguridad y satisfacción de las personas que visitan el cantón, a continuación el resumen de los rectificativos a tomar:

- Capacitar a los guías de turismo
- Comprar equipos nuevos y en buenas condiciones
- Dar mantenimiento continuo a los equipos

- Demostrar más profesionalismo en la atención
- Empezar los tours puntualmente
- Hay mucha competencia y se descuida detalles por abaratar costos
- Innovar las rutas
- Brindar más información turística
- Aumentar la seguridad en la ciclo rutas
- Mejorar la infraestructura de los sitios turísticos
- Brindar más servicios complementarios
- Abaratar los costos para que sean más accesibles

#### **4.1.3. Calidad Objetiva**

Se hace referencia a la calidad objetiva como aquella en la que se puede divisar los elementos internos que interactúan en el ciclo de la creación de un bien o servicio, en ella están inmersos los factores propios de una empresa (Eiglier y Langeard, 1989).

Mediante las entrevistas realizadas a 14 tour operadores del cantón de Baños de Agua Santa se pudo recopilar información del nivel de calidad interna de los tour operadores, tal como se muestra en la Tabla 9:

**Tabla 9: Resultados de la evaluación interna de la calidad**

FACTORES INTERNOS		AGENCIAS ENTREVISTADAS														MARGEN DE ERROR	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	TOTAL	PROMEDIO
PERSONAL	Amplios conocimientos	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	68	4.9
	Atención al cliente	5	3	4	5	5	3	4	4	5	3	4	5	4	5	59	4.2
	Comunicación	5	4	3	5	5	3	3	3	5	3	4	3	3	3	52	3.7
	Numero de guías de planta	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	65	4.6
ADMINISTRACIÓN	Productos llamativos	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	16	1.1
	Manual técnico de procesos	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66	4.7
	Registro de operaciones clientes	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5.0
	Póliza de seguro	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	1.0
	Gestión administrativa	5	2	2	4	4	2	5	2	5	2	5	5	2	5	50	3.6
	Permisos de funcionamiento	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5.0
SOPORTE FÍSICO	Equipos técnicos	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	65	4.6
	Material extra	4	5	3	5	2	3	5	3	5	5	4	5	3	4	56	4.0
	Equipos de comunicación	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5.0
	Botiquín	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5.0

Fuente: Elaboración propia

◆ Personal

- Personal con amplios conocimientos en turismo

El personal de guía que trabaja en las agencias de viaje son trabajadores de turismo freelance, que trabajan eventualmente cuando son requeridos por los dueños u administradores de la agencia, después de haber cumplido su labor facturan sus servicios y dan por terminado sus lazos laborales. Todos los guías de turismo son bilingües y en alguno de los casos trilingües siendo el inglés y el alemán los idiomas que predominan dentro de sus conocimientos, todos cuentan con su respectiva licencia de guía abalada por el Ministerio de Turismo.

Uno de los problemas que se suscita en este ámbito y que podría comprometer el nivel de calidad del servicio es que son muy pocas las empresas que cuentan con guías de planta que puedan estar al pendiente de todo el ciclo de la operación turística.

- Atención al cliente

La gestión del servicio al cliente es en términos generales bueno, el personal es muy amable, cortés y servicial con los clientes, poseen amplios conocimientos sobre los servicios que comercializan, sin embargo existen ciertas falencias en cuanto al asistencia que se proporciona a los clientes, una de las más notorias y quizás la más importante es el nivel de la organización de actividades, esto debido a que la mayor parte del personal no está capacitado al 100% por lo que el nivel de profesionalismo tiende a decrecer.

La mayor parte del personal de ventas desempeña varias posiciones dentro de una misma empresa, lo que genera entorpecimiento en la ejecución de labores pues el personal debe atender a los “walking tourist” y asistir a los grupos que llegan y salen de excursión.

- Comunicación

Como ya se ha dicho anteriormente el personal es muy amable, atienden a sus clientes con respeto y cortesía, sin embargo el léxico que ciertos agentes de viajes emplean es muy informal, en ciertas ocasiones demasiado abierto y jovial.

Como consecuencia, el nivel de profesionalismo se podría ver afectado al olvidar que los clientes deben ser tratados con respeto y manteniendo la distancia debida entre vendedor y cliente.

- Número de personal de guía

La mayoría de los tour operadores trabajan con 3 guías rotativos en adelante, varía según la temporada. Existen muy pocas empresas que contratan guías de planta, pero a todos ellos se les exige tener sus permisos al día, hablar inglés fluido y experiencia como guías de aventura para ser contratados.

- ◆ Administrativo

- Productos llamativos e innovadores

La innovación es quizá uno de los factores que más podría deteriorar la imagen turística del cantón, pues ninguno de los agentes de viajes a los que se entrevistó tiene siquiera una mínima perspectiva sobre la innovación ni la diferenciación de los servicios, esto debido a que no se está considerando una de las bases más importantes sobre la atención al cliente, la diferenciación que conlleva a la creación de lazos de fidelización con los consumidores, a la vez que atrae a nuevos mercados. A pesar de ello la mayor parte de los prestadores de servicios que operan en Baños no están conscientes de esta realidad.

Nadie se considera superior a su competencia, cuando la realidad es que si existen diferencias de uno a otro Tour Operador; por ejemplo existen empresas que poseen amplias y modernas oficinas, en donde el cliente no espera de pie, sino que espera su turno muy cómodo en un sofá. En algunas agencias el personal está debidamente uniformado y se toman el tiempo de explicar cuidadosamente en que consiste las actividades antes de informar sobre los costos, en otros casos es posible también encontrarse con ficheros informativos con volantes sobre las actividades que oferta el Tour Operador.

- Manual técnico de operación

Todos los tour operadores cuentan con manuales de operación de las actividades turísticas y deportivas que ofertan, dichos manuales forman parte de los documentos reglamentarios del establecimiento pues manifiestan los agentes de viajes que no es necesario revisarlos pues todos los procesos de operación son realizados en su día a día. A más de poseer manuales de operación para las diversas actividades que comercializan, los tour operadores cuentan con políticas internas para los consumidores, donde establecen entre otras cosas asumir la responsabilidad de los turistas ante cualquier eventualidad, donde empieza y donde termina su labor como prestador de servicios y las penalidades por daño de los equipos.

- Registro de control de clientes

Gracias a las entrevistas realizadas en Baños de Agua Santa, se pudo constatar que todos los Operadores de Turismo cuentan con un registro de operación mensual, en estos registros debe constar los datos generales de los pasajeros que han sido atendidos en cada mes; tales como:

- a) Nombre
- b) Apellido

- c) Numero de pax
- d) Actividad a realizar
- e) Día y hora de operación

Este material es necesario no solo para conocer la operación en ejecución, sino también para contabilizar el promedio de salidas que la agencia realiza y para planificar la operación en temporadas altas.

A más del registro interno, los tour operadores manejan formularios de registro que se entrega a cada pasajero para que lo llenen, en este formulario se otorga al prestador de servicios los datos personales de los pasajeros que tomaran servicios con la empresa:

- a) Nombres completos
- b) Edad
- c) Nacionalidad
- d) Genero
- e) Numero de cedula o pasaporte
- f) Edad
- g) Número telefónico
- h) Hotel de contacto \*en caso de tener
- i) Contactos de emergencia
- j) Alergias, restricciones alimenticias y discapacidades

El Tour operador también informa al turista sobre los servicios que se incluyen o no en el tour u actividad que contrató:

- a) Actividad a realizar
- b) Duración del programa o circuito
- c) Detalle de los equipos entregados
- d) Firma de consentimiento informado sobre potenciales riesgos

Todos esos detalles son de vital importancia para el registro del Tour Operador, en caso de algún incidente, pues es su responsabilidad asistir siempre y en todo momento de la actividad a sus excursionistas.

- Póliza de Seguro

Los tour operadores no cuentan con seguros de accidentes para sus pasajeros, ellos defienden su posición bajo el consentimiento informado que deben firmar los pasajeros antes de realizar cualquier actividad. El tour operador es el encargado de brindar asistencia a sus cliente ante cualquier emergencia u accidente, sin ellos no asumen ningún costo que se pueda generar en los centros hospitalarios.

Únicamente los vehículos utilizados en el desplazamiento de los pasajeros, cuentan con póliza de seguro, todos los autos poseen sus papeles al día, revisión mecánica continua, y equipo de primeros auxilio.

- Gestión administrativa

De acuerdo con los testimonios de los agentes de viajes entrevistados, la gestión administrativa es bastante escasa, la mayor parte de los agentes de viajes no consideran aspectos sobre índices o indicadores de calidad, muy pocos de ellos se plantean objetivos corporativos, y más preocupante que eso la mayor parte de los dueños de los establecimiento turísticos no brindan capacitación a su personal, lo que conlleva a que la cultura organizacional de la empresa se vea afectada y perjudique el nivel de calidad interna.

- Permiso de funcionamiento

Todos los tour operadores entrevistados cuentan con los permisos de funcionamiento necesarios para su legal operación, entre ellos se encuentran:

- a. Licencia de funcionamiento
- b. RUC
- c. Patente municipal
- d. Permiso de Bomberos
- e. Certificado de competencias laborales del personal

A más de los permisos requeridos por el MINTUR, ente regulador del turismo en Ecuador algunas agencias cuentan con certificados de desempeño, calidad, y fundamentos en turismo de aventura.

- ◆ Soporte Físico

- Evaluación de equipos técnicos

Los equipos técnicos que se usan en la práctica de los deportes de aventura son continuamente monitoreados por el personal de cada agencia, sin embargo difiere mucho la regularidad con la que se controlan. La media es de 4 veces por año, es decir los tour operadores hacen chequeos cada 3 meses de los equipos de seguridad, si no existen averías se los puede continuar utilizando, de presentar alguna irregularidad deben ser reemplazados por equipos nuevos.

Los agentes de viajes que fueron entrevistados manifiestan que es muy complejo mantener los equipos siempre nuevos, pues el deterioro de los equipos es principalmente generado por la mala utilización de los mismos pasajeros. Afirman que la misma actividad deportiva requiere que el material sea expuesto a superficies irregulares y condiciones climáticas extremas. El personal debe revisar que los turistas devuelvan los equipos en las mismas condiciones en que se les fueron entregados y completos. En caso de que algún equipo presente anomalías en su estructura, este es reparado del resto hasta su reparación o sustitución. Se pudo conocer también que el Cuerpo de Bomberos hace controles continuos a los tour operadores con el fin de constatar la idoneidad de los equipos, caso contrario la empresa puede ser objeto de sanción o clausura.

- Material de respaldo

La cantidad de equipo que se envía para la realización de las actividades turísticas depende del número de pasajeros que se hayan inscrito para una determinada actividad. Antes de que el grupo se embarque es imprescindible que los pasajeros se prueben los equipos personales para verificar que las tallas sean las idóneas para cada persona. El personal de guía se encarga de la transportación del resto de materiales y equipos deportivos, a más del número de equipos probados se lleva entre 2 a 3 aparejos extra por si alguno se rompe, falla o pierde.

- Equipo de comunicación

Los tour operadores emplean teléfonos móviles como equipos de comunicación, a través de los equipos celulares pueden comunicarse constantemente con el resto del personal, e informar sobre algún incidente o anomalía que se llegase a suscitar durante la ejecución de las actividades deportivas. No han empleado la utilización de radios pues debido a la geografía del sector no existe buena cobertura de la señal.

- Botiquín de primeros auxilios

Todos los Operadores de Turismo cuentan con botiquín de primeros auxilios tanto en las oficinas como en los vehículos. Sirven como material de apoyo para asistir a los turistas ante cualquier accidente menor y para ayudar a mitigar percances mayores mientras llega la ayuda profesional.

#### **4.1.4. Calidad Integral del Destino**

El nivel de la calidad de un servicio está estrechamente relacionado con el grado de satisfacción del cliente. Cuando la realidad no alcanza las expectativas del cliente y el índice de la calidad de un servicio tienden a decrecer; y la satisfacción de la clientela se ve afectada (Narayan *et al.* ,2009). En la industria turística el cliente juega el papel de corresponsal cuya labor es transmitir tanto sus buenas y malas experiencias sobre un servicio. Por ello la importancia de evaluar continuamente el desempeño de los operadores turísticos. Mediante el análisis de los datos obtenidos de las entrevistas y encuestas realizadas en el cantón de Baños de Agua Santa, se puede determinar con claridad cuáles son los puntos con mayor índice de falencias identificadas; tanto de los factores internos, como de los elementos externos de la calidad los resultados están expresados en la Tabla 10 que precede:

**Tabla 10: Resultados de los factores externos de la calidad**

<b>DIMENSIONES DE LA CALIDAD</b>	<b>ASPECTOS EVALUADOS</b>	<b>FALLAS IDENTIFICADAS</b>
<b>Elementos Tangibles</b>	Conservación de los sitios turísticos (P9)	*
	Equipo de técnicos Completo (P13)	
	Estado de equipos técnicos (P14)	*
	Transporte adecuado (P17)	
	Causas de la idoneidad el transporte (P18)	
<b>Fiabilidad</b>	Cumplimiento y puntualidad de los prestadores de servicios (P19)	
	Grado de dificultad de los deportes (P20)	
	Desarrollo de la actividad de forma eficiente (P22)	
<b>Sensibilidad</b>	El personal de ventas es claro y preciso (P8)	*
	Los guías demuestran buenos conocimientos y experiencia en la materia (P15)	
	Buenas cualidades de los guías (P16)	
<b>Seguridad</b>	Charlas informativas sobre los deportes a realizar (P11)	
	Temas que se proporciona en las charlas (P12)	*
<b>Empatía</b>	Los guías hacen un buen trabajo (P10)	
	La actividad fue bien coordinada (P21)	*
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		

Mediante el trabajo de campo realizado en Baños de Agua Santa se logró recopilar información sobre el nivel de calidad turística del cantón, identificando así las fallas más amenazantes para la gestión de la calidad del servicio. A continuación el detalle de las fallas identificadas dentro de las dimensiones de los factores externos:

◆ **Infraestructura turística**

En el caso particular del turismo de aventura, la infraestructura, es representada por los espacios y sitios turísticos donde se efectúa la práctica de los deportes de aventura. En

presente caso investigativo correspondiente al territorio del cantón Baños de Agua Santa, se registró un índice considerable de deterioro de los recursos naturales; lo que ha provocado un declive de la calidad turística. Los entrevistados han manifestado su inconformidad con el deterioro ambiental de los ecosistemas, pues consideran que no se está protegiendo los sitios turísticos de la forma debida.

◆ Equipos técnicos y de seguridad

El material utilizado en la práctica del turismo de aventura es pieza importante y clave para la ejecución de toda actividad deportiva. Es importante que estos estén sujetos a controles constantes que ayuden a garantizar la idoneidad del producto. Según los tour operadores de Baños los equipos técnicos que ellos emplean en sus tours de aventura son revisados continuamente e inspeccionados por los entes reguladores del comercio turístico de aventura. Sin embargo acorde con los resultados del sondeo, los turistas consideran que es importante el aspecto físico, pues comprende una característica substancial para los deportistas, por ello sugieren que estos sean reemplazados dentro de un tiempo prudente para evitar la impresión de deterioro e inseguridad que generan.

◆ Personal de ventas

La mala atención por parte del personal de ventas es una falla identificada tanto en la encuestas a los turistas de Baños como en las entrevistas realizadas a los tour operadores del sector. Una de las falencias más notorias es la capacidad de respuesta y la comunicación. La mayor parte de los vendedores utilizan lenguaje informal y coloquial, lo que podría afectar la claridad y objetivo del mensaje.

◆ Temas de las charlas informativas

Según lo identificado en el sondeo sobre la calidad turística, existen dos parámetros muy importantes que no se están tomando en cuenta en las charlas informativas; estos últimos que han sido identificados a través de las encuestas y corresponden a: la ruta del circuito turístico y el plan de socorro contra accidentes. Estos dos aspectos han sido señalados como de menor consideración por parte de los prestadores de servicio, sin embargo estos dos tópicos son cruciales para el minimizar accidentes. Por lo tanto son importantes estos dos temas en el contenido de las charlas informativas, ya que la información es el fin de la incertidumbre.

◆ Orden y coordinación de las actividades deportivas

La coordinación turística se identifica como el nivel de planificación que existe antes, durante y después de la operación de una actividad o circuito turístico. Con este preámbulo se entiende que la falla identificada con respecto a esta variable es producto de la mala coordinación, control y poca planeación de los servicios turísticos que se ofertan en Baños de Agua Santa. Del análisis, se concluye que existen falencias en la estructura interna de la organización; impidiendo así la efectiva aplicación de lineamientos de control y coordinación en los deportes de aventura. En consecuencia se considera deficiente la gestión administrativa de los tour operadores; por lo que se recomienda reestructurar el esquema operativo interno de cada tour operador para que se desarrolle efectivamente la labor de control, preparación y desempeño de los trabajadores de las agencias.

En la Tabla 11 que se ilustra a continuación se encuentre el resumen de los aspectos que deben ser mejorados para incrementar la satisfacción del turista:

**Tabla 11: Propuestas de mejora según los encuestados**

#	PREGUNTA	RESULTADOS	
23	Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que deben ser mejorados:	• Horarios	
		• Rutas y circuitos	
		• Equipos e infraestructura	*
		• Personal de ventas	*
		• Personal de guía	
24	Observaciones y comentarios	• Aspectos a conservar	
		• Aspectos a Mejorar	*
Fuente: Elaboración propia			

Para los visitantes del cantón de Baños, el auge del turismo de aventura ha provocado un incremento de las demandas cualitativas de los servicios que allí se comercializan. Las expectativas y requerimientos de los turistas también crecieron y exigen calidad ya que para ellos es importante ser atendidos con cortesía y amabilidad; pero también sentir confianza y seguridad. En este contexto se presentan los aspectos que deben ser mejorados para que el sector turístico de Baños logre alcanzar la excelencia en la calidad. Entre los más relevantes se menciona:

- Capacitar a los guías
- Comprar equipos nuevos
- Dar mantenimiento continuo a los equipos
- Empezar los tours puntualmente
- Innovar los tours y actividades
- Mejorar la atención al cliente

Con respecto a la calidad interna, se han identificado falencias que deben ser consideradas como aspectos de mejora de la calidad del turismo, el resumen se observa en la Tabla 12, a continuación:

**Tabla 12: Resultados de los factores internos de la calidad**

<b>ORGANIZACION INTERNA DE LA EMPRESA</b>		<b>FALLAS IDENTIFICADAS</b>
<b>PERSONAL</b>	Amplios conocimientos	
	Atención al cliente	
	Comunicación	*
	Número de personal	
<b>ADMINISTRACION</b>	Productos llamativos	*
	Manual técnico de proceso	
	Registro de control	
	Póliza de seguro	*
	Gestión administrativa	*
	Permisos de funcionamiento	
<b>SOPORTE FISICO</b>	Equipos técnicos	
	Material extra de respaldo	
	Equipos de comunicación	
	Botiquín de primeros auxilios	
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		

Mediante las entrevistas realizadas a 14 tour operadores del cantón de Baños de Agua Santa se logró identificar los elementos del ciclo del servicio más descuidados. A continuación el detalle de observaciones de los aspectos evaluados en las entrevistas personales:

- ◆ El personal de ventas no emplea técnicas de comunicación, expresión corporal ni entonación de voz adecuadas. El problema se suscita principalmente cuando el

personal no brinda las atenciones adecuadas al cliente y no desempeña oportunamente su papel de ilustrador e informador.

- ◆ Los tour operadores de Baños no conciben la diferenciación de servicios como parte de su propuesta de marketing y mercadeo, por lo que la comercialización de los servicios turísticos del sector se han visto afectados. La diversificación de la oferta turística se ha quedado estancada y dirigida a ofertar lo mismo que la competencia.
- ◆ La falla más relevante hace referencia a las pólizas de accidentes que emplean los Tour Operadores, pues no cuentan con ningún tipo de seguro que permita proteger a los turistas de heridas y lesiones ocasionadas por la práctica de los deportes de aventura.
- ◆ La gestión administrativa empleada por los tour operadores no es correcta. Exista una falta de cumplimiento con las funciones y obligaciones internas de los procesos de control, supervisión, capacitación y retroalimentación.

Gracias a un análisis de los factores internos y externos de la calidad se encontraron ciertos aspectos que se relacionan entre sí. La mayor parte de las fallas identificadas son factores de incidencia con los procesos internos de las empresas, por consiguiente es preciso:

- ◆ Aumentar el control y revisión del estado de los equipos técnicos y de seguridad.
- ◆ Controlar el desarrollo de las actividades deportivas.
- ◆ Capacitar a los guías para que brinden charlas informativas completas.
- ◆ Capacitar al personal de ventas en atención al cliente.
- ◆ Mejorar las técnicas de comunicación del personal.
- ◆ Fomentar sistemas de medición del desempeño operativo.

## **5. CAPITULO VI: PROBLEMÁTICA Y SITUACIÓN ACTUAL - TURISMO DE AVENTURA EN BAÑOS**

### **5.1.Causas de la problemática**

#### **5.1.1. Amenazas y riesgos de los deportes de aventura**

Como se ha dicho anteriormente, los deportes de aventura son actividades que conllevan la aceptación de riesgos y peligros, que son propiciados por las condiciones a los que el participante debe someterse. De conformidad con los resultados de la investigación efectuada en el cantón de Baños, se han identificado los riesgos potenciales y amenazas que implica la práctica de los deportes extremos:

##### **◆ Equipos técnicos y de seguridad**

Constituido como el material de apoyo empleado para el desempeño de las actividades deportivas, los equipos de seguridad han sido identificados como causa de los riesgos explícitos en la práctica de los deportes de aventura. Como se ha mencionado anteriormente la apariencia de los equipos de aventura por sí sola no puede evaluar el nivel de calidad; sin embargo, es un elemento de riesgos, por lo que se debe prestar principal atención a su buen funcionamiento. La inspección y la debida manipulación de los instrumentos de seguridad pueden llegar a comprometer el buen desarrollo de las actividades deportivas. En efecto según estudios realizados sobre accidentes en la práctica de deportes de aventura se estableció a la disfuncionalidad del equipo deportivo como una de las causas más comunes de los accidentes deportivos (Bently *et al.*, 2004). En consecuencia los tour operadores de Baños han optado por revisarlos continuamente para evitar accidentes y garantizar la seguridad de los turistas; sin embargo, se precisa más control de las autoridades encargadas para lograr certificar la calidad, calibración y debido ajuste de los equipos utilizados por los tour operadores del cantón.

##### **◆ Información impartida sobre la actividad a realizar**

Las charlas informativas son un componente importante de la operación turística, pues este desempeña el papel de “brief post-operativo” y ayuda a impartir información precisa y oportuna sobre la actividad a realizar. De acuerdo con los resultados de este informe los prestadores de servicios comunican en orden prioritario: la utilización de los equipos

deportivos, el grado de dificultad del deporte a realizar, y la descripción de los sitios turísticos a visitar. Solo un reducido número de tour operadores informan sobre croquis, rutas y circuitos, y planes de asistencia ante emergencias. Se reconoció como factor de amenaza la desinformación sobre los planes de socorro, puesto que en Baños de Agua Santa existe poco conocimiento sobre qué hacer en casos de emergencia durante la práctica de deportes extremos. Por consiguiente dicha ignorancia se considera elemento de riesgo latente para el desarrollo eficiente del turismo de aventura. El factor desinformación es un componente de la gestión administrativa y por tanto causa de fallo correspondiente al bloque “Humano” (Vertical, 2014). Tomando en cuenta el artículo 6.1 publicados en el Código Ético Mundial para el Turismo; vale la pena mencionar que es responsabilidad moral de los tour operadores proporcionar información válida y veraz que facilite el entendimiento de las cláusulas y estipulaciones pactadas con el prestador de servicios, así como también de brindar un servicio seguro y de calidad sus clientes (OMT, 1999: 6).

◆ Coordinación de la actividad deportiva

La planeación y buena dirección del desarrollo de las actividades deportivas en Baños de Agua Santa han sido catalogadas como deficientes. De acuerdo con el presente informe el nivel de coordinación de las actividades deportivas es bastante reducido, por lo que se concluye que esta falla es un factor de riesgos para la operación de dichas actividades. La planeación, coordinación y control de la operación turística es un componente de buenas prácticas y un factor de prevención de desastres y minimización de accidentes (Mediavilla y Blanco 2012). Tal como se establece en el Reglamento de Operación Turística de aventura, son las personas naturales o jurídicas, propietarias de un establecimiento turístico las obligadas a cumplir con sus deberes como prestadores de servicios según los manda la ley (MINTUR, 2014); por tanto deben asumir sus competencias con ética y profesionalismo, coordinando el buen desarrollo de la actividad turística. Este elemento amenazador requiere de gran preocupación, pues nuevamente se recae en un fallo correspondiente al componente “Humano”, como se contemplan en el manual de riesgos (Vertical, 2014).

#### ◆ Póliza de seguro

Los tour operadores del cantón de Baños de Aguas Santa no cuentan con seguros de accidentes. Se considera este aspecto como una falla puesto que los prestadores de servicios deben estar preparados ante accidentes que pudiesen sufrir sus pasajeros, por lo que se hace necesario que estén prevenidos y preparados para cualquier incidente u eventualidad que se suscitase durante la operación turística. Según el Reglamento de Operaciones Turísticas de Aventura uno de los requisitos básicos para la oferta de servicios de aventura en el territorio ecuatoriano contempla la adquisición obligatoria de una póliza de responsabilidad civil por parte de la empresa facilitadora, mismo que deberá amparar a empleados y clientes de la empresa operadora y eventualmente a terceros involucrados (MINTUR, 2014). Así también lo dictamina la Ley de Turismo en su artículo 44:

El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio (MINTUR, 2002: 9).

Sin embargo, en la práctica este requisito no se cumple debido a la falta de empresas que faciliten el servicio de seguro de accidentes de esta índole. Por ende esta exigencia impuesta por el organismo legislador de las actividades turísticas, MINTUR, queda sin validez. Por el contrario se puede optar por la adopción de buenos principios y medidas preventivas como: el principio de precaución, cuyo fin es evitar tragedias no deseadas. Y el consentimiento informado para que los consumidores sean quienes juzguen el nivel de riesgo, al que se enfrentarán con estas actividades.

#### ◆ Gestión administrativa

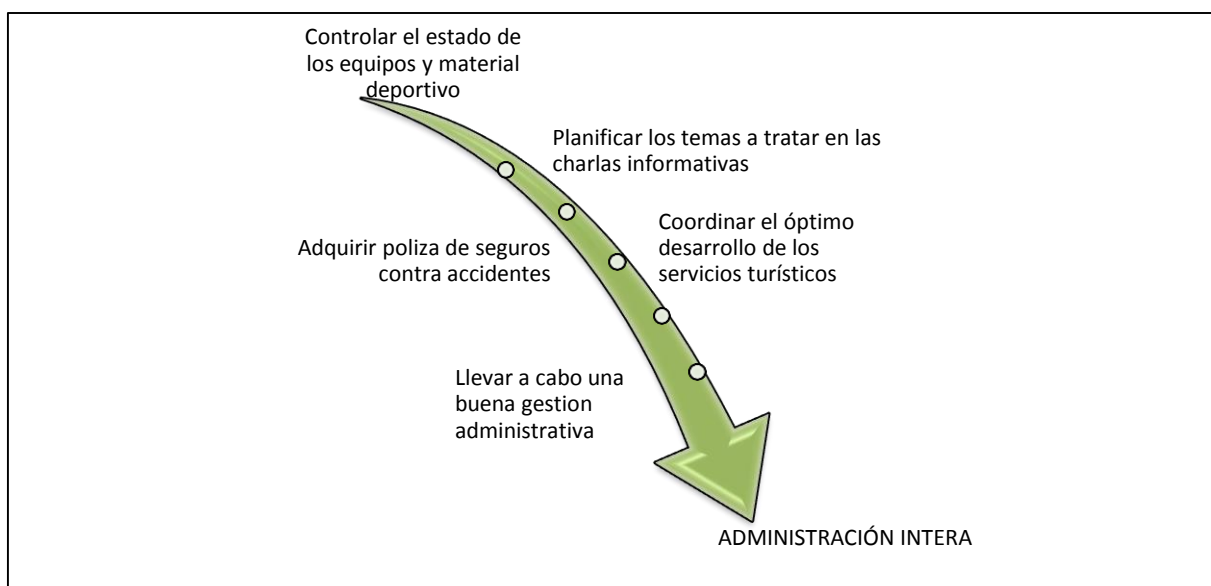
La gestión administrativa de las empresas de turismo de aventura ha sido identificada como deficiente al no haber cumplido objetivamente con la satisfacción de los clientes. Es parte esencial para el aseguramiento de la calidad del servicio turístico; la utilización de herramientas de gestión administrativa que permitan evaluar el buen desempeño de la agencia y de quienes la conforman. La gestión administrativa es un aspecto interno de la calidad, que

si bien no puede ser divisada directamente por los consumidores, si puede ser percibida a través de la eficiencia, orden y buen desarrollo de los servicios. Por lo tanto, tal como decreta la norma INEN, es el gerente operador de turismo, entre otras competencias, utilizar herramientas de gestión que aseguren la satisfacción del cliente (INEN, 2008).

### 5.1.2. Factores Generadores de Riesgo

Tal como se ha expuesto en este último enunciado existen varios factores de riesgos vinculados con la práctica y comercialización de deportes extremos. La mayoría de los elementos amenazantes que se han identificado en esta investigación son aspectos, cuyo control y vigilancia recaen en la labor administrativa de cada establecimiento turístico. Para entender mejor su incidencia se analizará el siguiente grafico de relaciones:

**Ilustración 22: Responsabilidades de los tour operadores**



Fuente: Elaboración propia

Como se explica en el gráfico 23, el factor generador de riesgos en la práctica de los deportes de aventura es la mala administración interna que llevan los tour operadores de Baños. El turismo de aventura es una actividad en donde los peligros y probabilidades de riesgos son eminentes, por eso es preciso que los empresarios que prestan servicios de esta índole evalúen minuciosamente las causas de los accidentes; para entender su origen, el entorno y sus alrededores; para mejorar la infraestructura en mal estado, y la forma como se respondió a la

emergencia; para prevenir nuevos incidentes y generar eficiencia organizativa. Los puntos de desequilibrio de la calidad que se han analizado como amenazantes son aspectos que deben ser tratados como un sistema cronológico de organización y adoptados como valores internos de orientación al cliente. Varios de los riesgos identificados pueden ser mitigados mediante la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial.

Gracias al trabajo de campo realizado en Baños, se logró conocer a profundidad la realidad turística que se vive en el cantón; se constató la preocupación e interés que tienen los prestadores de servicios turísticos por los visitantes. La mayor parte de las compañías ofertan actividades deportivas con un rango medio de dificultad para que esta sea accesible un gran segmento de público, para que puedan disfrutar de las actividades de aventura. Sin embargo, los accidentes pueden suscitarse también por factores adversos al compromiso operativo de las agencias, tales como: el entorno, el clima, y las habilidades propias de cada participante. Se comprobó además que los agentes de viajes del cantón de Baños no son empresarios metódicos, sino más bien empíricos. Usan mucho sus experiencias previas y criterios comunes en el desarrollo comercial del turismo de aventura, en consecuencia el nivel de la calidad turística se ve afectado, pues no se aplican técnicas de planificación, control, seguimiento y evaluación de las actividades turísticas. Esto infiere en la mala toma de decisiones de la administración interna de los tour operadores, generando entorpecimientos que afectan a la imagen turística del cantón, la calidad de los servicios turísticos, y la seguridad integral de los visitantes. Los riesgos en la práctica de deportes de aventura son intermitentes, pueden provenir de diferentes factores; su importancia radica en minimizar todos los riesgos controlables para evitar catástrofes y proporcionar a los participantes el mejor servicio posible. Es imposible asegurar que ninguna adversidad se presentará en la ejecución de estos deportes, por ello se precisa que los tour operadores estén lo mejor preparados y comprometidos con sus clientes para responder cualquier adversidad de forma óptima y precisa.

## **5.2.Propuesta de mejora**

### **5.2.1. Normas técnicas de operación**

Las normas técnicas que regulan el comercio legal del turismo de aventura en el Ecuador son codificadas por el Ministerio de Turismo, el cual se encarga del control y regulación de todos

los negocios relacionados al ejercicio de la actividad turística. Gracias a la entrevista realizada en la Dirección de Coordinación de Calidad del MINTUR y a la asesoría impartida por Franklyn Tipán (2015) se conoce que el primer paso para el ejercicio de la actividad turística es la constitución legal de la empresa turística. El registro de establecimientos turísticos el proceso y lineamientos para la concepción de una empresa turística cuya actividad comprometa cualquiera de las siguientes modalidades (Tipán, 2015):

- ◆ Alojamiento
- ◆ Alimentos y bebidas
- ◆ Transporte
- ◆ Operación
- ◆ Intermediación y organización de eventos.

El proceso para el registro de una agencia operadora de turismo de aventura consiste en la inscripción legal de la entidad comercial según los requisitos que establece la ley en el Ecuador, a ellos se puede acceder a través de la página oficial del Ministerio de Turismo. Los requerimientos no hacen diferenciación alguna al tipo de variable turística a la que se vaya a dedicar la agencia, aparentemente no existe ningún requerimiento adicional para empresas operadoras de turismo de aventura. El Ministerio de Turismo compromete a los empresarios a cumplir con los parámetros y lineamientos, decretados mediante el Reglamento de Operación Turística de Aventura, para el debido funcionamiento de las entidades dedicadas a la operación de turismo de aventura en el país. En dicho documento se estipula que todas las empresas dedicadas al ejercicio de la operación turística deberán cumplir con una serie de exigencias para poder laborar legalmente, puesto que en caso de no acatarlos estarán sujetos a sanciones (MINTUR, 2014).

Bajo los parámetros analizados en el párrafo anterior se concluye que el total de las agencias entrevistadas infringen la ley al no contar con póliza de seguro para la operación turística de las actividades deportivas; únicamente cuentan con el formulario de descargo de responsabilidad, mismo que debe ser leído y firmado por los clientes que contraten servicios del tour operador. Con respecto al plan de gestión de riesgos, se ocupa el plan general del

cantón; no se ha elaborado ningún plan que se enfoque a los accidentes derivados de la práctica de los deportes de aventura. Como se ha visto en la presente investigación los planes y manuales de operación son indispensables para la ejecución de las actividades deportivas. En relación con el caso de estudio, los tour operadores de Baños disponen de dichos manuales; sin embargo no son empleados correctamente. Además, la mayoría de los entrevistados manifestaron que muy pocas veces hacen uso de ellos; alegan que el personal de guía está muy bien preparado y sabe cómo proceder en cada modalidad turística.

Una de las problemáticas más preocupantes; es la utilización de equipos deportivos y material de seguridad con garantía de desempeño y sello de seguridad que respalde la marca y originalidad de los productos. En definitiva el material técnico y de seguridad, es para los tour operadores la inversión más fuerte que deben asumir, por ello se aseguran de contar con equipos legales que cumplan con los estándares de calidad y garantizan el buen desempeño de los deportes. Por el contrario los planes de reposición de equipos no están estandarizados; existe mucha discrepancia en el tiempo de chequeo revisión de equipos; la mayor parte de los entrevistados sostienen que los equipos son revisados con frecuencia pero desacuerdan en el tiempo promedio.

Finalmente con respecto al personal de guía es preciso mencionar que todos ellos son profesionales que cuentan con licencia de guías de turismo nacional y se han especializado en la rama del turismo de aventura asistiendo a seminarios, talleres y convenciones; sus habilidades son medidas por parte del dueño o administrador del establecimiento turístico antes de su contratación. Los guías pueden ser contratados como de planta o como freelance. Resumiendo, el personal de guía cumple con las cláusulas del reglamento pues conocen y se desempeñan a cabalidad en cada modalidad deportiva. De conformidad con los resultados de las encuestas las expectativas con respecto al personal de guiado son muy buenas y satisfactorias. Con respecto a las capacidades profesionales de los guías de turismo de aventura, es importante recurrir a la Norma Técnica de las competencias laborales del guía especializado en turismo de aventura. El documento regula y controla las destrezas y desempeño de los guías especializados en esta rama (NTE\_INEN 2461, 2007). También se puede encontrar el detalle y descripción del perfil idóneo contemplando todos sus conocimientos habilidades y aptitudes para desempeñarse como profesionales exitosos y para

asegurar el desarrollo turístico en el país (NTE\_INEN 2461, 2007). También se puede recurrir a los programas que impulsan el uso de herramientas de calidad, existen varios certificados a la excelencia turística patrocinados por el MINTUR; entre ellos: la marca “Q”, que permite certificar establecimientos turísticos a través de la implementación de estándares de calidad; la norma MIPYMES, como medida de ayuda y soporte de las pequeñas y medianas empresas en la gestión organizacional (NTE-INEN 007, 2015). A nivel global se puede hacer uso de las normas ISO 9001-2000 y 18513-2003, que fomentan el uso de sistemas de gestión de la calidad.

### 5.2.2. Plan de contingencia

En este apartado se verán las acciones de mejora que se deben implementar en el cantón de Baños de Agua Santa para contrarrestar los factores catalogados como amenazantes según el análisis cualitativo empleado en el desarrollo de esta investigación.

#### Instructivo de seguridad turística para la operación de deportes extremos

A continuación en la Tabla 13 se ilustra la valoración de la incidencia de riesgos y los efectos nocivos de la práctica de los deportes de aventura:

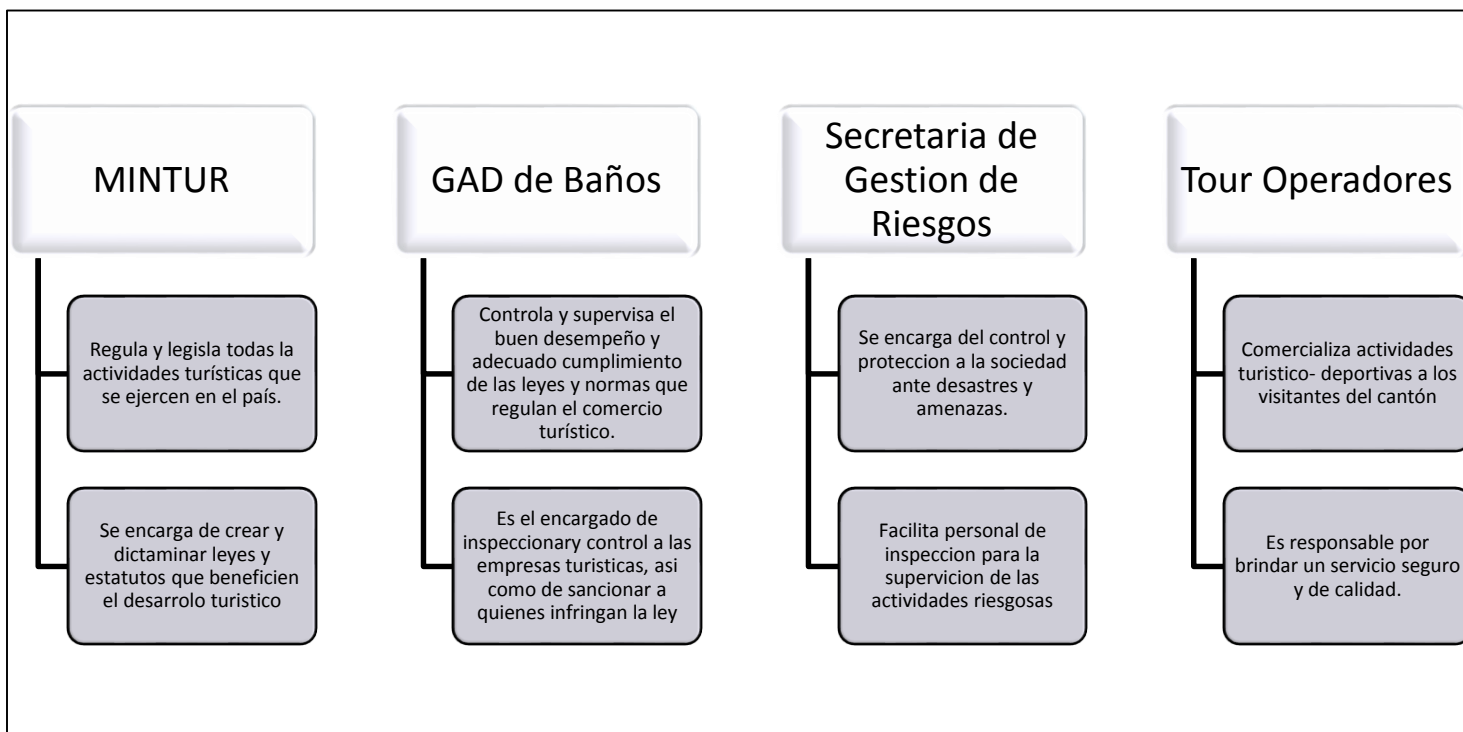
**Tabla 13: Niveles de riesgo en el turismo de aventura**

<b>NIVEL DE RIESGO</b>	<b>INCIDENCIA</b>
<b>ALTO</b>	▪ Lesiones y Heridas de gravedad
	▪ Mutilación o pérdida de extremidades
	▪ Asfixiamiento
	▪ Pérdida del conocimiento y la memoria
	▪ Muerte del participante
<b>MEDIO</b>	▪ Golpes y fracturas leves
	▪ Atrofia de músculos
	▪ Dolores en las articulaciones
	▪ Caídas y choques con terceros
<b>BAJO</b>	▪ Daño de la propiedad privada
	▪ Destrucción y perjuicio del equipamiento,
	▪ Deterioro del estado de los recursos naturales
	▪ Abolladuras y raspones leves
	▪ Golpes superficiales

**Fuente: Elaboración propia**

En el segundo preámbulo, se precisa determinar quiénes son los de actores involucrados en el proceso de desarrollo turístico de aventura dentro de la jurisdicción del cantón Baños de Agua Santa y la función que desempeñan.

**Ilustración 23: Actores involucrados en el proceso de operación turística**



Fuente: Elaboración propia

A continuación se enuncian las pautas y procedimientos que se deben llevar a cabo dentro de las empresas turísticas (tour operadores), con el fin de disminuir la incidencia de accidentes en la operación del turismo de aventura y evadir riesgos que afecten la integridad de los turistas.

◆ **Estrategias de protección para tour operadores**

Se refiere al control técnico de las actividades deportivas y a todos los aspectos relacionados con la estructura interna de las empresas turísticas:

1. Se crea organigramas internos donde se especifique las funciones y responsabilidades de los miembros que conforman cada tour operador.
2. Se utilizan los lineamientos decretados en las normas de competencias laborales establecidas por el INEN para el efectivo control del personal de la empresa.

3. Se emplean técnicas de marketing e imagen dirigidas a comunicar e informara a los turistas y clientes potenciales
4. Se realiza evaluaciones periódicas (cada 6 meses) de los materiales e infraestructura empleados para el desempeño de las actividades deportivas.
5. Se capacita oportunamente al personal en temas de: atención al cliente, técnicas de comunicación, ventas, técnicas de mercado, y otras sugeridas por el SECAP.
6. Se efectiviza el uso de manuales de procesos para el desarrollo de la actividad turística.
7. Se emplean modelos estratégicos de mejora enfocados en la administración interna de los tour operadores.
8. Se utiliza herramientas de gestión y control para el buen desarrollo de las actividades turísticas.
9. Se emplean matrices de evaluaciones de riesgos y condiciones climáticas.
10. Se provee a los turistas de información sobre seguridad turística.
11. Se cumplen con las normas técnicas de calidad y seguridad turística.
12. Se realiza chequeos mecánicos continuos a los vehículos que se emplean en el desarrollo de la actividad turística.
13. Se elabora manuales de documentación de accidentes previamente suscitados, cuando ya ha ocurrido algún incidente, existe la probabilidad de que vuelva a suceder.
14. Se informa a los turistas sobre los planes de socorro y rutas de evacuación.
15. Designar un cesto de provisiones alimenticias para cada salida, en caso de que los turistas sufran de pérdida de líquidos, baja presión, u otros similares.
16. Se establecen sitios seguros, en donde reunirse, o encontrarse con el resto del grupo.
17. Los tour operadores crean protocolos de acciones en casos de crisis u incidentes.

◆ **Medidas a tomar durante una emergencia**

1. Se brinda asistencia ágil y oportuna al, o a los heridos.
2. Se notifica de la emergencia a:
  - Servicio de emergencias (911)
  - Corresponsal de ventas, gerente/ propietario de la empresa prestadora de servicios.
3. El guía a cargo debe establecer la calma entre el grupo de turistas y facilitar sus conocimientos de primeros auxilios, mientras llega la ayuda oficial.
4. El personal de la empresa debe dirigirse hacia el sector de emergencia para colaborar y ayudar en lo que se requiera.
5. En caso de accidentes graves, inmovilizar al afectado, no moverlo, ni desplazarlo hacia centros de salud.
6. Resguardar la zona del incidente.
7. Trasladar al resto de turistas a zona segura.
8. La empresa prestadora del servicio turístico se encargara de comunicar a los familiares de la víctima sobre el incidente para que acudan a asistirlo.

En caso de que no exista ninguna afectado ni daño es importante evaluar los siguientes aspectos:

1. ¿Qué ocasiono el incidente?
2. Revisar el medio, ¿presenta las facilidades idóneas para continuar con la actividad?
3. Verificar el equipo y materiales deportivos, ¿los equipos están funcionando debidamente o requieren ser reparados?
4. Evaluar el estado de los participantes, ¿están nerviosos?, ¿su rendimiento físico está desgastado?, ¿se sienten aptos para continuar con el recorrido?

◆ **Medidas de apoyo y soporte por parte de las entidades gubernamentales**

En esta sección de la propuesta de mejora se abundara sobre las actividades que deberían realizar el MINTUR, como organismo legislador de las actividades turísticas; el GAD de Baños de agua Santa, como entidad de regulación y control de las actividades turísticas; y la Secretaria de Gestión de Riegos en conjunto con el Cuerpo de Bomberos y la Policía Nacional, como cuerpo de soporte para requisas y revisiones de los establecimientos turísticos.

1. Se precisa que el MINTUR reformule y plantee requisitos viables para la buena gestión y desarrollo del turismo de aventura en el país.
2. El MINTUR propulsa nuevos programas de entrenamiento y capacitación en turismo de aventura.
3. El MINTUR rediseña los manuales técnicos para la operación turística de todas las modalidades deportivas existentes, para el mejor manejo y supervisión.
4. El MINTUR elabora nuevos estatutos como medida de sanción para quienes incurran en negligencia técnica y profesional.
5. El GAD de Baños reevalúa el estado legal de las agencias y tour operadores del cantón.
6. El GAD de Baños realiza operativos de control y sanciona a quienes incumplan el reglamento turístico.
7. El GAD de Baños designa un comité de seguridad, que se encargue de brindar apoyo y asistencia ante emergencias en la ejecución del turismo de aventura.
8. El GAD de Baños patrocina la creación de un sistema de comunicación ágil y eficiente entre tour operadores de turismo, la Cruz Roja, y Policía Nacional, con el fin de asistir eficazmente a los turistas.
9. La SGR impulsa seminarios de capacitación técnica para la operación del turismo de aventura.
10. La SGR organiza brigadas de control de equipos e infraestructura turística.

◆ **Resultado esperados**

1. Se genera un aumento del nivel de calidad en el servicio brindado a los turistas nacionales y extranjeros.

2. Se incrementa el índice de satisfacción de los turistas que visitan el cantón.
3. Se impulsa la utilización de nuevas medidas internas de control de la seguridad.
4. Se fortalece el marco legal para la gestión y control de los agentes de turismo que se dedican a la comercialización de deportes de aventura,
5. Se siguen lineamientos y protocolos de prevención de accidentes.
6. Se propulsa programas de autogestión en favor de la seguridad turística.
7. Se emplean técnicas de seguridad que protegen la vida de los turistas ante una posible emergencia.
8. Las entidades gubernamentales apoyan el desarrollo turístico del cantón a través de congresos y programas de capacitación gratuita.

◆ **Plazo y presupuesto para la ejecución del plan de contingencia.**

Para la realización este proyecto de mejora es fundamental contar con el auspicio y colaboración del MINTUR y el GAD de Baños de Agua Santa, puesto que se precisa apoyo económico para la mejora de la calidad turística del cantón.

<b>BENEFACTOR</b>	<b>INVERSION</b>	<b>MONTO</b>
<b>Subsecretaría De Fomento e Inversiones</b>	Asesoría para la reestructuración de ley turística vigente	\$5800
<b>SECAP</b>	Capacitación al sector turístico de Baños de Agua Santa	\$2400
<b>GAD De Baños De Agua Santa</b>	Puestos de vigilancia y socorro	\$12300
<b>GAD De Baños De Agua Santa</b>	Señalética apropiada	\$4500
<b>GAD De Baños De Agua Santa</b>	Brigadas de control y supervisión de los establecimientos turísticos	\$1120
<b>MONTO TOTAL DE LA INVERSION</b>		<b>\$26120</b>
<b>Fuente: Elaboración propia</b>		

El monto estimado para la ejecución de este proyecto de mejora en pro de la seguridad turística tiene un costo estimado de 26120 dólares americanos. Su ejecución necesita un plazo de mínimo 36 meses para su total desarrollo.

## **6. CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. Conclusiones**

- ◆ El perfil del turista de Baños lo comprende un segmento homogéneo de hombres y mujeres jóvenes cuyos rangos de edades están entre los 18 a 25 años. El 65% de ellos son visitantes provenientes de diversos sectores del país (ecuatorianos), mientras que el 35% restante lo comprenden turistas extranjeros, principalmente americanos. El turista de Baños es también conocido como una amante de la aventura, por ser esta última la principal motivación de viaje (36%), mientras que un considerable 12% de ellos tiene mayor afinidad por la naturaleza y los paisajes.
- ◆ En el imaginario de los turistas, Baños de Agua Santa se ha convertido en un icono de la práctica del turismo de aventura del Ecuador. Gracias al fomento de la promoción turística, hoy en día el cantón posee una gran ventaja competitiva frente a otros atractivos del país, lo que le ha permitido posicionarse como parada obligatoria para quienes gustan de este tipo de actividades.
- ◆ El temprano desarrollo de la actividad turística en el cantón de Baños ha provocado anomalías en la regulación el comercio turístico. El boom de esta actividad comercial surgió previamente a la aplicación y actualización de las normas y leyes; por lo que los empresarios se desarrollaron sin fundamentos teóricos ni legales, acreditando sus conocimientos a la experiencia que han adquirido durante los años. Consecuentemente los tour operadores de aventura llevan a cabo una labor mecánica de la operación turística; no desarrollan actividades metódicas de planificación, seguimiento y control.
- ◆ A través de esta investigación se pudo evidenciar una inconsistencia sobre la adquisición de pólizas o seguros de vida, ya que en la zona desconocen o no existen empresas dedicadas a prestar este tipo de servicios. Por consiguiente los tour operadores no han podido suplir ese requerimiento exigido por el MINTUR y se ha producido un entorpecimiento en el buen funcionamiento de las actividades deportivas y una dificultad para la seguridad del turista.

- ◆ La alta congregación de turistas y la excesiva competencia que existe en el cantón ha provocado descuidos en la calidad del servicio. Actualmente existe un desequilibrio comercial basado en una lucha de precios, en donde, la oferta se ve forzada a abaratar costos descuidando aspectos de diferenciación e innovación, lo cual afectaría la calidad de los servicios en un futuro cercano a través del deterioro y destrucción de los recursos naturales del cantón, actualmente explotados como sitios de recreación.
- ◆ Las fallas que afectan a la experiencia turística son aspectos controlables tales como: control de los equipos y materiales técnicos, planificación y creación de guiones y charlas informativas, coordinación de tours y actividades sueltas. Estos aspectos dependen de la administración interna de cada establecimiento turístico, y pueden ser rectificadas a través de la concientización, a empresarios y empleados, de la cadena de valor como un aspecto de fidelización de la clientela.
- ◆ En la dimensión SERVQUAL referente a los elementos tangibles se identificó una negativa sobre la conservación de los sitios naturales (infraestructura turística). Los turistas encuestados consideran que existe un notable deterioro de los atractivos turísticos, el cual debe ser tomado en cuenta para evitar la destrucción del medio y consecuentemente la desaparición de dichos atractivos.
- ◆ En resumen la percepción de la calidad del servicio del turismo de aventura en Baños es bueno. Se identificaron apenas 5 fallas sobre los 15 diferentes aspectos de las dimensiones SERVQUAL de la calidad, lo que significa que el nivel de calidad tiene un 66% de aceptación. Más de la mitad de los encuestados afirman haber sido bien atendidos y concuerdan en que el servicio turístico del cantón es bueno. El 34% restante lo comprenden los 5 aspectos negativos que deben ser mejorados, tales como: conservación de los sitios turísticos, equipos de seguridad, personal de ventas no calificado, falta de información sobre planes de socorro y la mala coordinación de las actividades deportivas.
- ◆ A pesar que el nivel de calidad de Baños es bueno, un considerable 56% de los encuestados coincide en que aún existen varios aspectos que deben ser mejorados, los más relevantes están asociados con: el personal que los atendió (guías y vendedores) y

los equipos de seguridad. La principal razón de esta percepción se debe a que estos dos aspectos están en contacto directo con los turistas y son fácilmente percibidos durante la compra y el uso del servicio, es decir durante los momentos de la verdad en la atención al cliente.

## **6.2.Recomendaciones**

- ◆ El MINTUR precisa de una reestructuración del reglamento de operación turística de aventura y de la ley de turismo para que exista concordancia entre sí y se permita establecer exigencias coherentes y realizables. Además es importante que se designe competencias específicas para los gobiernos seccionales, de tal forma que no exista pugna de poderes entre el MINTUR y los GADs, sino que se logren establecer lazos de cooperación que ayuden al control y buen desarrollo del cantón Baños.
- ◆ Se precisa el apoyo de las autoridades gubernamentales: MINTUR y SECAP para que auspicien e inviertan en programas de capacitación dirigida a los empresarios turísticos en los cuales se aborden temas de interés que ayuden en la implementación de buenas prácticas en la gestión administrativa y a la vez otorgue reconocimientos y certificaciones que validen su desempeño y sirvan como garantía y respaldo para los clientes.
- ◆ A través de la implementación de brigadas de control que inspeccionen continuamente las instalaciones de los empresarios turísticos; en períodos no superiores a 3 meses, se podría verificar el debido cumplimiento de todas las normas y leyes impuestas por el MINTUR, para garantizar la seguridad y bienestar de los turistas.
- ◆ Se recomienda crear mecanismos que ayuden al cumplimiento del requerimiento de pólizas de seguros. Se propone crear un rubro de seguridad, tipo impuesto u otro mecanismo de financiamiento, que deberá ser asumido por cada empresario dentro de la renovación anual del permiso de funcionamiento, mismo que es emitido por parte del Municipio del cantón Baños.

- ◆ La creación de una red de auxilio que fomente un sistema de monitoreo a través de la implementación de tecnologías, tales como radios y GPS, permitiría la comunicación y acción oportuna en caso de accidentes.
- ◆ Es trascendental que los empresarios turísticos se involucren en campañas de conservación que ayuden a minimizar los impactos ambientales del turismo y mitiguen la degradación de los ecosistemas naturales y sitios turísticos del cantón, para que los turistas que los visitan se lleven consigo una buena imagen.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

### ◆ *Referencias bibliográficas:*

- Acerenza, M. (2012) Conceptualización, origen y evolución del turismo, Editorial Trillas, Mexico.
- Alois, S. (2009) Baños de Tungurahua y sus alrededores, Ecuador.
- Álvarez, A. (1994) El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas, Bosh, España.
- Aspiazu, P., Luna, M. y Gómez, J. (2004) Geografía del Ecuador, Cultural, España.
- Banios.com (2015) Baños, Recuperado: 26-02-2015 en <http://www.banios.com/index.html>, Ecuador
- Babakus, E. y Boller, G. (1992) An empirical assessment of the SERVQUAL scale, Journal of Business Research.
- Bently, T., Page, S. y Laird, I. (2004) Safety Experience of New Zealand Adventure Tourism Operator. Journal of Travel Medicine, Volume 7, Number 5
- Buckley, R. (2006) Adventure Tourism, CABI, Estados Unidos.
- Carman, J. (1990) Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions, Journal of Retailing, Bangladesh.
- Casino, A. (2001) Medición de la calidad de servicio: Una aplicación a los alojamientos de alojamiento turístico 1, Estudios de economía aplicada, España.
- Colmenares, O. y Saavedra, J. (2007) Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio, recuperado: 21-09-2014 en <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>, Argentina.
- Croning, J. y Taylor, S. (1992) Measuring service quality: A re-examination and extension. Journal of Marketing Vol 6.

- Croning, J. y Taylor, S. (1994) SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling, Performance-Based and Perceptions Minus Expectations Measurement of Service Quality. Journal of Marketing.
- Díaz, A. (2013) Estadística aplicada a la administración y la economía, Programas Educativos S., México, p. 254.
- Eiglier, P. y Langeard, E. (1989). SERVUCCIÓN: El marketing de los servicios, McGraw-Hill, España.
- El Comercio (2012) Las actividades extremas en Baños se encuentra bajo supervisión, El Comercio, Ecuador, Recuperado: 15-07-2015 en <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/actividades-extremas-banos-encuentran-supervision.html>.
- El Universo (2011) Volcán Tungurahua continúa en erupción bajo alerta naranja, El Universo, Ecuador, Recuperado: 17-06-2015 en <http://www.eluniverso.com/2011/12/01/1/1447/volcan-tungurahua-continua-erupcion-alerta-naranja.html>.
- Elías, L. (2009) Otras formas de turismo, Trillas, México.
- Fennell, D. (1999) Ecotourism: An Introduction, New York, Routledge.
- Fernández, J. (2004) La calidad del turismo: mercado de trabajo, formación y capital humano, Las nuevas formas del turismo N5.
- Ferraro, G. (2004) SERVUCCION: una herramienta para la gestión, Argentina.
- Figueroa, O. (2014) Vestuario para la práctica de deportes extremos en el cantón Baños bajo normativas de seguridad internacionales, (Tesis inédita de Ingeniería), Ambato, PUCE-A.
- Fundación Natura. (2005) Baños de Agua Santa: Plan cantonal estratégico cantonal de ecoturismo y ambiente, Fundación Natura, Ecuador.
- Freire, E. (1970) Baños en el tiempo y en el espacio, Editorial Tungurahua, Ecuador.
- García, A. (2006) Guía para la estructuración de productos turísticos, DMQ, Ecuador.

- García, J. (2000) Turismo: variantes e impactos, Universidad de Matanzas, Cuba.
- Gonzáles, A. (2008) Rasgos caracterizadores del turismo activo y turismo deportivo e importancia económico-social y estructural de nuevas formas emergentes, Acción motriz Revista digital, España.
- INEC. (2010) Censo Nacional 2010, Ecuador, Recuperado: 6-11-2014 en [http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1802\\_BA%C3%91OS%20DE%20AGUA%20SANTA\\_TUNGURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1802_BA%C3%91OS%20DE%20AGUA%20SANTA_TUNGURAHUA.pdf), Ecuador.
- La Hora. (2008) Diversión en canopy, La Hora, Ecuador, Recuperado: 20-05-2015 en [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/707796/1/Diversion\\_en\\_Canopy.html#.VrPXBrLhCM8](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/707796/1/Diversion_en_Canopy.html#.VrPXBrLhCM8).
- La Hora. (2010) 66 años de cantonización de Baños de Agua Santa, La Hora, Ecuador, Recuperado: 7-06-2015 en [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101063871/1/66\\_a%C3%B1os\\_de\\_cantonizaci%C3%B3n\\_de\\_Ba%C3%B1os\\_de\\_Agua\\_Santa.html#.VrPmk7LhCM8](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101063871/1/66_a%C3%B1os_de_cantonizaci%C3%B3n_de_Ba%C3%B1os_de_Agua_Santa.html#.VrPmk7LhCM8).
- La Hora. (2011) Ciclismo extremo vibrará en Baños, La Hora, Ecuador, recuperado: 4-08-2015 en [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101155785/1/Ciclismo\\_extremo\\_vibrar%C3%A1\\_en\\_Ba%C3%B1os\\_.html#.VrPpbrLhCM8](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101155785/1/Ciclismo_extremo_vibrar%C3%A1_en_Ba%C3%B1os_.html#.VrPpbrLhCM8).
- López, C. (2010) Técnicas de muestreo estadístico, IBERGARCETA, España.
- Luk, S. y Layton, R. (2002), Perception Gaps in customer expectations: Managers versus service providers and customers, The Service Industries Journal.
- Maldonado, C y Hernández, G. (2011) Guía para la autogestión de la calidad de servicios turísticos comunitarios, Organización internacional del trabajo, Perú.
- Mediavilla, L. y Blanco, P. (2012) La calidad de las empresas de aventura en el Principado de Asturias, España.
- Mediavilla, L. (2008) Parámetros para la valoración de la calidad en las empresas de turismo activo, a través del diseño de un instrumento multidimensional, Ágora para la EF y el Deporte.

- Mendoza, J. (2009) Medición de la calidad del servicio, El Cid Editor.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2002) Ley de Turismo, MINTUR, Ecuador, p. 9.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2014) Principales indicadores de turismo diciembre 2014, MINTUR, Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2014) Reglamento de operación turística de aventura, MINTUR, Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2015) Registro de establecimientos Turísticos: Requisitos para agencias de viajes, Recuperado: 22-10-2015 en <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-agencias-de-viajes/109>, Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2007) Inventario de atractivos naturales y culturales de la provincia de Tungurahua, MINTUR, p. 430- 826.
- Mohd, A., Odai M. y Musallam, A. (2013) SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in Services Marketing Research, India, Global Journal of Management and Business Research Marketing.
- Molina, E. (2011) Deportes de aventura en el Ecuador. Hidrospeed adrenalina pura, UCT, Ecuador.
- Montaner, J. (1998) Diccionario del turismo, Editorial Síntesis, España.
- Municipio del Cantón Baños (2013) Baños aventura, descanso y diversión, Recuperado: 26-02-2015 en <http://banos-ecuador.com/>, Ecuador.
- Naik, k., Gantasala S., y Gantasala V. (2010) Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing, European Journal of Social Sciences.
- Narayan B., Rajendran C., Sai P. y Gopalan R. (2009) Dimensions of service quality in tourism – an Indian perspective, Total Quality Management & Business Excellence.
- Nicola, G. (1960) Tierra de Tungurahua, Editorial Atenas, Ecuador.
- Norma Técnica Ecuatoriana INEN (2015) Sistema de gestión integral de la calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo operación turística, INEN, Ecuador.

- Olivera, J. (1995) Actividades físicas de aventura en la naturaleza: Análisis socio cultural, Opunts.
- Organización Mundial de Turismo (1999) Código ético mundial para el turismo, OMT, Chile, p. 9.
- Organización Mundial de Turismo. (1998) Introducción al turismo, UNWTO publications.
- Panells, M. y Crespi, M. (2012) Servicios de información turística, Editorial Síntesis, España.
- Parasuraman, A., Zeithaml A. y Berry, L. (1992) Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores, Díaz de Santos, USA.
- Parasuraman, A., Zeithaml A. y Berry, L. (1988) SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality, Journal of Retailing, p. 12-20.
- Parasuraman, A., Zeithaml A. y Berry, L. (1994), Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for future research, Journal of Marketing.
- Pérez, M. (2003) Guía del ecoturismo: o como conservar la naturaleza a través del turismo, Ediciones Mundi-Prensa, España.
- Puertas, X. (2002) Juegos y actividades deportivas para la animación turística, Editorial Síntesis, España.
- Reyes, O. (2001) Baños desde sus orígenes al cabildo, Casa de la Cultura Ecuatoriana, Ecuador, p. 20-48.
- Rivas, J. (2004) Estructura y economía del mercado turístico, Septem Ediciones, España.
- Ryan, C. y Gordon, C. (2003) Developing a visitor satisfaction monitoring methodology: Quality gaps, Crowding and some results, Current issues in tourism.

- Secretaria de turismo de Argentina, (s.f.) Guía de recomendaciones generales para el desarrollo de canopy en la república Argentina, Recuperado: 24-03-2015 en [http://2016.turismo.gov.ar/wp\\_turismo/wp-content/uploads/2009/08/guia.pdf](http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2009/08/guia.pdf), Argentina.
  - SITT, (2014) Catastro Turístico de Tungurahua, Ecuador.
  - Vargas, L. (2010) Deportes extremos, Universidad del Tolima, Ibagué.
  - Vásquez, G. (2008) Ecuador en la mitad del mundo: Guía Turística y ecológica, GV & tour, Ecuador.
  - Vertical (2014) Manual de gestión de riesgos en el turismo de aventura, Vertical, Chile.
  - Zayas A., Rodríguez, C. y Vanni, M. (2006) Ciclismo: disfruta de sus beneficios sin lesiones, Revista de postgrado de la VI catedra de medicina N 160.
  - Zornoza, C. (2004) Estrategias de calidad turística: el papel de los sistemas de acreditación y certificados de calidad, Las nuevas formas del turismo.
- ◆ ***Entrevistas personales:***
- Barrionuevo, M. Gerente propietario Motosport Adventure, entrevistado por: Marilyn Uvillus, 18-04-2015.
  - Macías, O. Trip Advisor de Geo Adventures, entrevistado por: Marilyn Uvillus, 18-04-2015.
  - Mendoza, J. Gerente propietario Tungurahua Explorer, entrevistado por: Marilyn Uvillus, 18-04-2015.
  - Tipan, F. Asesor MINTUR, entrevistado por: Marilyn Uvillus, 30-09-2015.
  - Villamil, H. Administrador Sierra Selva Aventura, entrevistado por: Marilyn Uvillus, 18-04-2015.
  - Zambrano, L. Guía de turismo Estancias Tour, entrevistado por: Marilyn Uvillus, 18-04-2015.

## 8. ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Calidad del servicio turístico de aventura

MATRIZ DE EVALUACION DE LA CALIDAD TURISTICA EN BAÑOS DE AGUA SANTA								
<b>Empresa:</b>	Entrevistado:				Cargo:			
<b>Fono:</b>	Email:				Fecha:			
ORGANIZACION INTERNA DE LA EMPRESA	1	2	3	4	5	OBSERVACIONES	MARGEN DE ERROR	
	Amplios conocimientos							
	Atención al cliente							
PERSONAL	Comunicación							
	Número de personal							
	Productos llamativos							
	Manual técnico de proceso							
	Registro de control							
	Póliza de seguro							
ADMINISTRACION	Gestión administrativa							
	Permisos de funcionamiento							
	Equipos técnicos							
	Material extra de respaldo							
	Equipos de comunicación							
SOPORTE FISICO	Botiquín de primeros auxilios							
Responsable:								

## Anexo 2: Encuesta

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR – PROYECTO DE TESIS

ENCUESTAS SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TURISMO DE AVENTURA

1. Edad.....
2. Género Femenino  Masculino
3. Nacionalidad/ciudad.....
4. Profesión.....

5. Enuncie los atractivos turísticos que ha visitado en este viaje a la ciudad de Baños

- |   |  |
|---|--|
| • Manto de la novia <input type="checkbox"/>  | • Cascada de Agoyán <input type="checkbox"/> |
| • Casacada San Jorge <input type="checkbox"/> | • Río Negro <input type="checkbox"/>         |
| • Río Blanco <input type="checkbox"/>         | • Cascada Chamana <input type="checkbox"/>   |
| • Cascada San Pedro <input type="checkbox"/>  | • Otros <input type="checkbox"/>             |

6. ¿Qué tipo de actividades turísticas realizo en su visita a la ciudad de Baños?

- |                                       |                                       |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| • Senderismo <input type="checkbox"/> | • Canopy <input type="checkbox"/>     |
| • Puenting <input type="checkbox"/>   | • Canyoning <input type="checkbox"/>  |
| • Rafting <input type="checkbox"/>    | • Bicicletas <input type="checkbox"/> |
| • Cabalgatas <input type="checkbox"/> | • Otros <input type="checkbox"/>      |

7. ¿Que lo motivo realizar dichas actividades en la ciudad de Baños?

.....

**En un rango del 1 al 5, siendo 1 malo/ desacuerdo y 5 excelente/ totalmente de acuerdo, indique el grado de satisfacción percibido sobre los siguientes enunciados:**

8. ¿El personal de ventas que lo atendió fue claro explicando los programas y precios de los paquetes que ofrecen?

Si

No

9. ¿De acuerdo a usted cómo calificaría el estado de conservación de los sitios turísticos en dónde realizó la actividad de aventura?

1

2

3

4

5

10. Califique su nivel de satisfacción con respecto al tipo de servicio que recibió por parte del personal de guía ¿fueron precisos y eficientes?

1

2

3

4

5

11. ¿El personal de guía ofreció una charla informativa sobre las normas de seguridad y operación de la actividad?

Si

No

12. Con referencia a la anterior pregunta ¿Qué tipo de información fue expuesta por el personal de guía?

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| • Croquis o detalle del recorrido              | <input type="checkbox"/> |
| • Uso de equipos Técnicos                      | <input type="checkbox"/> |
| • Grado de dificultad de la actividad          | <input type="checkbox"/> |
| • Descripción del sector y atractivo turístico | <input type="checkbox"/> |
| • Plan de socorro en caso de necesitar ayuda   | <input type="checkbox"/> |

13. ¿Se le proporciono todo el equipo técnico y de seguridad necesario para el desarrollo de la actividad?

Si

No

14. ¿Cuál fue el estado de los equipos técnicos y de seguridad que usted utilizo en el desarrollo de la actividad de aventura?

1

2

3

4

5

15. ¿El personal de guía demostró tener experiencia y amplios conocimientos de la materia en cuestión?

1

2

3

4

5

16. Según su opinión cuales de las siguientes cualidades demostraron los guías que lo atendieron durante el desarrollo de la actividad de aventura:

- Interés por los turistas
- Agilidad
- Dinamismo
- Buena comunicación
- Amabilidad

17. ¿El transporte utilizado para el desplazamiento de pasajeros es adecuado para la el número de turistas que maneja el operador de turismo?

Si

No

18. ¿Por qué?, justifique su respuesta

.....

19. ¿Los operadores de turismo cumplen con el cronograma de actividades ofertadas puntualmente?

Si

No

20. Considera usted que la actividad de aventura que realizó tiene un grado de dificultad:

- Fácil
- Adecuado
- Complejidad media
- Difícil
- Extremo

21. Califique el orden y coordinación que hubo en el desarrollo de la actividad de aventura

1

2

3

4

5

22. ¿La actividad de aventura fue desarrollada sin errores dificultades ni contratiempos?

1

2

3

4

5

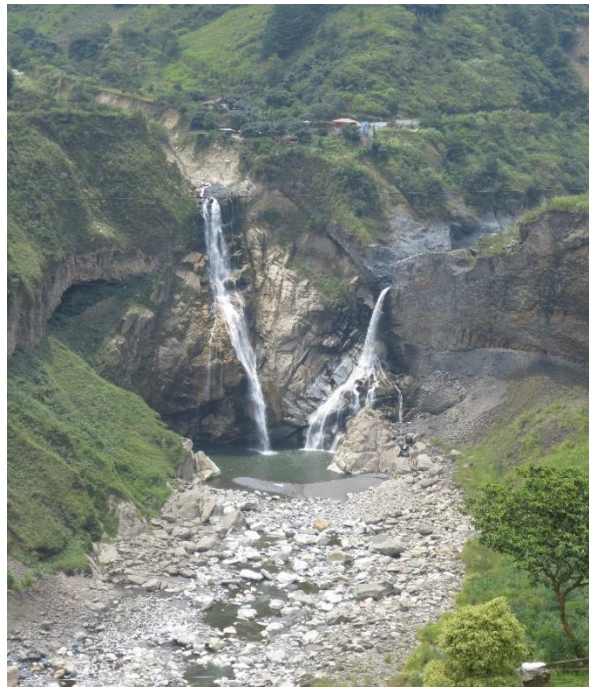
23. Cuáles de los siguientes aspectos considera usted que deben ser mejorados:

- Horarios
- Rutas y circuitos
- Personal de guía
- Personal de ventas
- Equipos e infraestructura

24. Observaciones y comentarios

.....

### **Anexo 3: Cascada del Agoyán**



### **Anexo 4: Cascada del Agoyán Canopy**



### **Anexo 5: Cascada Pailón del Diablo**



### **Anexo 6: Senderos Pailón del Diablo**



**Anexo 7: Río Verde**



**Anexo 8: Cascada Manto de la Novia**



**Anexo 9: Cascada Manto de la Novia Canopy**

