



RESUMEN

El estudio de la incidencia de la actividad turística en el desarrollo local de la Parroquia Baños en el período 2009, es realizado con el objetivo de determinar como la actividad turística genera o generará el desarrollo dentro de la Parroquia, para lo cual se hizo un estudio del desarrollo enfocado hacia: la oferta turística, la demanda turística, y los potenciales turísticos.

Con este estudio se puede dar pautas a los entes encargados del desarrollo de la Parroquia de Baños. En donde los establecimientos turísticos tienen una percepción de abandono y falta de apoyo por los organismos encargados, los demandantes tienen necesidades insatisfechas por falta de algunos servicios los que tanto la Parroquia como los establecimientos no han mostrado interés. La nueva Junta Parroquial encabezada por el Sr. David Gutiérrez, tienen en mente realizar la gestión necesaria para renovar e implementar nuevos atractivos turísticos que se enfoquen en el desarrollo humano y económico de los habitantes de áreas olvidadas.

La tesis demostró que el turismo dentro de la Parroquia Baños se aglomera alrededor de ciertos atractivos, y los visitantes tienen una idea de Balnearios cuando escuchan sobre Baños, y hay un alto grado de desconocimiento sobre los atractivos naturales turísticos con los que cuenta esta Parroquia.

Tanto la Junta Parroquial, como los visitantes desean la existencia de una gran variedad en la oferta turística. Los inconvenientes son: la falta de cultura turística de los habitantes, la falta de responsabilidad cuidado de los sitios naturales por parte de los visitantes, pero estos comportamientos pueden ser corregibles con las debidas capacitaciones que se deben dar dentro de la Parroquia. Y por último un punto de gran importancia es la ley de aguas que se está debatiendo en la Asamblea Constituyente, ya dicha ley puede terminar con los oligopolios de uso de las aguas termales existentes en la Parroquia Baños.

Palabras Clave: Desarrollo Local, Turismo, Oferta Turística, Demanda Turística, Turistas.



ABSTRACT

The study of the incidence of the tourist activity in the local development of the Parish Baños in period 2009, is made with the objective to determine as the tourist activity generates or will generate the development within the Parish, for which became a study of the development focused towards: the tourist supply, the tourist demand, and the tourist potentials.

With this study it is possible to be set standards to the beings in charge of the development of the Parish of Baños. In where the tourist establishments have a perception of abandonment and lack of support by the ordered organisms, the plaintiffs have unmet need by lack of some services which as much the Parish as the establishments has not shown interest. It is reason why the new Parochial Meeting headed by Mr. David Gutiérrez, must in mind make the management necessary to renew and to implement new attractive tourist that focuses in the human and economic development of the inhabitants of forgotten areas.

The thesis demonstrated that the tourism within the Parish Baños is crowded together around certain attractive, and the visitors have a Baños idea when they listen on Baños, and is a high natural attractive degree of ignorance on the tourist ones on which she counts this Parish. This it is a point of work raised by the Parochial Meeting at the present time.

As much the Parochial Meeting, as the visitors wish the existence of a great variety in the tourist supply. The disadvantages are: the lack of tourist culture of the inhabitants, the taken care of lack of responsibility of the natural sites on the part of the visitors, but these behaviors can be correctable with the due qualifications that are due to give within the Parish. And finally a point of great importance is the water law that is struggling in the Constituent Assembly; this law already can finish with the oligopolies of use of existing thermal waters in the Parish Baños.

Keywords: Local: Development, Tourism, Tourist Offer, Tourist Demand, Tourist.



INDICE DE CONTENIDOS

Introducción	10
CAPÍTULO I	11
1.1. Antecedentes históricos	11
1.2. Componentes Teóricos	14
CAPÍTULO II	26
2.1 Antecedentes	27
2.2 Inventario de los Sitios Turísticos.	28
2.3 Análisis descriptivo de la oferta turística existente.	38
2.4 Incidencia de la Gestión Turística.	45
CAPITULO III	49
3.1 Antecedentes	50
3.2 Descripción del perfil del turista.	50
3.3. Ingresos Turísticos	60
3.4. Valoración de la Calidad Turística Recibida	61
CAPITULO IV	67
4.1 Introducción	68
4.2 Turismo como fuente de desarrollo local en Baños	68
4.2.1 Desarrollo local en la Parroquia Baños	68
4.3 Efectos económicos y sociales.	83
4.4 Desarrollo sustentable de los recursos turísticos.	88
CAPITULO V	91
5.1 Introducción	91
5.2 Conclusiones	92
5.3 Recomendaciones	95
BIBLIOGRAFÌA	98
Anexos	100
Imágenes de Baños	134



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ECONOMÍA

**“INCIDENCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESARROLLO LOCAL
DE LA PARROQUIA BAÑOS, CANTÓN CUENCA AÑO 2009”**

TESIS PREVIA PARA LA
OBTENCIÓN DE TÍTULO DE
ECONOMISTA

AUTORES: LOURDES ELIZABETH AUQUILLA QUIZHPE.
EDWIN HERIBERTO BARROS GÓMEZ.

DIRECTOR: ECON. SANTIAGO POZO.

CUENCA, AGOSTO DE 2010



Dedicatoria.

Dedico el presente trabajo a mis padres, amigos y familiares, ya que les demuestro que no hizo falta únicamente conocimiento para lograrlo, sino también tenerlos siempre junto a mí para que apoyen mis decisiones. Además a los habitantes de la Parroquia Baños, y a las personas que en algún momento de su vida les servirá el presente trabajo.

Edwin Barros Gómez



Dedicatoria

Todo el esfuerzo puesto en esta presente tesis está dedicado con mucho amor a mis dos hijos: primero a Adrian que ha sido la fortaleza que nunca me dejó decaer y después a la nueva vida que pronto vendrá, ya que los dos forman parte del significado de mi lucha diaria por la superación.

Lourdes Elizabeth Auquilla



Agradecimiento:

“Agradezco a todos los que me apoyaron a lo largo de mi vida personal y universitaria, ya que sin ellos no pudiera alcanzar este gran esperado logro. A Dios, por el diario vivir. A mis padres y hermana, por su apoyo incondicional en todas mis decisiones, sus consejos, sus ejemplos como personas de bien ya que son los seres más honestos que pude haber conocido, por lo que les hace ser modelos de inspiración diaria. A mis profesores, los que me inculcaron el conocimiento que me servirá de guía en mi vida por venir. A mis familiares que siempre han estado pendientes de mi desarrollo personal. Y hago extenso un agradecimiento muy especial a mis grandes amigos y personas queridas, por su apoyo, confianza y amistad incondicional, ya que con ellos la vida siempre es grata y puedo disfrutarla. Y por último, a mis seres queridos que por una u otra manera no están conmigo, y siento que están aquí respaldándome.”

“Es por lo que nunca saldrán de mi corazón y los recordaré con gratitud siempre.”

Edwin Barros Gómez



Agradecimiento:

“Quiero agradecer a Dios por haber puesto en mi vida a mi familia, a mis amigos y a mis maestros, quienes de alguna forma vivieron conmigo el trascurso de esta tesis y que además contribuyeron a que esta meta tan anhelada pudiera llegar a conseguirse. Quiero agradecer de forma especial a mis padres porque nunca me dejaron sola en este duro camino, se que la culminación de esta tesis que hoy los inunda de orgullo, es la demostración de que su lucha, apoyo y sacrificio constantes no fueron en vano.

Lourdes Auquilla Quizhpe



Las ideas expuestas en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad de los autores.

Lourdes Auquilla Quizhpe

Edwin Barros Gómez



Introducción

El desarrollo local puede definirse como: aquel proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local. Al vincular la actividad turística en el contexto del desarrollo local dentro de la Parroquia Baños, se incentiva el crecimiento económico de las familias residentes en este lugar, lo que a su vez mejora su calidad de vida.

Un estudio como el que está planteado en nuestra tesis sobre el turismo y el desarrollo local en la Parroquia Baños, no se ha realizado en ningún momento, por esta razón esté mismo servirá como gran aporte a futuros proyectos a realizarse dentro de esta Parroquia.

Al realizar un estudio sobre la oferta turística y el grado de impulso que esta tiene de parte de las autoridades competentes, podemos encontrar formas de mejorar ante la competencia dentro de la Provincia del Azuay. De la misma manera analizando la demanda turística de la Parroquia conoceremos sus expectativas y si estas están siendo o no satisfechas por la actual oferta. Además se busca establecer nuevos destinos turísticos para que los visitantes tengan mayor variedad y así incentivar la inversión hacia nuevos locales, de esta manera mejorando la calidad de vida de los habitantes.

Dentro de la presente tesis se plantea la posibilidad de instalación nuevos locales de servicios turísticos o complementarios turísticos en base a las percepciones de los visitantes, así como también se busca nuevos destinos turísticos existentes dentro de la Parroquia, pero que aún no han sido explotados y que nosotros hemos considerado como un valor plus a nuestro trabajo tesis, ya que este tema podrá impulsar a un gran movimiento de estudios posteriores hacia la factibilidad de apertura o explotación turística planteada dentro de esta tesis, además considerando que gran parte de la información presentada aquí es de fuentes primarias, como son el uso de encuestas, entrevistas y observación directa.



CAPITULO I



1.1. Antecedentes históricos

Ubicación geográfica del la Parroquia Baños

Baños, es una Parroquia rural de la ciudad de Cuenca que se encuentra situada en la parte suroccidental, a 8 km de la misma. Limita al norte con la Parroquia San Joaquín; al sur con la Parroquia rural Victoria del Portete y el Cantón San Fernando; al este con las Parroquias rurales Turi y Tarqui; y al oeste con la Parroquia rural Chaucha del Cantón Cuenca.

Sus rangos de altitud varían desde los 2.600 a los 4.020 m.s.n.m. y tiene una superficie de 33.337 Ha. Involucra los sectores y comunidades de Huizhil Centro, Misicata Alto, Misicata Centro, Unión y Unión Alta, Los Tilos, San José, Huizhil, Barabón, Minas, Iglesia Urcu, Callagsi, Cochapamba, Shipata, Guadalupano, Uchogloma, El Chorro, Narancay Alto, Narancay Bajo, San Pedro de los Laureles, Nero, Susún, Chugchuguzo y Hacienda Pucán.



Historia

La Parroquia Baños es un asentamiento humano existente desde antes de la fundación de la ciudad de Cuenca y se hace referencia que el Inca Tupac Yupanqui lo conocía, por sus aguas termales. Su fundación se remonta hacia los inicios del siglo XVII. Su población era importante en aquellas épocas por la explotación de minas de oro y plata.

En el año 1.693 se dice que se inicia la vida eclesiástica de la Parroquia. Varias obras, entre ellas “Libro de Cabildos” de Víctor Manuel Albornoz y la revista del archivo nacional de historia, mencionan a este lugar como “Hervideros de Baños”. En la era republicana se deduce que Baños se creó como Parroquia rural de Cuenca en 1824, según la Ley de División Territorial de la Gran Colombia, dictada por Francisco de Paula Santander; fue legalmente oficializada y ratificada como Parroquia rural del Cantón Cuenca el primero de septiembre de 1852.

Demografía

La población de la Parroquia según el último censo del INEC es de 12.271 habitantes, de los cuales, 5610 (45,72%) son hombres; y, 6.661 (54,28%) son mujeres, 3.033 (24,72%) habitantes viven en la cabecera Parroquial; y, 9.238 (75,28%) habitantes viven en el área rural. La población de Baños ha crecido en el último periodo intercensal 1990-2001, a un ritmo del 0,51 por ciento promedio anual. El se caracteriza por ser una población joven, ya que el 53,5 por ciento se encuentra dentro del grupo de edad de 20 años o menos.

Rasgos culturales

Sobresalen las festividades del 8 de septiembre del 12 de diciembre, conmemoraciones en honor a la virgen de Guadalupe, patrona de la Parroquia, las mismas que se prolongan por una semana. Otra costumbre que se mantiene, es el viacrucis del “viernes santo” en el recorrido de las catorce estaciones. Sobre la virgen del Éxtasis, se cuenta que fue encontrada en



Baños; es una figura pequeña gravada en una roca y que hoy reposa en la iglesia de los Padres Mercedarios. En el mes de enero, con un desfile cívico y militar, se celebra el aniversario de su Parroquialización.

Actividad económica

La estructura económica de la población de (5 y más años), está integrada por 4.472 personas que declaró pertenecer a la población económicamente activa, distribuidas en el 61,1 por ciento de hombres y 38,9 por ciento de mujeres.

La agricultura y ganadería, son las actividades más importantes de los habitantes de Baños, cultivan maíz, fréjol, hortalizas, papas y pastizales. Según los datos del último censo, el 24 por ciento de la población se dedica a la agricultura y la ganadería, el 18 por ciento se ocupa en las industrias manufactureras, destacándose dentro de ellas, la fabricación de prendas de vestir y la fabricación de muebles. En la industria de la construcción se ocupan el 17 por ciento de la población de la Parroquia. Además están otras actividades como el comercio, especialmente al por menor y la rama de los servicios, destacándose los de hospedaje y restaurantes, servicio de transporte y servicio doméstico. El turismo es otra fuente importante de ingreso.

Es notoria la falta de empleo en el lugar, por lo que la migración de los habitantes de Baños hacia otros países es considerable. Según los datos del último censo de población 2001, durante los últimos 5 años (a partir de noviembre de 1.996), salieron de la Parroquia y aún no retornan 936 personas distribuidos en 663 hombres y 273 mujeres; los principales países de destino son Estados Unidos con el 93 por ciento, España con el 3 por ciento; y, el 4 por ciento restante, migraron a otros países.

Sectores Importantes

Cochabamba, Nero, Narancay Alto, Narancay Bajo, Minas, Ensayana y Huizhil, son los más importantes. En los dos últimos sectores sobresale la actividad de la cestería; la comunidad de Nero se caracteriza por contar con uno de los más importantes proyectos de agua del sector y Narancay es el más poblado.



Sitios Turísticos

Baños es una de las Parroquias de mayor atractivo turístico en la provincia del Azuay. De sus suelos emergen aguas hipertermales con 75g.c. de temperatura, con propiedades curativas, que luego de ser enfriadas son utilizadas en piscinas y en baños turcos a vapor natural. El centro Parroquial ofrece una buena instalación de hosterías y residenciales para el hospedaje turístico, bien complementada con el preparado de una gran variedad de comida criolla. En este lugar se pueden realizar diferentes actividades como son las caminatas ecológicas, campamentos en los alrededores del pueblo, el ecoturismo y practicar algún deporte en las canchas de este sitio.

Organización Interna

Con una visión de mejores niveles de calidad de vida para los habitantes y una misión de fortalecimiento de la participación ciudadana, de las actividades socio-culturales y económico-productivas, el desarrollo educativo, la infraestructura básica y el manejo sustentable de los recursos naturales, la junta Parroquial de Baños se encuentra conformada por los siguientes miembros¹:

- Presidente de la Junta Parroquial: Sr. Edgar David Gutiérrez Carmona.
- Vicepresidenta de la Junta Parroquial: Dra. Lourdes Manola Alemán Calderón.
- Primer Vocal Principal: Ing. Hernán Isaías Gutiérrez Carmona.
- Segundo Vocal Principal: Sr. Moisés Guillermo Chica Vera.
- Tercer Vocal Principal: Sr. Iván Emiliano Pintado Guamán.

1.2. Componentes Teóricos

1.2.1 Consideraciones generales sobre el turismo

Definición de turismo: Según la organización mundial del turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo

¹http://www.parroquiabanos.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=100:directiva-junta&catid=35:gral&Itemid=119



de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos².

El término **turista** incluye a toda persona que visita temporalmente un país, bien sea por motivos de ocio o vacaciones, bien sea por razones de trabajo³.

En la definición de turismo hay que tomar en cuenta lo siguiente:

- Se incluye en la definición tanto el turismo realizado dentro del mismo país (turismo interior) como el turismo que supone un desplazamiento fuera del propio país (turismo exterior).
- El turismo comprende cualquier actividad realizada o producto consumido por una persona durante su desplazamiento y estancia en un lugar distinto al de su entorno habitual mas no se ajusta a una determinada lista de actividades o productos que suele considerarse como turísticos. Por tanto la actividad turística está definida por el lado de la demanda.
- Se considera como entorno habitual al lugar geográfico de vida o de trabajo de las personas.
- Se define como visitante a toda persona que se desplaza de su entorno habitual por cualquier motivo salvo de ejercer una actividad remunerada. No todos los viajeros son considerados como visitantes, se excluyen a los trabajadores fronterizos, aeroportuarios, los miembros de las fuerzas armadas, los miembros del cuerpo diplomático, los nómadas, refugiados e inmigrantes permanentes.
- La definición de turismo no incluye el excursionismo, esto es, aquellos viajes que no suponen pernoctar al menos una noche fuera del domicilio habitual.
- El desplazamiento solo es considerado como turístico cuando la estancia no es superior a un año.

Las formas básicas de turismo son:

- ✓ **Turismo interno:** es el realizado por los residentes del país que viajan únicamente dentro del mismo país

² <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

³ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo, (1995), p.p. 7-9.



- ✓ **Turismo receptor:** es el de los no residentes que viajan dentro del país en cuestión.
- ✓ **Turismo emisor:** es el de los residentes del país cuando viajan a otro país. Estas formas de turismo han dado lugar a otras categorías de turismo
- ✓ **Turismo interior:** es el realizado dentro de las fronteras de una determinada región (país) ya sea por los propios visitantes del área o por visitantes ajenos a la región.
- ✓ **Turismo nacional:** es el realizado por los residentes de una región (país) dentro o fuera del país.
- ✓ **Turismo internacional:** es el desplazamiento que implica cruzar las fronteras de la región o del país por parte del visitante.

Tipos de turismo: según la Organización Mundial del Turismo, el turismo se comprende los siguientes perfiles de segmentos de mercado:

Turismo de sol y playa.- este tipo de turismo es practicado por un gran volumen de personas, se ejecuta en enclaves turísticos costeros que pueden ser poblaciones costeras, resort de playa de alta densidad o enclaves en entornos naturales con baja densidad. La motivación de sol y playa es generalmente complementada con diversión y relax.

Turismo deportivo.- se define como las personas o el grupo de personas que participan activa o pasivamente (en calidad de espectadores) en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos de su entorno habitual. Para este tipo de turismo se distinguen las siguientes variantes: piragüismo, esquí, caza, pesca, tiro con arco, vela, motocross.

Turismo de aventura.- hace referencia a los viajes efectuados por los turistas en busca de actividades generalmente orientadas a la práctica del ejercicio físico. Este tipo de turismo puede definirse como turismo de gran aventura y turismo de pequeña aventura. Algunas de las variantes que se practica en este tipo de turismo son rafting, escalada, parapente, puenting, 4x4, supervivencia, windsurf.



Turismo de salud.- es la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un cambio de ubicación y de residencia de las personas para promover, estabilizar y restablecer el bienestar físico, mental y social, mientras usan servicios médicos y siempre que el lugar en donde permanezcan no sea su domicilio permanente o su lugar su trabajo. Las líneas de producto relativas a este tipo de turismo son: termalismo, medicina ancestral, Spas, y otros.

Turismo de naturaleza.- esta modalidad de turismo es ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto a través de una serie determinada de actividades turísticas en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales y/o la historia natural del ambiente que les rodea. La actividad turística debe ser ejercida con las debidas precauciones para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y generar oportunidades económicas que permitan la conservación de dichas áreas, así como el desarrollo de las comunidades locales mediante el compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado. En esta línea de producto se pueden distinguir los parques nacionales, reservas y bosques privados, ríos, lagos, lagunas y cascadas.

Turismo cultural.- abarca actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El sentido cultural de este tipo de turismo implica sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determina su identidad y carácter. Está también la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Entre las variantes de esta modalidad están: patrimonios naturales y culturales, mercados y artesanías, gastronomía, medicina ancestral y chamanismo, fiestas populares, turismo religioso, turismo urbano, turismo arqueológico.

Turismo urbano.- hace referencia a los viajes realizados a las ciudades o los lugares de gran densidad poblacional. Suelen ser viajes de corta duración (1 a



3 días), por lo que puede decirse que esta modalidad está vinculada al mercado de las vacaciones cortas.

Turismo rural.- esta actividad se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas construcciones y caseríos que han sido reformados y adaptados, y son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.

Cruceros.- se refiere a los viajes de placer en un velero o un barco

Parques temáticos.- son atracciones específicas con un objetivo concreto, centrados generalmente en un asunto específico y con una amplia oferta de esparcimiento y experiencias en torno a un asunto en cuestión. Estas atracciones pueden ser paseos, espectáculos, restaurantes y bares. Los parques temáticos pueden ser también de carácter educativo o informativo.

Reuniones y conferencias.- forman parte del sector conocido como “MICE – Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions –” que significa Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones. Este tipo de turismo se refiere a las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o conferencia o de acompañar a una persona que participará en la misma. Algunas variantes que se incluye en esta línea de producto son negocios, congresos, seminarios, incentivos, simposios, convenciones, ferias y eventos.

1.2.2 Demanda turística:

Se puede definir como el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. La demanda turística puede ser en bienes y/o servicios turísticos es decir lo que los turistas deseen o puedan comprar en un lugar determinado en el periodo de tiempo mientras esté fuera de su hogar, por lo que la demanda turística individual será diferente para cada uno de los turistas dependiendo estos conjuntos de gastos turísticos de cada persona de acuerdo a los factores de movimiento y desplazamiento dentro de la función de la curva de la



demandas individuales, en donde la cantidad demandada de un determinado bien y/o servicio se determina por el precio de ese bien y/o servicio, la renta, los precios relativos de los demás bienes y/o servicios y de los gustos y preferencias de los consumidores.

Cabe mencionar que para poder medir cada uno de los efectos que tienen estos factores determinantes de la cantidad demandada se debe hacer el análisis de ese factor manteniendo constantes los otros factores, es decir mediante la condición *Ceteris Páribus*, esto es, que los demás factores no se transforman cuando se cambia una variable.

Luego de hacer un análisis de la demanda individual de los turistas se debe hacer un estudio de la demanda agregada turística de la zona en estudio, esto es mediante la suma de las demandas individuales lo que permitirá además de saber la demanda total se puede segmentar las demandas de acuerdo a atributos en común para poder conocer posibles oportunidades y falencias.

1.2.3 Oferta turística

Se puede definir al conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo. La oferta turística es la combinación de bienes y/o servicios que los vendedores están dispuestos a vender y/o ofrecer al turista mientras él esté fuera de su hogar en un periodo de tiempo, “es por lo que la cantidad turística ofertada dependerá de el precio al que se vende un bien y/o servicio, el precio de los otros bienes, el precio de los factores productivos y el nivel tecnológico”⁴, al igual que en la demanda para poder realizar un análisis de cómo cada uno de estos factores mueven la curva de la oferta se debe realizar un estudio *Ceteris Paribus*, es decir suponer que los demás factores no se transforman cuando cambia una variable.

Luego de realizar un análisis individual de la oferta en un sector determinado podemos realizar un estudio agregado de la misma mediante la unión de las ofertas turísticas individuales del sector para poder realizar analizar potencialidades y falencias de la oferta turística existente.

⁴ MOCHON MORCILLO Francisco, Economía y Turismo, Edit. Impresa, Madrid, 2004. p. 68



1.2.4 Desarrollo Local

El desarrollo económico local puede definirse como aquel proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local⁵.

Para que el desarrollo local brinde los resultados deseados debe enfocarse en el análisis de los recursos y agentes con los que cuenta una determinada zona territorial. Entre los recursos y agentes citamos los siguientes:

A. Recursos

- Físicos
- Humanos
- Económicos-Financieros.
- Técnicos
- Socioculturales

B. Agentes

- Administraciones Públicas (local, regional, central, comunitaria).
- Organismos Privados (empresas, sindicatos, cámaras de comercio, entidades financieras, asociaciones y movimientos ciudadanos).
- Otras Instituciones (agencias de desarrollo, universidades y centros de investigación).

1.2.4.1 Objetivos y Características del Desarrollo Local

El desarrollo local tiene como objetivos generales “la transformación del sistema productivo local, el crecimiento de la producción y la mejora del nivel de vida y de empleo de la población”⁶, tomando en cuenta que al realizar diagnóstico de cada territorio y de su entorno podrían surgir otros objetivos.

⁵ INSTITUTO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL, Manual de Desarrollo Local, Edit. CEPAL, Santiago de Chile, 1998. p.12

⁶ INSTITUTO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL, Manual de Desarrollo Local, Edit. CEPAL, Santiago de Chile, 1998. p.13



Dentro de las características del desarrollo local está la creación de políticas a largo plazo que utilicen productivamente los recursos existentes, la promoción de la actividad empresarial, el desarrollo local busca también la reconstrucción del tejido social activo y que sus procesos se apoyen unos a otros respetando a los individuos y colectividades, armonía del empleo, y la vida cultural y social de cada comunidad. Así como también el desarrollo local busca la creación de un clima social, político, financiero, físico y medioambiental que promueva las actividades económicas locales.

Dentro de las iniciativas del Desarrollo Local se debe distinguir tres tipos: la primera iniciativa es la Iniciativa Local de Empleo, surge para tratar de encarar los problemas de empleo con las que cuenta cada sector. La segunda es la Iniciativa Local de Desarrollo Empresarial, se trata de dar mayor importancia al papel de la pequeña empresa y su importancia como generadora de empleo y crecimiento económico. Y por último las Iniciativas de Desarrollo Local, trata de enfocar los problemas o las falencias al momento de cualificar al recurso humano con relación al empleo, al tejido empresarial y a la base productiva.

Además el desarrollo económico local busca enmarcar la importancia de las dimensiones microeconómica, meso económica y territorial del desarrollo complementándola con las exigencias macroeconómicas y buscando lograr el ajuste externo. En el orden microeconómico el desarrollo local busca mejorar las actividades económicas de las unidades productivas tales como las empresas, comercios, buscando mejorar los niveles de producción. En cuanto al enfoque meso económico el desarrollo local enmarca el desarrollo y despliegue de todas aquellas actividades que no han sido contempladas tanto en el enfoque microeconómico como en el macroeconómico es decir estudia cómo afecta la situación coyuntural a las relaciones entre los agentes económicos y su desenvolvimiento económico local, en consecuencia analiza a los sectores de: transporte, turismo, el sector institucional de los hogares y su relación con la producción.

En cuanto al orden macroeconómico el desarrollo busca sanear grandes males de la economía en si como son disminuir los índices de pobreza, salud, desempleo, etc., así como también busca mejorar el ajuste externo. Además,



hoy en día se escucha hablar de una nueva parte de la economía como es la Meta economía. Esta nueva ciencia se preocupa de los aspectos no mesurables de la economía como pueden ser comportamientos culturales, creencias, etc. En resumen el desarrollo económico local trata de vincular y dar la importancia debida a cada una de las partes de la economía: la macroeconomía, la microeconomía, la meso economía y la meta economía.

1.2.4.2 Indicadores del Grado de Desarrollo.

Para poder conocer el grado de desarrollo o subdesarrollo con los que cuenta un determinado sector existen indicadores básicos que se deberían tomar en cuenta al momento de plantear objetivos de desarrollo, los principales son:

- Renta por habitante.
- Índices de analfabetismo.
- Estructura sanitaria.
- Tasa de ahorro por habitante.
- Estructura productiva y de desarrollo científico técnico.
- Tasa de desempleo estructural.
- Crecimiento de la población.
- Sectores de la población en extrema pobreza.

1.2.4.3 Proceso de Desarrollo Local.

Para promover un eficiente desarrollo local se requiere seguir ciertas pautas que logren la coordinación perfecta entre los objetivos y necesidades de desarrollo. Para ello se debe tener en consideración los siguientes aspectos⁷:

- Necesidades del desarrollo.
- Identificación del territorio y los problemas.
- Consideración de los agentes y recursos.
- Consideración de una estrategia de desarrollo.

⁷ (3) MOCHÓN MORCILLO, Francisco, Ob. Cit. p. 392



1.2.4.4 **Dinámica del Desarrollo: Fases de la Planificación Estratégica.**

Para conseguir el crecimiento de un área determinada es importante emprender acciones necesarias que den respuesta a los problemas locales y a sus posibilidades. Este proceso debe guiarse por medio de las siguientes fases⁸:

Fase 1. Recogida de datos, análisis y diagnóstico (Información).

Esta fase proporciona la información que permite conocer las capacidades de desarrollo, las oportunidades y potencialidades así como los recursos disponibles para ello.

Fase 2. Definición de una estrategia.

Aquí se toma en cuenta la actitud que una comunidad tomará frente al proceso de desarrollo y a su continuidad basándose en dos puntos, primero la fijación de los objetivos a los que se desea llegar y segundo la determinación de las líneas de acción que permitan alcanzar los objetivos marcados.

Fase 3. Diseño de un Plan de acción.

Esta fase se basa en la evaluación previa de cada uno de los proyectos existentes, identificar su estructura y considerar su viabilidad.

Fase 4. Selección y gestión de proyectos.

Aquí se debe considerar el ajuste que tiene cada uno de los proyectos en relación a las empresas y al tejido socioeconómico existente dentro de una comunidad para poder seleccionar los proyectos que cuenten con mayor grado de aporte.

⁸ INSTITUTO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL, Ob. Cit. p.136



Fase 5. Realización.

Es la aplicación de todo lo programado y proyectado dentro del proceso de la planificación mediante la cooperación de los agentes y la implementación de los recursos del desarrollo.

Fase 6. Evaluación.

Es el contraste entre los objetivos planteados y el resultado obtenido.

1.2.4.5 El Turismo como Factor de Desarrollo.

El turismo incide en forma muy relevante dentro del PIB de muchas economías, lo que muchos países en vía de desarrollo están considerando a este sector como un mecanismo de financiamiento del crecimiento económico para alcanzar un desarrollo sostenible. Dada la competencia internacional turística entre países cada vez se busca mejorar la infraestructura turística lo que genera primeramente que la economía interna se dinamice y se atraiga la inversión extranjera.

Al ser considerado el Turismo como un factor de desarrollo relevante al momento de lograr captar inversión para su crecimiento, se estaría alcanzando los objetivos fundamentales del desarrollo ya que mediante la inversión en turismo se podría generar fuentes de empleo en forma directa e indirecta pudiendo con esto mejorar la calidad de vida de los habitantes de una determinada región.

El turismo internacional ha logrado que muchos países en vías de desarrollo se preocupen por la conservación de un medio ambiente sano, lo que promueve en gran medida el turismo ecológico que a su vez, además de ser una fuente generadora de ingresos permite que esta actividad sea la encargada de mantener un desarrollo natural sustentable.



Además el turismo tiene ventaja al utilizar los avances tecnológicos⁹(TICs) como por ejemplo el internet ya que el mundo puede conocer todas las ventajas turísticas con las que cuenta un país, y así poder tener muchas opciones turísticas lo que puede servir a varios países que no son destinos turísticos de preferencia.

⁹ MOCHÓN MORCILLO, Francisco, Ob. Cit. p. 409



CAPÍTULO II



OFERTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA BAÑOS



2.1 Antecedentes

El principal objetivo que buscamos con el desarrollo de este segundo capítulo es el análisis de la oferta turística de la Parroquia Baños, a fin de determinar las posibles falencias que puedan afectar a la actividad turística.

En primer lugar se debe tener presente la determinación de los diferentes sitios turísticos con los que la Parroquia cuenta, para así tener una clara idea de cuál es el inventario turístico del sector. Posteriormente se dará a conocer la situación en la que se encuentran estos sitios, básicamente se analizará mas al detalle los establecimientos turísticos. Para el desarrollo de este capítulo usamos básicamente información primaria, ayudándonos de la realización de encuestas y entrevistas.

Antes de llevar a cabo el desarrollo de los puntos mencionados anteriormente, es fundamental distinguir algunas definiciones referentes a los diferentes tipos de establecimientos turísticos encontrados en la Parroquia, para ello nos hemos apoyado de las definiciones otorgadas por la ley de Turismo del Ecuador¹⁰:

Hotel Residencia: es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones.

Hostal: es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, presta al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Pensión: es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de once habitaciones ni menor a seis.

Hostería: es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante

¹⁰ CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, Ley de Turismo, Reglamento y legislación conexa, Edit. Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 2005. pág. 7-9



precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Establecimientos de Comidas y Bebidas¹¹: es todo local que proporciona comidas y/o bebidas de modo habitual y mediante precio, con o sin otros servicios de carácter complementario

Otros¹²: en este grupo consideramos a los locales que prestan servicios de carácter de recreación, diversión, esparcimiento o reuniones de modo habitual y mediante precio, con o sin otros servicios de carácter complementario, entre los siguientes:

- Termas y Balnearios
- Discotecas
- Salas de Baile
- Peñas
- Centros de Convenciones
- Boleras
- Pistas de Patinaje
- Centros de recreación Turística.

2.2 Inventario de los Sitios Turísticos.

Al momento de realizar este inventario, hemos considerado la necesidad de clasificarlo de la siguiente manera:

- Establecimientos Turísticos.
 - Hosterías
 - Hostales
 - Hoteles
 - Restaurantes

¹¹ CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, Leyes de Fomento Industrial, Pequeña Industria, Parques Industriales, Turismo, Régimen de Maquila, Zonas Francas, Automotriz, Marina y Reglamentos, Edit. Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 1993. pág.180.

¹² CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, Leyes de Fomento Industrial, Pequeña Industria, Parques Industriales, Turismo, Régimen de Maquila, Zonas Francas, Automotriz, Marina y Reglamentos, Edit. Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito, 1993. pág.180.



- Discotecas
- Bares
- Cabañas
- SPA.
- Balnearios
- Atractivos culturales y religiosos.
- Recursos Naturales
 - Atractivos Turísticos.
 - Potenciales Atractivos Turísticos.

Esta clasificación nos permitirá tener clara la idea de cuáles son las áreas que están teniendo mayor concentración de recursos, así como también conocer hacia qué tipo de actividad turística se está enmarcando la Parroquia de Baños.

2.2.1 Inventario de Establecimientos Turísticos.

Para lograr obtener este inventario tuvimos que recurrir a las instituciones encargadas del turismo¹³ en el Cantón y en la Parroquia, realizando con esta información un listado actualizado de los establecimientos turísticos. El número de establecimientos para cada servicio turístico fue el siguiente:

¹³ Catastro de Establecimientos Turísticos del Azuay (MINISTERIO DE TURISMO), Plan Estratégico de Gestión Turística de la Parroquia Baños 2009 (JUNTA PARROQUIAL DE BAÑOS).



Tabla 1
Número de establecimientos Turísticos
Parroquia Baños

Tipo de Establecimiento	Número de establecimientos
Hostal residencia	6
Hosterías	2
Cabañas	1
Spa	1
Restaurantes	9
Bares	1
Discotecas	5
Balnearios	2
TOTAL	27

Fuente: Catastro de Establecimientos Turísticos del Azuay; Plan estratégico de Gestión Turística de la Parroquia Baños 2009.

Elaboración: Los Autores.

Este inventario nos sirvió de gran ayuda al momento del levantamiento de información de la oferta Turística dentro de la Parroquia, ya que nos basamos en este inventario al momento de realizar las encuestas para describir la Oferta Turística, pero además mediante este proceso de recolección de información podemos hacer las siguientes observaciones:

- El Restaurant los Cuyes ya no presta servicios porque se encuentra cerrado.
- Los Balnearios Merchán desde hace algunos años atrás dejaron de funcionar con ese nombre por el motivo que se han unido a la empresa Agapantos, por lo tanto la denominación de Balnearios Merchán ya no existen en la Parroquia Baños.
- El Riñón y Piedra de Agua son filiales de Hostería Durán esto se puede notar ya que al momento de realizar las encuestas nos supieron mencionar que la administración se encuentra dentro de la Hostería Durán, pero en este caso si están siendo locales de Oferta Turística propia. Al momento de llevar a cabo las encuestas, en La Hostería Duran y El Riñón realizamos



una sola encuesta ya que nos informaron en El Riñón que los únicos que pueden brindar ese tipo de información son los directivos de Hostería Durán y para Piedra de Agua usamos otra pues supieron darnos la información que requeríamos.

- En el caso de Desahogos, Paledium y El Rincón del Sabor, estos tres locales que ofrecen servicios Turísticos se encuentran en propiedad de un solo dueño, es por lo que realizamos una sola encuesta al propietario para los tres locales.
- Además se pudo constatar por nuestros medios que el local Pachanga que está dentro de la rama de Discotecas nunca ha brindado este servicio sino que brinda los servicios de Salón de Recepciones, por lo que no brinda servicios Turísticos.

Por lo tanto el Inventario de Establecimientos Turísticos definitivo queda de la siguiente manera:



Tabla 2

**Inventario de Establecimientos Turísticos
Parroquia Baños**

Número	Nombre del Establecimiento	Categoría
HOSTAL RESIDENCIA		
1	Penthouse	Segunda
2	Baños	Tercera
3	Copa Cabana	Tercera
4	Primavera	Tercera
5	Rincón De Baños	Tercera
6	Paledium	Segunda
HOSTERIAS		
7	Duran	Primera
8	Rodas	Segunda
9	Estancia Caballo Campana	Primera
CABAÑAS		
10	Agapantos	Primera
SPA		
11	Piedra de Agua	PRIMERA
RESTAURANTES		
12	Asadero Pollo Rico	Tercera
13	El Rincón Del Sabor	Tercera
14	Picantería Charito	Tercera
15	Rico Pollo	Tercera
16	Tropi Salón	Tercera
BARES		
17	Soda Bar Stop	Tercera
DISCOTECAS		
18	Bohemia Drink's	Tercera
19	Calipso	Tercera
20	Desahogos	Segunda
21	Kandela	Tercera
BALNEARIOS		
22	Riñón	Segunda

Fuente: Catastro de Establecimientos Turísticos del Azuay; Plan estratégico de Gestión Turística de la Parroquia Baños 2009.

Elaboración: Los Autores.



2.2.2 Inventario de Atractivos Culturales y Religiosos¹⁴.

La Parroquia de Baños como varias de las Parroquias del Cantón Cuenca, se caracteriza por su cultura religiosa, en donde la gran mayoría de los habitantes de esta Parroquia son creyentes Católicos.

Dentro de los atractivos culturales podemos encontrar las fiestas de la Parroquia, a las cuales asisten una gran cantidad de visitantes del Cantón y de otros lugares del país, es esta la razón por la cual son una fuente de atracción del turismo dentro de la Parroquia.

ATRACTIVOS RELIGIOSOS

- Dentro de los símbolos Católicos más representativos dentro de la Parroquia está su bella Iglesia, que se dice es una réplica de la Catedral de la Inmaculada de Cuenca.
- En el museo de la Iglesia de Parroquia se exhiben muchos de los accesorios que usaron los santos así como también las decoraciones que se usan en la Iglesia en los días de fiesta de los Patrones Religiosos de la Parroquia.

ATRACTIVOS CULTURALES.

- Fiestas de Enero (Fiestas de Parroquialización)
- Fiestas del mes de Septiembre
- Fiestas de Diciembre (Fiestas en honor a la virgen de Guadalupe)

2.2.3 Inventario de Atractivos Naturales.¹⁵

La Parroquia de Baños es abundante en recursos Naturales, pues la ubicación que tiene dentro del Cantón les hace acreedores de un sin número de beneficios tales como sus aguas termales, su flora, sus montañas, entre otros.

Dentro de sus principales atractivos turísticos naturales se encuentran las aguas termales, aunque estas son usadas únicamente por pocas empresas privadas. Se dice que las abundantes aguas termales con las que cuenta la Parroquia tienen poderes curativos, lo cual incentiva al turismo curativo hacia la

¹⁴ Según entrevista realizada al Párroco de la Parroquia Sr. Vicente Zaruma.

¹⁵ Según entrevista realizada al Presidente de la Junta Parroquial de La Parroquia. Sr. David Gutiérrez.



Parroquia, además se lo puede ver como un destino de diversión y relax para todos los visitantes, de esta forma pudiendo canalizarse el turismo desde diversos puntos.

Potenciales Atractivos Turísticos.

Baños también cuenta con potenciales atractivos turísticos dentro de su geografía como son sus hermosos montes y flora. Se los llama potenciales atractivos turísticos por qué no se han promocionado por falta de gestión, pero más aún por la falta de la cooperación de los habitantes que viven en estos lugares o en sus cercanías ya que ellos se muestran reacios al dialogo para poder explotar estos sectores por temor a los visitantes.

Inventario de los potenciales destinos turísticos: (Imágenes tomadas por Edwin Barros.)

FIGURA N° 1

ZHUCAY

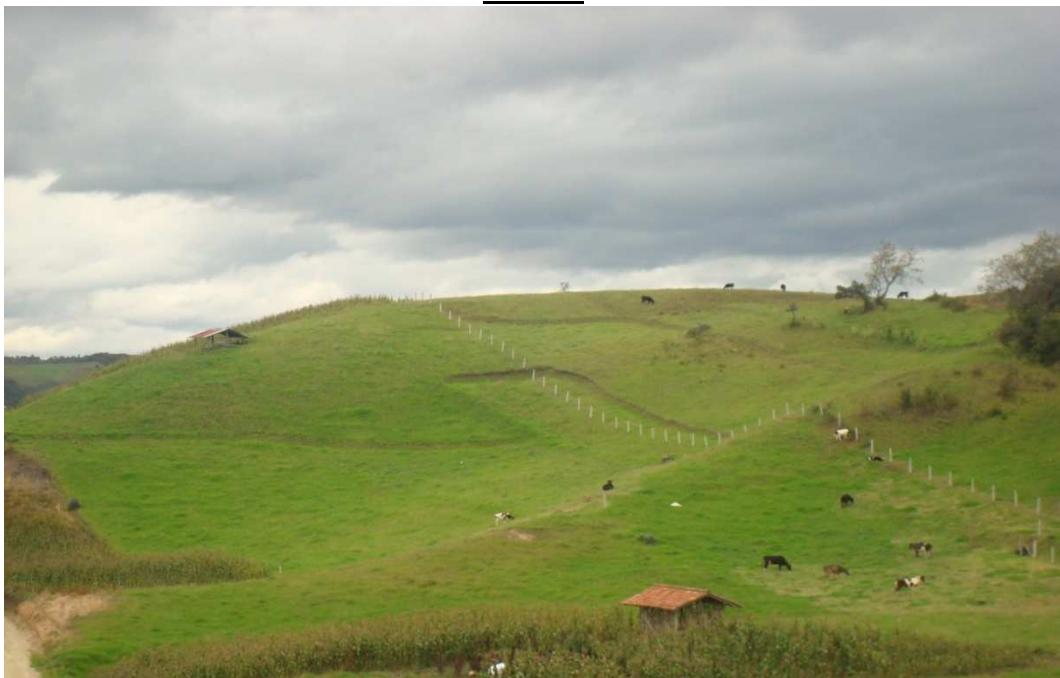




FIGURA N° 2

**BOSQUE PROTECTOR DE
NERO**



FIGURA N° 3

**BOSQUE NATIVO DE
ZHIÑAN**





FIGURA N° 4

PARAMOS DE CHAN CHAN



FIGURA N° 5

UCHULOMA





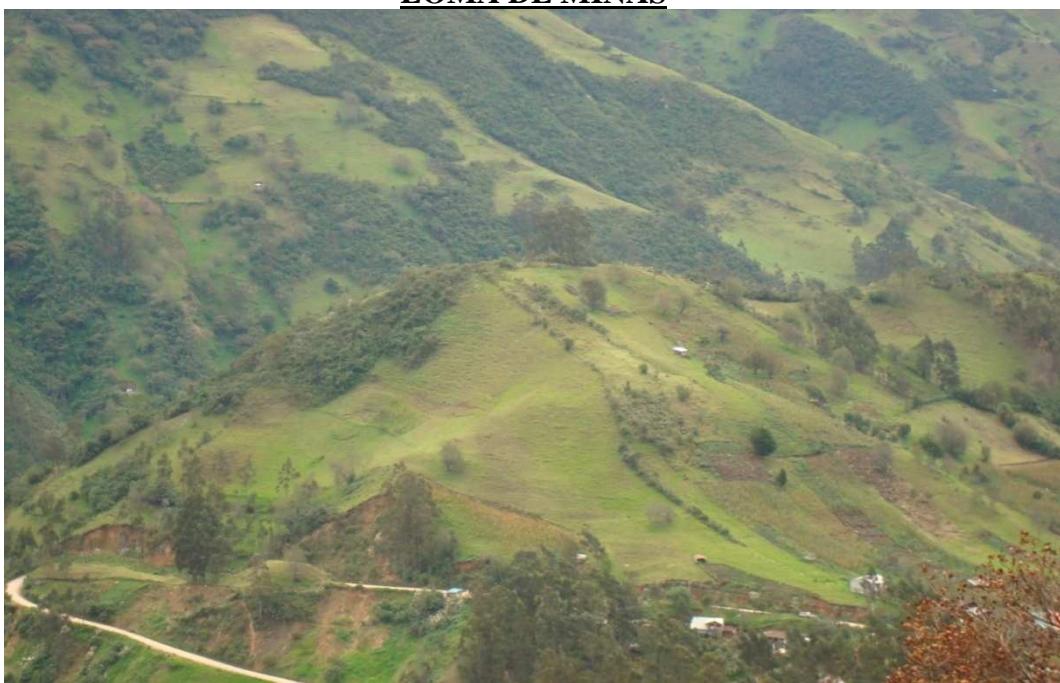
FIGURA N° 6

**LOMA DE
HUIZHIL**



FIGURA N° 7

LOMA DE MINAS





2.3 Análisis descriptivo de la oferta turística existente.

Para realizar el análisis de las opciones Turísticas existentes, como se mencionó anteriormente, se hizo necesario el empleo de una encuesta¹⁶, con ello pudimos recopilar información tanto de carácter cualitativo y cuantitativo de los diferentes establecimientos que ofertan algún tipo de servicio turístico.

De dicha recopilación de información podemos describir los siguientes puntos:

- ⊕ En cuanto al tipo de organización de los establecimientos encuestados se pudo conocer que el 32% de dichos locales están constituidos en forma jurídica y el 68% restante se encuentra constituido en forma natural¹⁷, además, estos establecimientos encuestados, en un 68% llevan contabilidad y un 32% no lo hace, por lo que se puede notar que todas las sociedades llevan contabilidad y que un 54% de los establecimientos constituidos como personas naturales también llevan contabilidad¹⁸. Los locales encargados de brindar servicios turísticos dentro de la Parroquia son de carácter Principal en un 95% y son de carácter Sucursal en un 5%¹⁹. En lo que se refiere a la propiedad del establecimiento, un 74% de los locales de servicios turísticos dentro de la Parroquia son propios, por lo tanto el 26% de locales dentro de la Parroquia son arrendado²⁰.

- ⊕ Se puede notar que dentro de la Parroquia Baños, cerca del 63% de los establecimientos brindan servicios de alimentación, el 58% servicios de Hospedaje, el 47% entretenimiento y el 21% brindan servicios de Balnearios. Como se pude apreciar, el total de los servicios turísticos dentro de la Parroquia, no suma el 100%, esto es debido a que 10 de los 19 (es decir el 53%) de los locales encuestados, ofrecen más de un servicio Turístico, como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

¹⁶ Ver anexo N° 1

¹⁷ Anexo N° 2, Tabla N° 1

¹⁸ Anexo N° 2, Tabla N° 1

¹⁹ Anexo N° 2, Tabla N° 1

²⁰ Anexo N° 2, Tabla N° 1



Gráfico N° 1



Fuente y elaboración: Los Autores.

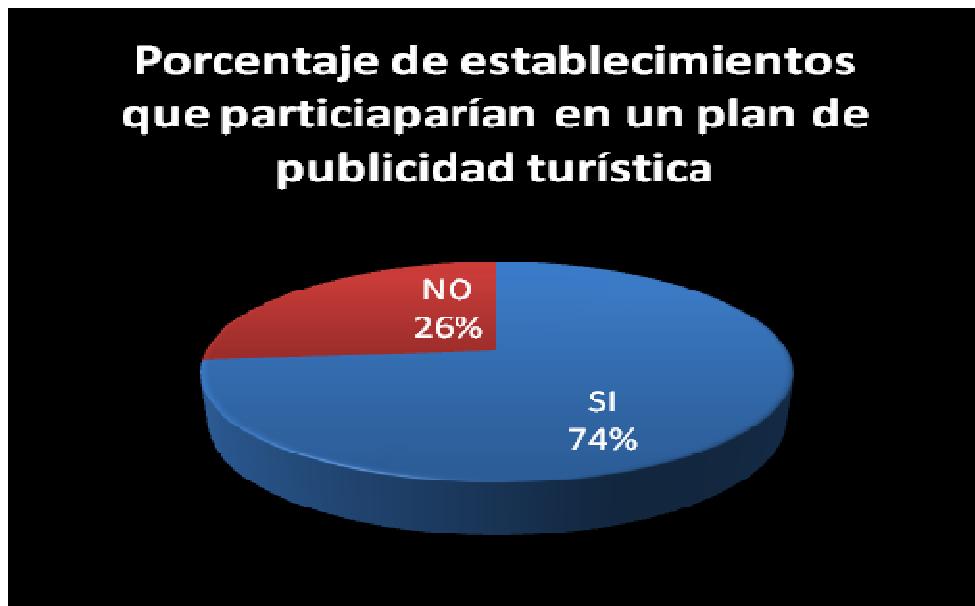
- ➡ Dentro de los locales que brindan servicios turísticos dentro de la Parroquia se pudo conocer que cerca del 53% de los establecimientos cuentan con algún mecanismo de promoción para que sus clientes regresen nuevamente a sus negocios, mientras que un 47% de los locales no cuenta con ningún mecanismo para aquello.

Dentro de los mecanismos para lograr que los visitantes regresen están:

- ❖ Promociones y descuentos en ciertas temporadas
- ❖ Precios bajos en relación a la competencia
- ❖ Atención cordial.

- ➡ En cuanto a una posible participación de los establecimientos que brindan servicios turísticos dentro de cualquier tipo de programa orientado hacia la publicidad turística de la Parroquia, un 74% dijeron estar dispuestos a participar en algún tipo de programa, en cambio el 16% dijeron no estar dispuestos a participar dentro de plan alguno sobre publicidad y marketing.

Gráfico Nº2

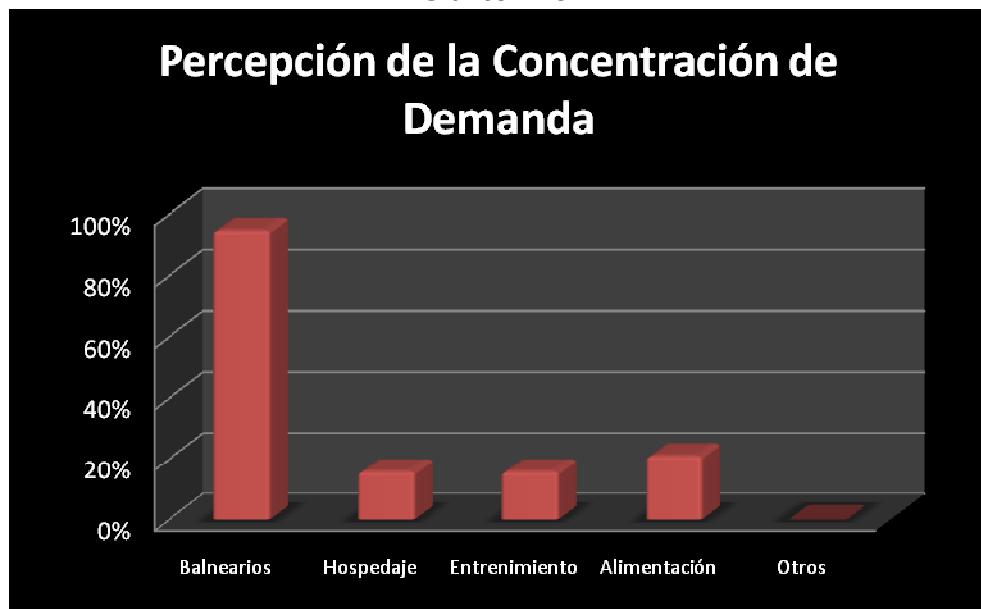


Fuente y elaboración: Los Autores.

- ➡ De los establecimientos que dijeron que si participarían de algún programa de publicidad turística dentro de la Parroquia, el 64% nos fijaron un valor mensual que ellos estuviesen dispuestos a pagar siendo el promedio \$ 45,56.

- ➡ Los establecimientos turísticos dentro de la Parroquia piensan que su demanda se focaliza en un 95% dentro de los balnearios, el 21% dentro de alimentación, 16% en hospedaje, 16% en entretenimiento. Cabe recalcar que el total de los porcentajes no suma 100%, ya que varios de los locales piensan que la demanda se focaliza en más de un tipo de locales, tal como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico Nº 3

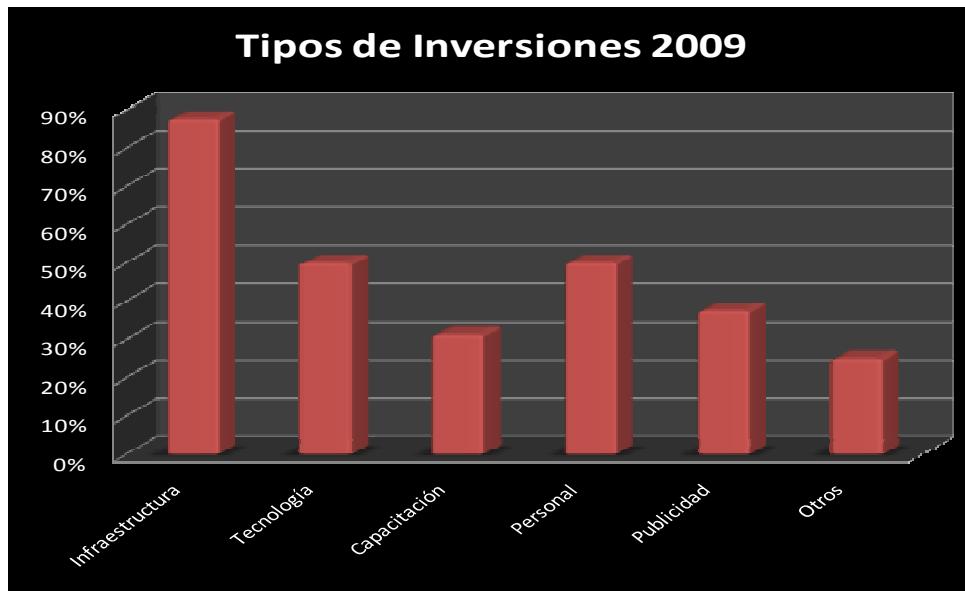


Fuente y elaboración: Los Autores.

- En cuanto a la inversión en el año 2009 el 84% de los establecimientos turísticos dijeron haber realizado algún tipo de inversión, en cambio el 16% no habían realizado inversión alguna²¹. Del porcentaje de los establecimientos que realizaron inversión, la mayoría de ellos destinaron gran parte de su inversión hacia la infraestructura, pero además invirtieron en otros aspectos como se podrá notar en el siguiente gráfico:

²¹ Anexo N° 5, Tabla N° 6

Gráfico N° 4



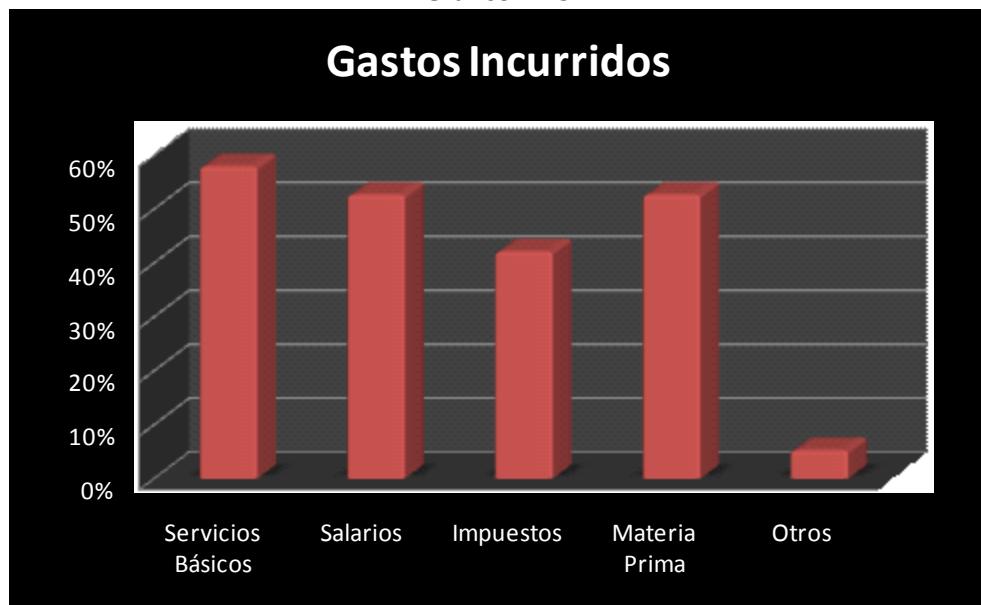
Fuente y elaboración: Los Autores.

- ✚ En relación al tiempo de funcionamiento de los locales en la Parroquia de Baños notamos que los que más tiempo de funcionamiento tienen son de Agapantos con 54 años de funcionamiento y la más reciente es Kandela con menos de un año de funcionamiento. En ciertos locales nos resultó complicado conocer el tiempo de funcionamiento ya que algunos de ellos habían sido vendidos por lo que tuvimos que tomar en cuenta el tiempo de propiedad del último dueño²².

- ✚ Dentro de los gastos incurridos en la Parroquia entre servicios básicos, salarios, Impuestos, y materia prima, no se puede ver una diferencia significativa dentro de estos gastos.

²² Esta información se la obtuvo en el proceso de levantamiento de información.

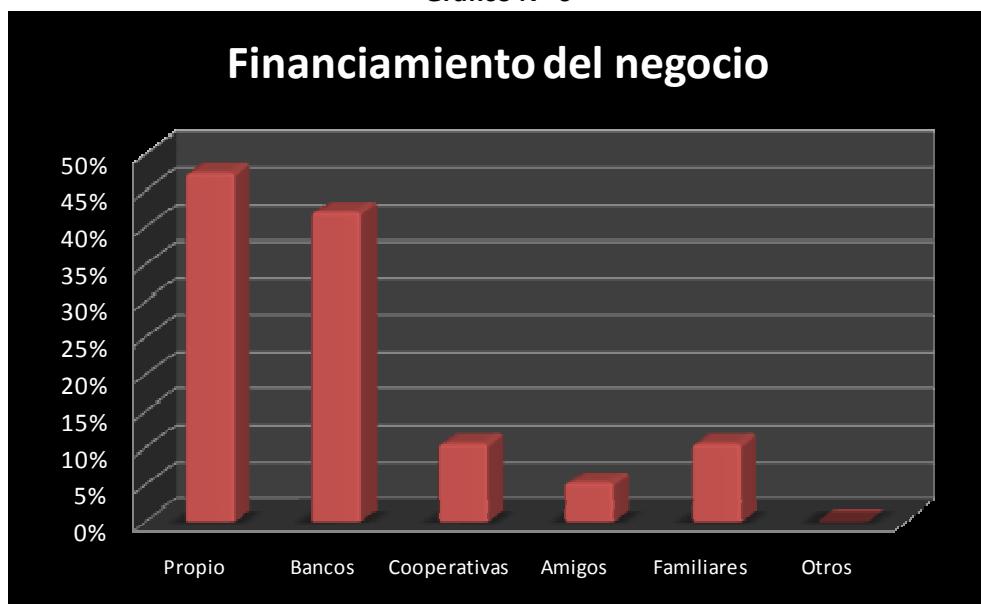
Gráfico Nº 5



Fuente y elaboración: Los Autores.

- ⊕ Las fuentes de financiamiento de los locales que brindan servicios turísticos dentro de la Parroquia son en su mayoría fondos propios y préstamos bancarios, tal como se puede notar en el siguiente gráfico:

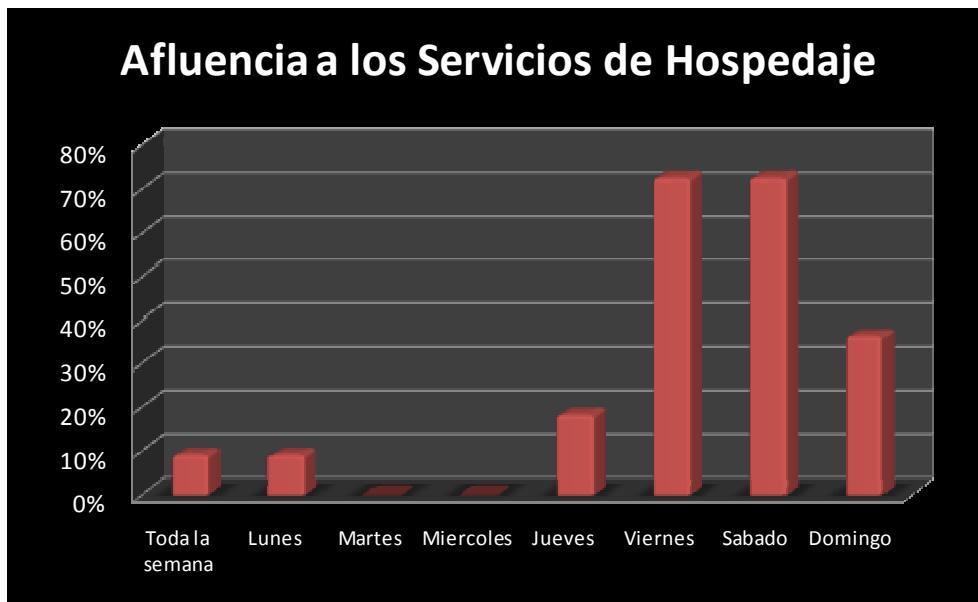
Gráfico Nº 6



Fuente y elaboración: Los Autores.

- En los establecimientos que se ofrecen servicios de hospedaje dentro de la Parroquia, el 90% ofrecen dichos servicios toda la semana²³. En donde un 70% de los establecimientos creen que los días de mayor afluencia a estos locales son los viernes y sábados como se puede ver a continuación:

Gráfico N° 7



Fuente y elaboración: Los Autores.

- Un 50% de los locales de entretenimiento ofrecen sus servicios toda la semana, y la otra parte lo hacen en mayor medida los días viernes, sábado y domingo²⁴. Los días de mayor afluencia de demandantes hacia estos sitios son los días viernes con un 50% de afluencia, sábados 75% y domingos con un 38% (nótese en el anexo que estos totales no suman un 100%, ya que varios eligieron más de un solo día de mayor afluencia)²⁵.

- En el caso de los balnearios, ellos ofrecen sus servicios todos los días de la semana, siendo sus días más concurridos por los visitantes los días sábado y domingo como se puede ver en el siguiente gráfico:

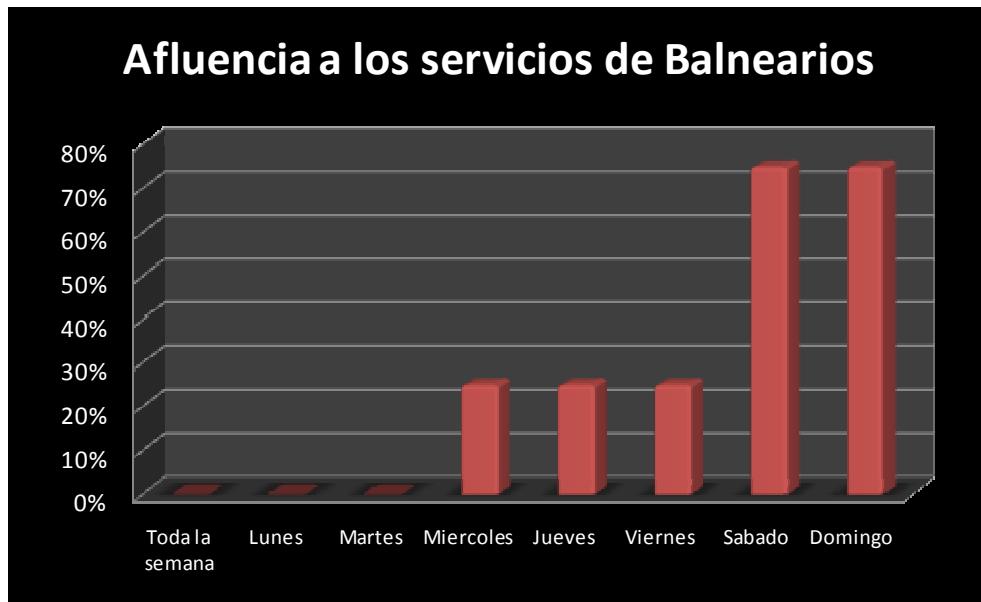
²³ Anexo N° 7, Tabla N° 8

²⁴ Anexo N° 7, Tabla N° 8

²⁵ Anexo N° 8 ,Tabla N° 9



Gráfico N° 8



Fuente y elaboración: Los Autores.

- 💡 En los establecimientos que se ofertan servicios de alimentación dentro de la Parroquia el 90% ofertan dichos servicios toda la semana²⁶, siendo los días de mayor afluencia de demandantes a estos locales son los viernes, sábados y domingo²⁷.

2.4 Incidencia de la Gestión Turística.

Para poder evaluar la gestión turística hacia la Parroquia de Baños también recurrimos al uso de la encuesta hacia los sitios que ofertan servicios turísticos, pero nos basamos en mayor medida en el uso de entrevistas hacia actores relevantes de la Parroquia como son:

- Sr. David Gutiérrez (Presidente de la Junta Parroquial)
- Sr. Vicente Zaruma (Párroco de la Parroquia)
- Sra. Catalina Peñaloza (Comerciante del sector)
- Sra. Susana Durán (Administradora de Hostería Durán)

²⁶ Anexo N° 7, Tabla N° 8

²⁷ Anexo N° 8 , Tabla N° 9



Dentro del trabajo realizado por la Junta Parroquial hacia el desarrollo de la actividad turística de la Parroquia podemos enfatizar los siguientes puntos relevantes²⁸:

- El turismo dentro de los planes y proyectos que tiene la actual administración de la Parroquia el turismo se encuentra en el tercer lugar.
- Debido a la importancia que tiene el turismo dentro de la actual administración se está llevado a cabo la elaboración del Plan estratégico de la Gestión Turística de la Parroquia Baños" contando con el apoyo de técnicos.
- Se está planeando incentivar al turismo ecológico en la Parroquia hacia potenciales destinos turísticos de la Parroquia (ver página 24 "Inventario de Potenciales Turísticos").
- Debido a que la actual administración ha recibido el doble de asignaciones en relación al año pasado se puede dar un incremento de participación hacia el sector turístico, pero esto se dará luego de la elaboración del POA²⁹ dentro de la Parroquia. Debido a la construcción del POA, se destinará cerca de \$40.000 a capacitación ya que es una necesidad imperante dentro del desarrollo de la actividad turística dentro de la Parroquia.
- Se ha venido mejorando la calidad de vías de acceso hacia la Parroquia de Baños, es por ello que el año 2009 no fue un año bueno para la Parroquia, ya que por mejorar algunas vías de acceso se ha complicado el acceso a la Parroquia, pero se pretende que estos problemas se solucionen este año.
- La Junta Parroquial ha venido mejorando la imagen de la Parroquia mediante su limpieza, pues la basura existente en los espacios públicos en el lugar ha sido uno de los más grandes problemas según el Presidente de la Junta Parroquial. El presidente estima que aproximadamente se ha logrado una mejora del 20% en la limpieza de la Parroquia.

²⁸ Según entrevista realizada al Presidente de la Junta Parroquial Sr. David Gutiérrez. (ver anexo N°N°N°)

²⁹ POA: Plan anual del presupuesto participativo que es la asignación del municipio a la Junta Parroquial.



- ⊕ La Junta actualmente no realiza ningún tipo de promoción, la única promoción con la que cuenta la Parroquia se basa en sus festividades y la pagina Web³⁰, la que está en proceso de mejora.
- ⊕ La Junta Parroquial busca la explotación de nuevos sitios turísticos dentro de la Parroquia como es el caso del turismo ecológico, en donde este no se puede realizar correctamente ya que los habitantes de estos sectores potenciales se encuentran reacios a la idea que personas extrañas visiten estos sectores, ello denota que no tienen una cultura turística. La Junta busca el dialogo con estos sectores para incentivar este tipo de turismo.

Dentro de las necesidades de fomento hacia la actividad turística de la Parroquia se puede resaltar lo siguiente:³¹

- ⊕ Existe la esperanza y fe hacia la nueva Junta Parroquial que recién inicia sus labores dentro de la administración Parroquial, ya que sus iniciativas planes y proyectos parecen ser del agrado de la población debido a que anteriores administraciones no daban la importancia necesaria hacia el sector turístico.
- ⊕ Se espera un pronunciamiento del gobierno en lo que respecta a la Ley de Aguas, ya que dicha ley puede terminar con el oligopolio en la oferta turística de balnearios y que actualmente concentra dicho servicio en manos de tres sociedades, las cuales brindan el único beneficio a la Parroquia de 5 centavos de dólar por visitante que ingrese al balneario.
- ⊕ Para poder evitar este tipo de situaciones se cree que es necesario la elaboración de políticas de estado que no son de responsabilidad de

³⁰ Aproximadamente 300 personas al día visitan la pagina web de la Parroquia.

³¹ Según entrevistas realizadas a: Susana Durán, Vicente Zaruma y Catalina Peñaloza (ver anexo N°N°N°N°)



gobiernos locales para que la Junta Parroquial pueda realizar un trabajo orientado al desarrollo de la actividad turística.³²

- Se debe fomentar dentro de la Parroquia la elaboración de comida típica artesanías y tejidos manufacturados, ya que la Parroquia cuenta con gran potencial en este sentido.
- Se debe fomentar la inversión en nuevos locales complementarios³³ a los destinos turísticos existentes, esto se puede lograr enfocando los recursos provenientes de la migración puesto que actualmente dichos recursos son usados para la compra y/o fabricación de grandes casas así como también para la compra de vehículos lo cual no genera empleo³⁴.
- Se debe buscar una cooperación conjunta entre los gobiernos locales y la Junta Parroquial. En ocasiones la Junta trata de hacer respetar ordenanzas municipales que impiden cierto tipo de construcciones, sin embargo las personas obtienen estos permisos para construir ya sea del mismo municipio o del consejo provincial, lo que deteriora la relación entre estos organismos.
- El 68% de los locales turísticos encuestados piensan que para fomentar el turismo si se ha mejorado la infraestructura básica de la Parroquia y de este porcentaje el 47% piensan que este fomento al desarrollo de la actividad turística ha incrementado sus ventas.
- Particularmente nosotros visualizamos también a la Parroquia de Baños como un potencial mirador Turístico, ya que además de tener unas hermosas montañas también estas brindan una facilidad para poder mirar a una gran parte de la Ciudad de Cuenca.³⁵

³² Comentario realizado en la entrevista realizada al Párroco Vicente Zaruma

³³ Heladerías, cafeterías, etc. Según entrevista realizada a la Sra. Susana Durán.

³⁴ Comentario realizado en la entrevista realizada al Párroco Vicente Zaruma

³⁵ Ver Anexos de Imágenes / Vistas hacia la ciudad de Cuenca.



CAPITULO III



DEMANDA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA BAÑOS



3.1 Antecedentes

El principal objetivo que buscamos con el desarrollo de este capítulo es el análisis de la demanda turística de la parroquia con el fin de conocer si las dotaciones de la oferta existente concuerdan con los requerimientos de la demanda. En primera instancia consideraremos el perfil del turista que visita los diferentes lugares que tiene la parroquia, obteniendo así algunas ideas claras de los rasgos más sobresalientes en los visitantes. Consecutivamente se analizará cual es la realidad de los ingresos por turismo, conociendo con ello que actividad o actividades generan la mayor parte de ingresos turísticos a la parroquia. En la parte final de este capítulo se procederá a evaluar la satisfacción obtenida por parte del turista mediante la percepción de los bienes y servicios consumidos en su visita a la Parroquia de Baños. Para el desarrollo de este capítulo usamos básicamente información primaria mediante la realización de encuestas.

3.2 Descripción del perfil del turista.

Debemos considerar que para la realización de este capítulo se llevó a cabo dos tipos de encuestas: la primera se aplicó a la ciudad de Cuenca, básicamente al casco urbano, considerando las 15 parroquias que tiene este sector y la segunda encuesta se aplicó a los visitantes de la Parroquia Baños³⁶. En los dos casos, la encuesta fue llevada a cabo a la población de 18 años en adelante.

De acuerdo a las encuestas realizadas se destacan varios aspectos que definen al turista que visita la Parroquia Baños.

³⁶ Ver anexo N° 11.



Características generales de los turistas

- Se pudo conocer que el 53% de los visitantes a la parroquia son mujeres y el 47% de los visitantes son hombres, por lo que no se puede notar gran diferencia entre la preferencia de visita con respecto al género.
- Además se pudo notar que no existe diferencia de estado civil de los visitantes con respecto al género, por lo que únicamente se puede decir que la mayoría de visitantes de la parroquia de Baños son casados.
- El 37% de los encuestados en Cuenca son empleados públicos o privados, el 30% estudiantes y en una menor proporción profesionales de libre ejercicio, 11%, comerciantes 9% y jubilados 1%; el 13% restante tiene otra ocupación.
- En la encuesta realizada a los visitantes dentro de la parroquia de Baños el 49% de los hombres y el 31% de las mujeres son empleados, el 16% de los hombres y el 25% de mujeres tienen otro tipo de ocupación, siendo la mayoría en el caso de las mujeres la ocupación de amas de casa, en las demás ocupaciones no se pudo notar gran diferencia, entre hombres y mujeres³⁷.
- Entre los habitantes de Cuenca encuestados el 37% de estos tienen un nivel de ingresos 0-250 dólares mensuales. Alrededor del 17% los encuestados se encuentran en los niveles 251-350, 351-450, 451-550 cada uno y en última instancia en menor proporción, se encuentran en los niveles 551-650, 651-750 y 750 en adelante, aproximadamente el 4%. Similares porcentajes de niveles de ingresos se pueden notar en las encuestas realizadas a los visitantes dentro de la Parroquia³⁸. El promedio de edad de los encuestados tanto en la Parroquia como en la ciudad de Cuenca es de 30 años³⁹.

³⁷ Anexo N° 16, Tabla N° 26

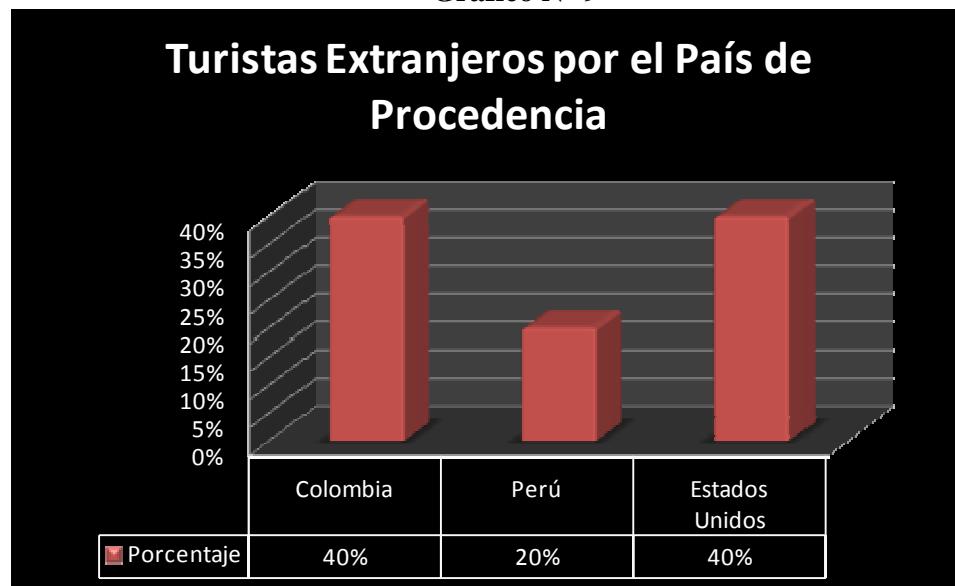
³⁸ Anexo N° 15, Tabla N° 16

³⁹ Anexo N° 16, Tabla N° 31

Origen de los turistas

El 96% de los turistas que visitan Baños son Ecuatorianos y el 4% son Extranjeros⁴⁰, y dentro de los turistas Ecuatorianos, el 78% son pertenecientes a la provincia del Azuay y el 22% restante pertenece al resto de provincias del país⁴¹. También se puede notar que dentro de los turistas extranjeros el 40% son de E.E.U.U, 40% de Colombia y el 20% de Perú como se puede ver en el gráfico N°9.

Gráfico N° 9



Fuente y elaboración: los autores

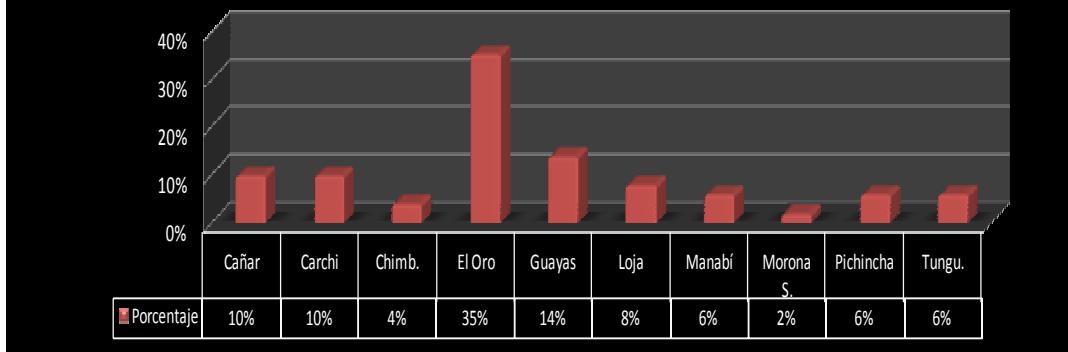
En lo concerniente a los turistas nacionales que no son de la provincia del Azuay se puede notar en el siguiente gráfico que la mayor parte de ellos corresponde a la región de la costa.

⁴⁰ Anexo N° 16, Tabla N° 27

⁴¹ Anexo N° 16, Tabla N° 28

Gráfico N° 10

Turistas según la Provincias de procedencia en el Ecuador
(excepto Azuay)



Fuente y elaboración: los autores

Frecuencia de visita

En lo que respecta al conocimiento de los habitantes de otras Parroquia sobre la Parroquia Baños, podemos establecer que el 88% de los encuestados afirmó haber visitado alguna vez esta Parroquia, mientras que el 12% restante aseguró no haberla visitado nunca, en donde 72% de las personas que visitaron a la parroquia de Baños lo hicieron en compañía de sus familiares, el 24% de sus amigos y apenas el 2% de las personas que visitan Baños lo hacen solos, como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 11

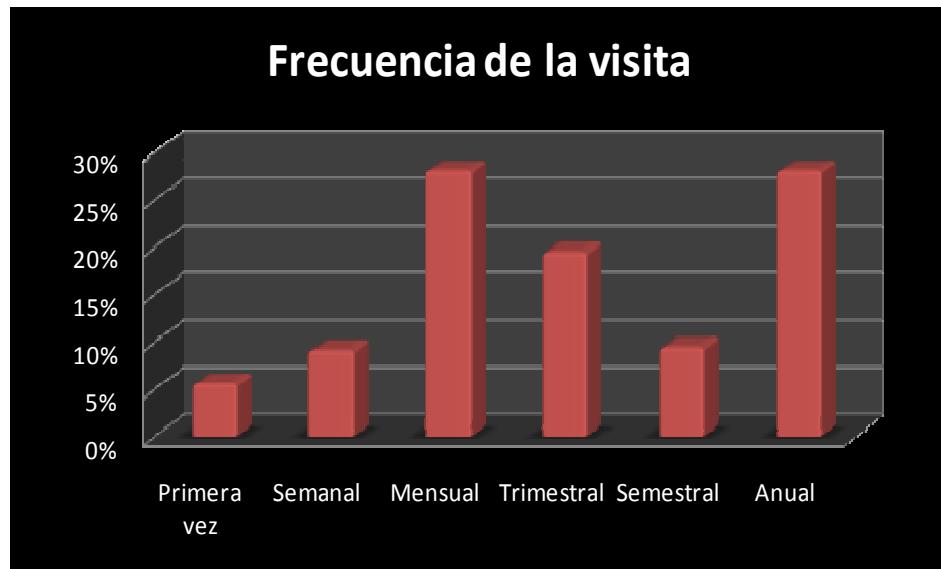


Fuente y elaboración: los autores

Al tomar en cuenta la frecuencia de visita a la Parroquia dentro de los encuestados en el sector urbano de la ciudad pudimos notar que el 28 % de los encuestados vistan la Parroquia de Baños en forma anual, en igual porcentaje con frecuencia mensual, un 20% vistan de forma trimestral y en menor proporción las visitas son semestrales, semanales y por primera vez⁴². En cambio con la encuesta realizada a los visitantes dentro de la parroquia se puede notar que la mayoría de ellos visitan la parroquia en forma mensual con un 24% , y de manera casi similar trimestral, semestral y anualmente con porcentajes entre 17 y 20%, como también un 10% de los visitantes encuestados tuvieron en esa ocasión su primera visita a la Parroquia de Baños, como se puede notar en el siguiente gráfico:

⁴² Anexo N° 15, Tabla N° 18

Gráfico N° 12



Fuente y elaboración: Los autores

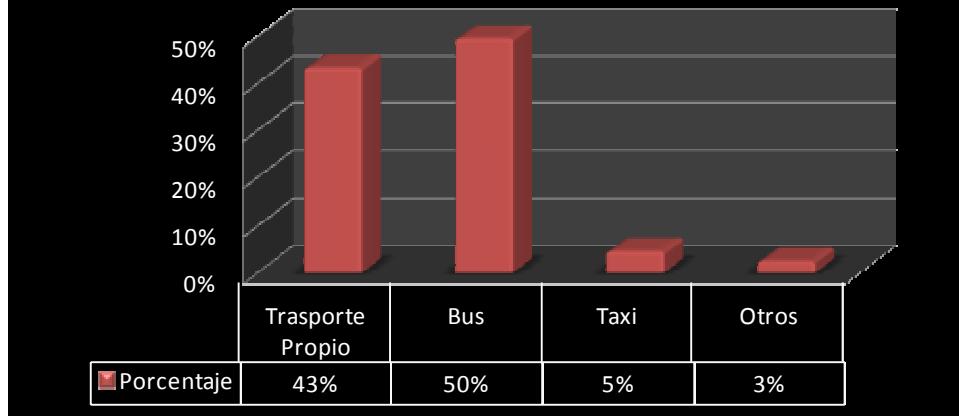
Transporte

- Normalmente el medio de transporte por el cual llegan los visitantes hacia la parroquia es el bus y a través de transporte propio, pocos llegan por medio de taxi u otros medios como se indica en el siguiente gráfico:



Gráfico N° 13

Medio de transporte por el que llegan los turistas a la Parroquia



Fuente y elaboración: Los autores

Criterios de Visita

- Dentro de la encuesta realizada a los turistas en la parroquia de Baños, entre los principales aspectos que motivan la visita a Baños están la influencia de amigos y familiares con un promedio del 32%, deporte y salud con el 30%, y el pasatiempo con un 29%, además en una menor cantidad los aspectos que motivan la visita son la costumbre y los anuncios publicitarios que entre los dos suman el porcentaje del 10%. Dichos aspectos no son diferenciales de acuerdo al género del visitante, ya que como se puede ver en el gráfico N° 14 los visitantes se mueven casi en la misma medida sin que tenga mayor relevancia el género, por lo que se puede notar que los turistas sean hombres o mujeres los motivan los en similar forma los mismos aspectos de preferencia para visitar la parroquia de Baños.

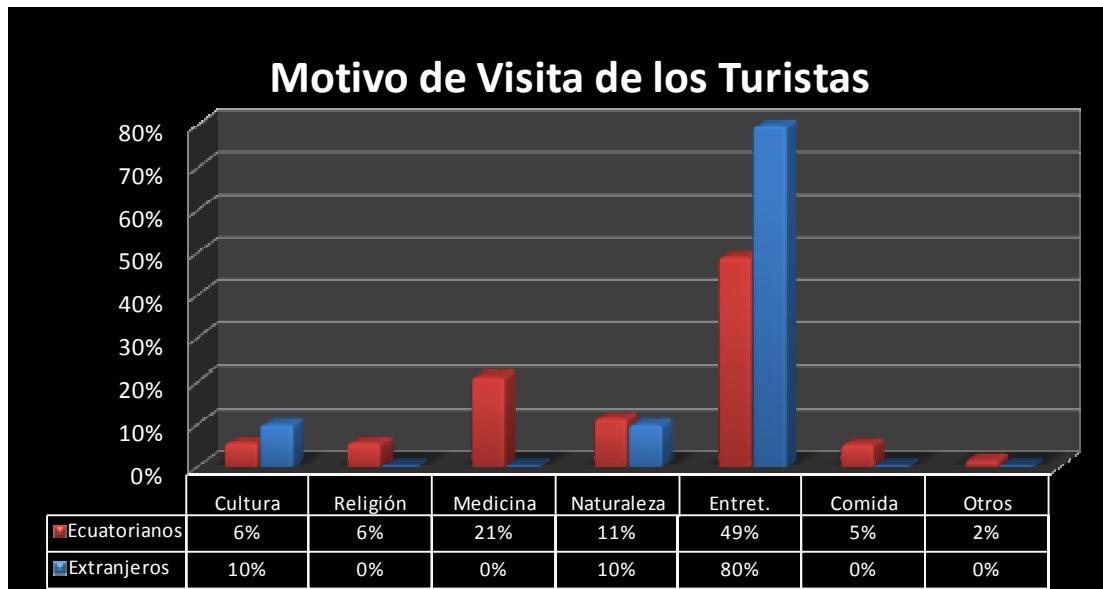
Gráfico N° 14



Fuente y elaboración: Los autores

- Usualmente el aspecto por el que prefieren visitar la Parroquia Baños los habitantes del casco urbano de la ciudad de Cuenca es el entretenimiento con un 47%, seguido de los aspectos medicinales y naturales con un 17% y 15% respectivamente, los aspectos de cultura, religión y gastronómicos son poco preferidos. En cambio dentro de la encuesta realizada a los visitantes en la Parroquia Baños se puede notar que los motivos de entretenimiento para los visitantes ecuatorianos representan un 49%, un 21% de ellos por aspectos medicinales los otros aspectos no son muy representativos. En cambio los visitantes extranjeros tienen como primer motivo de visita a la parroquia de Baños, el entretenimiento con un 80%, y en un segundo plano la cultura y naturaleza con un 10% cada uno, y los otros aspectos no son relevantes ante sus visitas. Entonces se puede decir que Baños es un lugar al que los turistas lo visitan en su gran mayoría por motivos de entretenimiento, como se puede ver en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 15

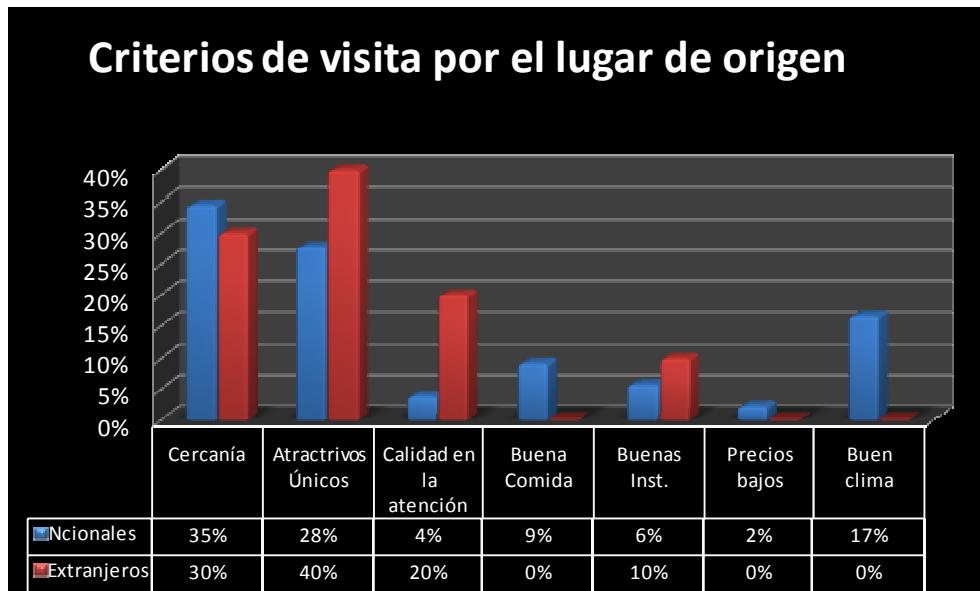


Fuente y elaboración: Los autores

- La cercanía al lugar de residencia y los atractivos únicos en la ciudad fueron considerados los principales criterios de influencia en la visita frente a otros atractivos turísticos en Cuenca, para los encuestados en las 15 parroquias de la ciudad de Cuenca, pues el 44% y 43% de los encuestados respectivamente escogieron estas opciones⁴³. Sin tener diferenciación del lugar de origen se puede notar que mediante las encuestas realizadas a los visitantes de la Parroquia Baños que también los principales criterios que influyen en la visita a la parroquia son los atractivos únicos en la ciudad con un 40%, y la cercanía a su lugar de residencia con un 30% , pero los extranjeros opinan en un 20% que otro de los criterios de influencia son la calidad en la atención, mientras que los otros criterios como : buena comida, precios bajos y buen clima no son criterios de influencia para visitar Baños para un turista extranjero, como se vemos a continuación:

⁴³ Anexo N° 15, Tabla N° 19

Gráfico N° 16

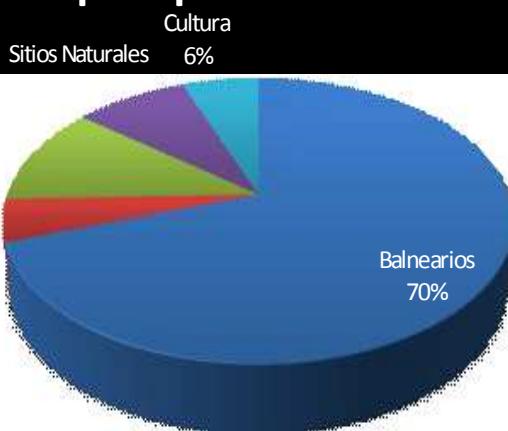


Fuente y elaboración: Los autores

- En última instancia pudimos conocer que el 92% de los encuestados en el casco urbano de la ciudad de Cuenca piensa que el principal atractivo que tiene la Parroquia Baños son los balnearios, (ver gráfico N° 17). De igual forma que en las encuestas anteriores se puede notar que en las encuestas realizadas a los visitantes en Baños un gran porcentaje de personas opinan que el principal atractivo de la Parroquia son los Balnearios.

Gráfico N° 17

Percepción del principal atractivo turístico de Baños



Fuente y elaboración: Los autores

3.3. Ingresos Turísticos

Los ingresos correspondientes a la actividad turística generada dentro de la Parroquia Baños pueden enmarcarse en dos fuentes fundamentales:

- ✓ La primera fuente de ingresos es la proveniente del turista, quien en su calidad de visitante realiza gastos por la adquisición de bienes y servicios en la Parroquia. El promedio de consumo diario por turista perteneciente a la provincia del Azuay es de \$ 9 y el promedio por turista proveniente de fuera de la provincia del Azuay, incluyendo los turistas extranjeros, es de \$16. Entonces, basándonos en la entrevista realizada al presidente de la Junta Parroquial en donde se expuso que el promedio de visitantes mensuales a la Parroquia Baños asciende a 35000 y sabiendo que el 74% de los turistas provienen de Azuay y el 26% de fuera de la provincia del Azuay, podríamos estimar que 25900 personas son turistas azuayos y 9100 personas son turistas de fuera del Azuay. Por lo tanto los ingresos turísticos mensuales percibidos de los turistas azuayos son de \$233.100,00, en donde el 47% de



este gasto se destina a los balnearios, 37% para la alimentación, 10% entretenimiento, y el 6% en otros gastos como por ejemplo el transporte⁴⁴. Y los turistas provenientes de fuera del Azuay son de \$ 145.600,00, en donde el 47% de este gasto es destinado a los balnearios, el 31% a alimentación, el 14% en entretenimiento, 7% otro tipo de gastos como el transporte, y apenas el 1% se destina para hospedaje dentro de la Parroquia⁴⁵ que por lo general se ofrece dentro de los mismos balnearios. La suma total de ingresos de esta primera fuente seria de \$ 378.700,00.

- ✓ La otra fuente de ingreso mediante la actividad turística se genera con el pago de 5 centavos por turista por parte de los balnearios a la Junta Parroquial para el desarrollo de la Parroquia. Según la entrevista realizada al presidente de la Junta Parroquial de Baños podemos dar a conocer que los ingresos anuales por parte de los balnearios fue alrededor de \$22.000,00 para el año 2009.

3.4. Valoración de la Calidad Turística Recibida

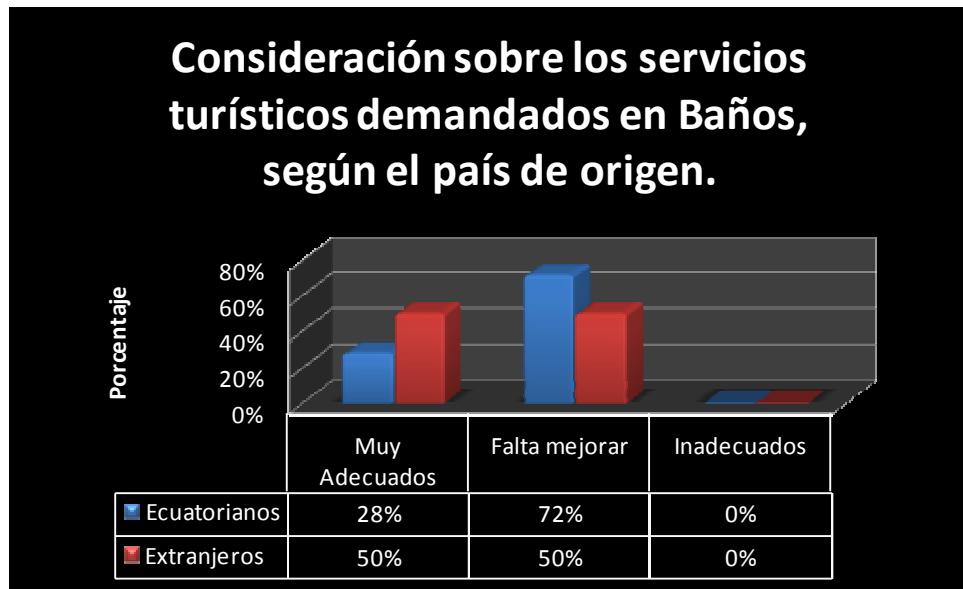
- ▣ En lo que respecta a la calidad de los servicios y actividades que se ofertan en la Parroquia, el 84% de los encuestados en las parroquias urbanas del Cantón Cuenca opinan que estos son adecuados pero les falta mejorar, el 13% piensa que son muy adecuados y el 3% piensa que son inadecuados⁴⁶. De igual manera dentro de los visitantes encuestados en la Parroquia Baños, la gran mayoría, es decir en un 72% piensa que los servicios turísticos son adecuados pero les falta mejorar, y un 28% de ellos piensan que son muy adecuados y no les falta mejorar nada; esto en lo que respecta a los visitantes ecuatorianos. En lo que se refiere a la visita de los extranjeros: 50% de ellos cree que los servicios son muy adecuados y el otro 50% piensa que son adecuados pero les falta mejorar.

⁴⁴ Anexo N° 16, Tabla N° 32

⁴⁵ Anexo N° 16, Tabla N° 32

⁴⁶ Anexo N° 16, Tabla N° 21

Gráfico N° 18



Fuente y elaboración: Los autores

- Mayoritariamente el 42% de los encuestados dentro del caso urbano de Cuenca califica como regular a la calidad de las vías de la Parroquia, pues en especial esto se debe a que encuentran cierta dificultad en el acceso a la Parroquia por las adecuaciones que actualmente se están llevando a cabo en la vía principal de acceso⁴⁷. En cambio los visitantes encuestados dentro de la Parroquia de Baños califican a las vías en un 42% como buenas, y un 37% como regulares, se puede notar que ellos dan un valor más positivo que las personas encuestadas en las parroquias del Cantón de Cuenca⁴⁸.

- Los servicios que mayoritariamente deberían ser mejorados en la Parroquia Baños según las encuestas realizadas en la zona urbana de Cuenca, son: la limpieza, la seguridad, la información y la vialidad y en una menor proporción se debe mejorar la señalización, los baños públicos y el entretenimiento en el

⁴⁷ Anexo N° 15, Tabla N° 20

⁴⁸ Anexo N°16 , Tabla N° 21

día⁴⁹. En cambio dentro de las encuestas realizadas a los visitantes de Baños, casi en igual proporción todas piensan que se deben mejorar todos estos servicios, como se puede observar en el gráfico N° 19, la diferenciación tampoco se evidencio entre hombres y mujeres.

Gráfico N° 19



Fuente y elaboración: Los autores

- ✚ En lo que se refiere a las actividades y servicios turísticos que deberían fomentarse en la Parroquia, el 46% de los encuestados en las parroquias urbanas opina que deberían fomentarse los recorridos campestres el fin de semana, el 35% piensa que deben fomentarse los locales de comida nacional e internacional, la venta de artesanías, los sitios naturales y las heladerías y cafeterías tienen preferencias en porcentajes de 29%, 26%, y 25% respectivamente. La venta de productos medicinales tuvo una votación del 4% únicamente⁵⁰. Luego de encuestar a los visitantes de la Parroquia pudimos notar que un 22% de ellos piensan que se deben fomentar los lugares de

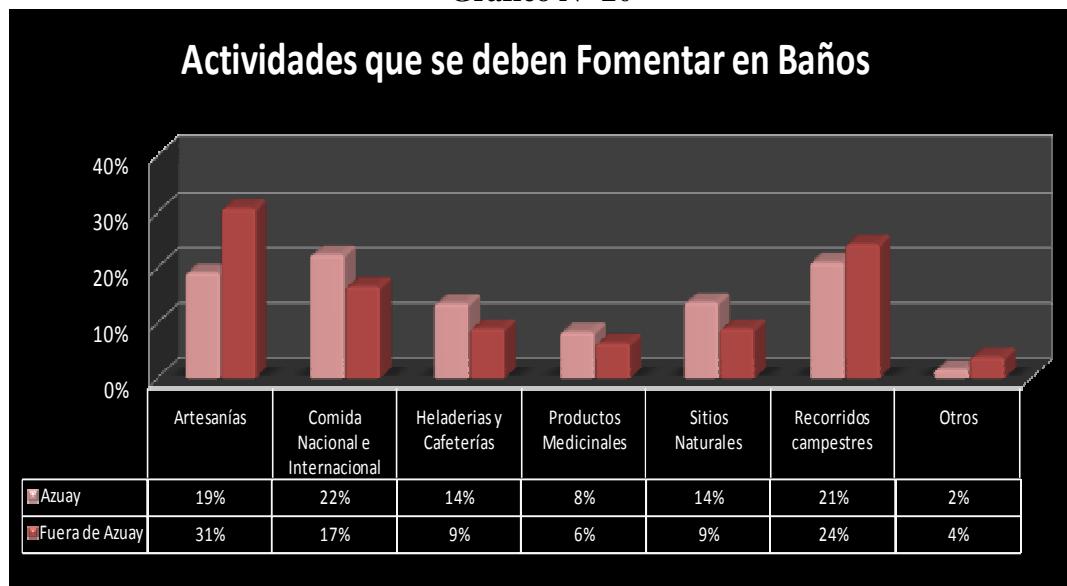
⁴⁹ Anexo N° 15, Tabla N° 22

⁵⁰ Anexo N° 15, Tabla N° 23



comida nacional e internacional, en un 21% los recorridos campestres, 19% la ventas de artesanías, heladerías y cafeterías y sitios naturales en un 14% cada uno, y por último en porcentajes más bajos, la venta de productos medicinales y otras actividades. En cambio la mayoría de visitantes que son provenientes de fuera de la provincia del Azuay piensan en un 31% que se deben fomentar la venta de artesanías, en un 24% los recorridos campestres el fin de semana, el 17% en comida nacional e internacional, y en un porcentajes menores las otras actividades, tal como se puede ver en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 20



Fuente y elaboración: Los autores

- En relación a la percepción sobre los precios de los bienes y servicios consumidos pudimos notar que el 66% de los encuestados en las 15 parroquias de Cuenca cree que estos son justos, seguido de un 33% que piensa que son caros y tan solo el 1% cree que son baratos⁵¹, y casi en la misma relación los visitantes encuestados dentro de la parroquia piensan en

⁵¹ Anexo N° 15, Tabla N° 24



62% que los precios son justos, en un 36% que son caros y apenas en un 2% que son precios baratos.⁵²

Estos últimos resultados están generalizados tanto para turistas nacionales como extranjeros, así como también para hombres y mujeres, ya que los resultados obtenidos en las encuestas fueron similares.

- El promedio de satisfacción en las visitas para los encuestados en el sector urbano de la Ciudad es de 7/10, y el promedio de satisfacción recibida en la visita a la Parroquia de Baños por parte de los turistas encuestados allí es de 8/10, este resultados se evidenció tanto para visitantes nacionales, como para los extranjeros y de igual manera tanto para mujeres, como para hombres.

- Por último notamos que la parroquia Baños sería un sitio bastante recomendado por los ciudadanos del Cuenca, pues el 95% de los encuestados en el Casco Urbano del Cantón Cuenca, recomendarían a otros visitar la Parroquia Baños frente a otros destinos turísticos que tiene la Ciudad de Cuenca y el 5% opina que no recomendaría⁵³. En tanto que en los visitantes de la parroquia Baños un 98% de ellos si recomendarían visitar la parroquia y un 2% de ellos no lo haría⁵⁴.

Luego de esta investigación sobre la demanda turística de la Parroquia Baños y su correspondiente descripción, se puede resumir lo siguiente:

- El promedio de edad de los visitantes está alrededor de los 30 años, quienes en gran número visitan Baños por motivos de entretenimiento.

- El conocimiento sobre la parroquia Baños por parte de las parroquias urbanas del Cantón Cuenca es alto, por lo que se puede tener una gran demanda potencial inmediata mediante políticas publicitarias propias de la parroquia.

⁵² Anexo N° 16, Tabla N° 35

⁵³ Anexo N° 15, Tabla N° 25

⁵⁴ Anexo N° 16, Tabla N° 36



- Lo primero que piensan las personas al escuchar sobre la parroquia de Baños son en su mayoría aspectos relacionados a las aguas termales, ya que la gran mayoría supone que el principal atractivo turístico que posee Baños son sus balnearios.
- Hay un desconocimiento de los potenciales sitios turísticos naturales con los que cuenta la parroquia, ya que un 87% de los visitantes no conoce ningún sitio natural, y apenas un 13% de los visitantes conoce por lo menos alguno⁵⁵. Esto se puede deber posiblemente gracias a que la mayoría de personas que visita Baños, lo hace por los balnearios.
- A su vez el problema anterior se puede dar por la razón de que no existe un fomento por parte de las autoridades locales sobre estos sitios naturales, por lo que se debería publicitar estos lugares. Una gran parte de los encuestados opina que se deben fomentar los recorridos campestres y los sitios naturales.
- La mayoría de las personas que han visitado Baños recomiendan la visita hacia la parroquia ya que cuentan con el beneficio de las aguas termales, sin embargo, también opinan que los servicios y actividades ofrecidos, tienen carencias en lo que respecta a la limpieza y mantenimiento de locales e infraestructura, así como calidad en el trato a los turistas; por lo cual se puede enmarcar la carencia de cultura turística en Baños, la cual debe ser fomentada desde los organismos competentes a nivel local, como también por parte de las organizaciones propias de la parroquia, las que deben tomar conciencia sobre el potencial turístico que poseen.

⁵⁵ Anexo N° 16, Tabla N° 33



CAPITULO IV



INCIDENCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO LOCAL DE BAÑOS



4.1 Introducción

En este capítulo el objetivo primordial es el análisis de los efectos que tienen los ingresos turísticos en el desarrollo local de la Parroquia Baños para determinar si este sector brinda resultados positivos. El logro de este objetivo hace necesario el de la gestión realizada por los organismos encargados del turismo a nivel local, además de la determinación de los efectos económicos y sociales que esta actividad genera y la consideración del tratamiento de los recursos turísticos mediante el desarrollo sustentable y sostenible. Para el progreso de este capítulo se utilizó información primaria proveniente de la realización de encuestas y entrevistas. Antes de continuar con la ampliación de los puntos mencionados anteriormente es conveniente realizar un breve detalle de las implicaciones del desarrollo local y su respectiva aplicación a las condiciones de la Parroquia Baños.

4.2 Turismo como fuente de desarrollo local en Baños

4.2.1 Desarrollo local en la Parroquia Baños

Como se mencionó en el capítulo 1 el desarrollo económico local es el proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local. Con objetivos de transformación del sistema productivo local, crecimiento de la producción y mejora del nivel de vida y de empleo, el desarrollo económico local se puntuiza en el análisis de recursos y agentes de determinada zona territorial que se detallarán a continuación:

A. Recursos

- Físicos
- Humanos
- Económicos-Financieros.



- Técnicos
- Socioculturales

B. Agentes

- Administraciones Públicas (local, regional, central, comunitaria).
- Organismos Privados (empresas, sindicatos, cámaras de comercio, entidades financieras, asociaciones y movimientos ciudadanos).
- Otras Instituciones (agencias de desarrollo, universidades y centros de investigación).

4.2.1.1 Recursos

4.2.1.1.1 Recursos Físicos

Según la Comisión Europea las infraestructuras son “aquellas inversiones realizadas en una amplia gama de bienes materiales de capital no directamente utilizados en el proceso productivo, sino que suministran servicios simultáneamente a múltiples usuarios o al conjunto de la sociedad, más que a las personas o a las empresas privadas, y que generalmente están financiadas por administraciones públicas o por organismo con responsabilidad similar a la de la autoridad pública en la formación de capital”. Las infraestructuras se clasifican en dos grandes grupos: económicas o técnicas (transporte, energía, agua, telecomunicaciones, etc.) y sociales (enseñanza, sanidad, vivienda, cultura, ocio).

Infraestructuras Técnicas

a) **Transporte:** los diversos niveles de precio y calidad en los servicios de transporte suponen un campo de elección del usuario, influyendo en sus decisiones de localización de las industrias y de la actividad económica.

En la Parroquia Baños el mantenimiento vial está a cargo de la Municipalidad de Cuenca y del Consejo Provincial del Azuay. Se dispone de aproximadamente 66.5 Km. de Vías de las cuales el 85% se encuentran de



regular a malo. De acuerdo a la información Cartográfica, Baños posee una red de 332 Km. de vías, incluyendo todos los tipos e inclusive ramales existentes para acceder a pequeños caseríos o sitios. En el Centro Parroquial se cuenta con 12,5 Km. de vías las que se encuentran en buen estado la que poseen capa de rodadura rígida y en mal estado las lastradas.

- b) Telecomunicaciones:** juegan un papel fundamental en el desarrollo económico y la competitividad de las regiones.

Según el último censo del INEC (año 2001) el 32.6% de las viviendas de la parroquia poseen el servicio de teléfono. En el área urbana el 46.2% de la población posee este servicio y en el área rural el 31.1%.

- c) Abastecimiento de agua y energía:** constituye un recurso indispensable y básico para el normal desarrollo de la actividad socioeconómica de cualquier zona y ejerce una notable influencia sobre la orientación de su crecimiento.

Los principales centros poblados de la Parroquia Baños son abastecidos básicamente por tres sistemas de agua: El Sistema de Agua Baños; El Sistema de Agua Nero y el Sistema Narancay. Todos los sistemas poseen unidades de captación, conducción, tratamiento y reservas y redes de distribución.

De acuerdo a entrevistas realizadas por ETAPA en relación a la cobertura de agua, en la cabecera parroquial existe una cobertura de red pública del 94% de las viviendas, mientras que el 6% de las viviendas restantes están cubiertas por otros sistemas. Así también en el resto de la parroquia la red pública cubre el 67% de las viviendas y el 33% restante lo cubre otros sistemas.

En cuanto a la infraestructura de alcantarillado, existe en la parroquia tres sistemas de eliminación de las aguas servidas que forman parte de la red pública: El Sistema Baños, El Sistema de Alcantarillado Misicata y El Sistema de Alcantarillado Narancay y Señor Cautivo. Estos sistemas evacuan las



aguas servidas a cuerpos naturales de agua superficial sin tratamiento. El 70% del centro parroquia realiza la eliminación de las aguas servidas mediante esta red pública y en la zona rural el porcentaje de cobertura es del 27%. Otras formas de eliminación son por medio de letrinas y pozos sanitarios (28% de la población) y a través de la evacuación en terrenos baldíos o cursos naturales de agua (34% de la población).

La electricidad es el servicio que llega a la mayoría de sus pobladores, pues el 94.5% de las viviendas, cuentan con este servicio.

- d) **Infraestructuras industriales:** las acciones sobre el suelo y la rehabilitación de edificios industriales son los elementos más sobresalientes e influyentes en las decisiones y competencias de política territorial local. Cabe resaltar que este tipo de recursos no son notorios, ya que no afectan al sector en donde se concentra la actividad turística dentro de la Parroquia de Baños.
- e) **Medioambiente:** este recurso constituye un factor esencial de calidad de vida de una determinada zona. A pesar del coste en la producción industrial que a corto plazo supone la protección del medio ambiente, este no implica perturbaciones en la inversión, los beneficios, el empleo o los precios. La conservación de los recursos ha incentivado el crecimiento y el empleo además de contribuir a una mayor productividad y a hacer más atractivas zonas que antes no lo eran. En este punto podemos hacer referencia los potenciales turísticos los que fueron mencionados en el capítulo N°2.

Infraestructuras Sociales

Comprenden todas las funciones sanitarias, educativas, de ocio, justicia, seguridad, cultura y vivienda que las administraciones ponen al servicio de la colectividad para garantizar al máximo la calidad de sus condiciones de vida. Este tipo de infraestructuras son tan importantes como las infraestructuras técnicas (telecomunicaciones, transporte y comunicaciones, medio ambiente,



abastecimiento de agua y energía) no solo para provocar economías externas sino para ordenar con perspectiva a largo plazo el territorio nacional, regional y/o urbano.

De acuerdo al censo del INEC, la parroquia Baños cuenta con la siguiente infraestructura social:

Educación.-Se encuentran 9 escuelas, 2 colegios y 7 jardines en los barrios de la parroquia; tienen otras oficinas públicas: las escuelas "Enriqueta Cordero Dávila" y "Alfonso Carrión Heredia"; el colegio "Manuel Córdova Galarza" y 2 jardines de infantes funcionan en el centro parroquial.

Salud y sanidad.- La Parroquia Baños cuenta únicamente con un centro de salud para la atención médica gratuita. En la Cabecera parroquial se cuenta con varios consultorios médicos particulares, que realizan únicamente atención ambulatoria y sus costos son elevados y de difícil acceso para la población.

Los pobladores de las comunidades lejanas al centro no cuentan con un doctor permanente para el sector, así tienen dificultad en la obtención de medicamentos, por lo cual se recurre a la medicina tradicional en base a la cura a través de plantas medicinales existentes en la zona y prácticas curativas tradicionales y ancestrales, que resultan económicas, pero no todas las veces efectivas.

Servicios urbanos colectivos y deporte.-Baños posee las oficinas públicas: Tenencia Política, Jefatura de Área, Junta Parroquial, Comité de Agua, Despacho Parroquial y la Liga Deportiva Parroquial. Además se cuenta con Puesto de Auxilio Inmediato perteneciente a la Policía Nacional que presta atención en la medida de sus posibilidades, debido a que al encontrarse ubicado en el centro de la parroquia únicamente le es posible cubrir los sectores cercanos a él.

Turismo.-En cuanto a infraestructura turística Baños cuenta con varios centros de recreación tales como bares, discotecas, hosterías, miradores, parques, entre



otros. Además cuenta con facilidades hospitalarias tales como hostales, restaurantes y hosterías. Algunos de los lugares turísticos que la parroquia ofrece son: La Basílica, Los balnearios, Vertientes de Agua Caliente, y locales de servicios turísticos que fueron enlistados en el capítulo N°2. Así como también existentes los potenciales turísticos como son: La Loma del Chapa, Minas, La Comuna de Uchuloma, Nero, Rio Zhucay, Bosque Nativo de Zhiñan, Páramos de Chan Chan, Loma de Huizhil, entre otros destinos naturales.

Servicios Sociales.-Dentro de los servicios sociales se tiene guarderías, resguardos policiales, junta parroquial.

Cultura.- En lo referente a infraestructura cultural la Parroquia de Baños tiene una carente infraestructura cultural ya que únicamente cuenta con una biblioteca y centros religiosos.

Medio ambiente natural.-Baños como la mayoría de Parroquias rurales del Cantón Cuenca cuenta con una gran variedad de recursos naturales, ya que cuenta con espacios verdes, bosques, montañas, ríos, aguas termales, entre otros.

4.2.1.1.2 Recursos Humanos

Uno de los factores estratégicos del desarrollo local es la adecuada y efectiva utilización de los recursos humanos disponibles. Para ello debe distinguir las características del mercado de trabajo como los niveles de actividad, composición de la fuerza de trabajo, nivel de formación y cualificación, experiencia profesional, disponibilidad de mano de obra, etc., de modo que se pueda aprovechar al máximo del recurso humano en conjunto con las tradiciones y costumbres que forman parte del patrimonio local de cada colectividad.



4.2.1.1.3 Recursos Económico-Financieros

Es importante destacar el papel fundamental que juega la empresa como agente económico en la creación de puestos de trabajo y de riqueza. La mayor parte de las políticas de desarrollo tienen como objetivo la promoción empresarial surgida de la iniciativa local, pues ello promueve la existencia de un entorno favorable a la emergencia de iniciativas. Esto supone la creación de empleos para y con la población existente y no tanto a la atracción de empresarios nuevos que no consideren los recursos humanos del sector. Para ello se debe tomar en cuenta las necesidades inmateriales no cuantificadas y de carácter social, cultural, mental, etc. de la comunidad para que se creen empresas selectivas y acordes al entorno, creando así un clima empresarial que asegure al máximo las condiciones de vida de los habitantes.

El financiamiento empresarial es uno de las mayores limitaciones del desarrollo local debido al aumento del coste de la actividad productiva, la dificultad de acceso a los mercados financieros y a las escasas políticas de apoyo. Lo fundamental para apoyar el emprendimiento local es la instrumentación de medidas financieras adecuadas a las necesidades de las empresas locales mediante el desarrollo de iniciativas privadas, públicas y mixtas encaminadas a atender las necesidades concretas de este tipo de empresas.

4.2.1.1.4 Recursos Técnicos

Si bien el desarrollo económico depende en gran medida de la renovación permanente de su base tecnológica, de su adaptación a los requerimientos concretos de las empresas y de la mejora continua de los procesos y productos, también es fundamental destacar que no todas las zonas están en las mismas condiciones ya que poseen su historia social y económica, tanto a nivel institucional como individual. Un factor importante es la cultura industrial de cada sector que debe ser tomada en cuenta para el establecimiento de políticas innovadoras.



La condición necesaria para poder implantar las nuevas tecnologías al desarrollo local es sin duda la difusión. Por lo tanto lograr un impacto efectivo del progreso tecnológico se debe tomar en cuenta que las políticas de innovación deben complementarse con políticas de transferencia y difusión de las nuevas tecnologías.

4.2.1.1.5 Recursos Socioculturales

El desarrollo local es considerado también un espacio de inserción de una comunidad que actúa sobre un territorio de acuerdo con unas prácticas, normas y valores pertenecientes a un fondo cultural que constituye su memoria colectiva⁵⁶. Por ello para lograr un desarrollo local también se debe considerar el desarrollo social y cultural, pues este incide significativamente a su progreso o fracaso.

4.2.1.2 Los agentes del desarrollo local

Para que exista un desarrollo local adecuado se da la necesidad de vincular desde la planificación a los agentes ligados al desarrollo, los cuales “en la formulación y ejecución de las políticas de desarrollo local cada uno de estos agentes y actores tienen un papel propio con que condicionarán de una u otra forma el resultado final de la actuación pública”⁵⁷.

Los actores de la planificación y ejecución no solo deben tomar en cuenta que llevar a cabo el desarrollo de un determinado sector requiere de la participación de agentes municipales de la zona sino que también se podría necesitar el apoyo de diversos organismos públicos y privados que inciden de forma importante sobre el desarrollo.

⁵⁶ ILPES, Ob. Cit. P 60.

⁵⁷ VAZQUEZ BARQUERO, A (1988), Desarrollo Local. Una estrategia..., Pg. 134



4.2.2 Análisis de la gestión turística hacia el desarrollo de la Parroquia

Baños

Es esencial primero destacar que para poder decir que el turismo representa una oportunidad de progreso económico para los hogares de la Parroquia Baños inmersos en la prestación de este servicio y poder analizar posteriormente sus condiciones en relación a esta actividad y a la gestión recibida, tuvimos que asegurarnos que los propietarios de los establecimientos en su mayoría fueran residentes de la Parroquia, lo cual si pudo llegar a asegurarse al conocer que en las encuestas a los establecimientos turísticos de la Parroquia, el porcentaje de propietarios de habitantes de Baños es del 72%. También pudo notarse que el tiempo que llevan viviendo en la Parroquia los propietarios, mayoritariamente está por encima de los 15 años⁵⁸.

En la entrevista realizada al presidente de la Junta Parroquial de Baños⁵⁹ en la que se abordó el tema del desarrollo del sector turístico para la Parroquia, el presidente mencionó que este progreso se logrará mediante la elaboración y consecución de planes y/o proyectos que se llevarán a cabo dentro de la parroquia, como también con la ayuda de ciertos mini proyectos de capacitación hacia los habitantes de la parroquia y los establecimientos que ofrecen servicios turísticos. Haciendo un análisis de la gestión turística de las autoridades competentes en algunos puntos en comparación a lo que afirman haber recibido propietarios y beneficiarios de la actividad turística en Baños podríamos destacar algunos puntos relevantes:

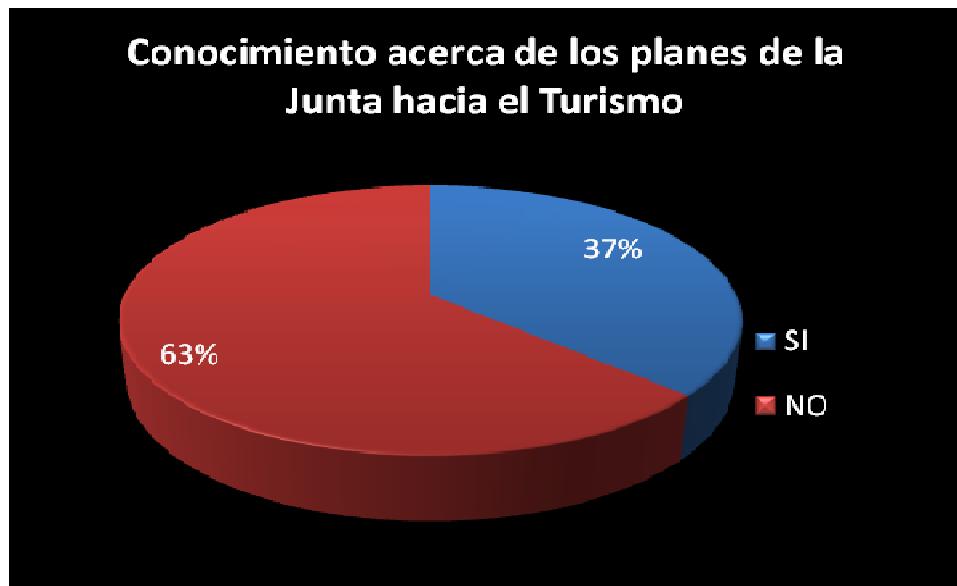
- a) Aunque el plan de desarrollo turístico para la Parroquia Baños todavía se encuentra en un proceso de elaboración ya tiene involucrado a los habitantes de la Parroquia Baños, pues en un avance de este plan pudimos notar que ya fueron efectuadas una serie de reuniones con distintos sectores de la población. Sin embargo mediante las encuestas realizadas a los establecimientos que

⁵⁸ Según información obtenida al momento de encuestar a los locales en la Parroquia Baños.

⁵⁹ Entrevista del presidente de la junta parroquial Prof. David Gutiérrez

ofrecen servicios turísticos dentro de la parroquia se pudo notar que existe un desconocimiento mayoritario dentro de la parroquia sobre los planes que tiene la Junta Parroquial hacia el sector turístico, como se puede notar en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 21



Fuente y elaboración: Los autores

Como se puede ver el 63% de los locales que brindan servicios turísticos tienen un desconocimiento total sobre los planes que tiene la parroquia hacia el sector turístico, y apenas un 37% conoce sobre algún plan o proyecto que tiene la Junta Parroquial para el sector. De este 37% de establecimientos que conoce acerca de los planes de la junta, solo un 16% de ellos participa de alguna manera con los planes o proyectos de mejora del sector dentro de la parroquia. Esto nos hace pensar que por más buenos que sean los proyectos y/o planes hacia el desarrollo de esta actividad, no existe el canal adecuado para dar a conocer dichos planes y por ello no se puede masificar el conocimiento total sobre dichas actividades hacia el beneficio económico de los habitantes dentro de la parroquia.



b) Un incremento en la calidad turística que pueda brindar algún sitio o establecimiento turístico debe tener en consideración capacidad del personal para ofrecer los servicios a los visitantes, ya que la atención al cliente es una puerta de entrada y salida de un lugar para ser o no catalogado como destino de preferencia al momento de la elección. En la parroquia Baños, los establecimientos encargados de brindar servicios turísticos afirman en un 47% de ellos que su personal recibió algún tipo de capacitación durante el año 2009, como se puede mirar en el gráfico N°22, con lo que se puede notar la carencia de apoyo en capacitación impulsada por las autoridades competentes, sobre todo al conocer también que en el 67% de los establecimientos que recibieron capacitación, esta fue brindada por parte de la misma empresa y un 33% fue otorgada por parte de entidades públicas sin contar la parroquia.

Gráfico N° 22



Fuente y elaboración: Los autores

Aunque el presidente de la Junta Parroquial de Baños aseguro también no haber brindado ningún tipo de capacitación como se comprobó en los resultados de las encuestas, este no descartó como ya mencionamos anteriormente la posibilidad de brindarla en el futuro y citó como la principal barrera para esta, la falta de apoyo y acogida por parte de la población; ya que algunos de ellos piensan que la junta busca algún tipo de contribución de su parte y hasta creen que busca quitarles sus terrenos. En este tema reconoció el presidente es muy importante llevar a cabo un proceso de motivación a los pobladores y también nosotros consideramos que es así ya que la capacitación al personal debe ser considerada continuamente si se quiere ser competitivos frente a los demás destinos turísticos existentes en el cantón Cuenca.

- c) Para lograr el adecuado desarrollo de la actividad turística, además la participación de los habitantes, comercios, y dirigentes de la parroquia, se necesita de gran manera la cooperación de organismos locales y nacionales, que están en capacidad de brindar cierto tipo de ayuda tanto económica como también técnica para el desarrollo de los sectores económicos, en este caso es

fundamental para el sector turístico dentro de la parroquia Baños. Luego de haber realizado el levantamiento de información sobre este tema se pudo notar que existe apoyo casi nulo hacia esta actividad en lo que respecta a los locales que brindan servicios turísticos dentro de la Parroquia, ya que como se puede ver el gráfico N°23, en el año 2009 apenas un 11% de estos locales recibió algún tipo de apoyo por parte de los organismos competentes. Los organismos que brindaron algún tipo de apoyo fueron: La Cámara de Turismo del Azuay, El Gobierno Provincial del Azuay y la misma Junta Parroquial.

Gráfico N° 23



Fuente y elaboración: Los autores

Debido a este tipo de situaciones, en donde no habido mayor apoyo por parte de los organismos locales encargados de velar por este sector dentro del cantón Cuenca, estas empresas al momento de valorar del 1 al 10⁶⁰ la gestión de los organismos locales⁶¹ en cuanto al apoyo al sector turístico dentro de la parroquia, se obtuvo un promedio de valoración de 4,47, por lo que se puede notar que existe un cierto grado de insatisfacción por la ayuda recibida.

⁶⁰ Siendo 1 el valor más bajo posible y 10 la mayor valoración.

⁶¹ Municipio de Cuenca, Gobierno Provincial, Junta Parroquial.



Ya que las empresas de servicios turísticos son un pilar fundamental para lograr un crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la parroquia, es decir alcanzar el desarrollo mediante la actividad turística dentro de la parroquia, debemos tener en consideración las percepciones que puedan tener estas empresas acerca del ambiente en donde ellas se desenvuelven para realizar su actividad. Es por ello que en combinación con las percepciones de los visitantes hacia la parroquia que consideramos también son importantes para tener un mejor desarrollo del turismo se pudo rescatar lo siguiente:

■ De acuerdo al criterio que las empresas tienen en lo que se refiere a los servicios que la Junta Parroquial debe mejorar para el desarrollo de la actividad económica dentro de la Parroquia, es decir para tener una mejor imagen y llamar así más la atención de los turistas a sus locales, ellas ordenaron de la siguiente manera como se mencionó en el capítulo 2, los servicios que la Junta debe dar prioridad:

1. Vialidad
2. Seguridad
3. Limpieza
4. Promoción
5. Capacitación

Es decir que las empresas piensan que en primera instancia se deben llevar a cabo obras para mejorar el ambiente de satisfacción que corresponde a la llegada de los turistas hacia la parroquia y luego que deberían llevar a cabo los mecanismos de promoción y capacitación para tener la oportunidad de poder hacer frente a la demanda que se pudiera generar luego de llevar a cabo estas obras.

■ En lo referente a la percepción que tienen los locales que ofrecen servicios turísticos sobre la concentración de la demanda, se puede notar que un 95%



(ver gráfico N° 3, capítulo 2) de ellos creen que la gran aglomeración de demanda se da en los balnearios, esto es porque la Parroquia Baños es básicamente conocida por las aguas termales, por lo que los otros servicios que ofrece estarían siendo vistos como complementarios, ya que como pudimos ver también en el capítulo 4 la gran mayoría de demandantes piensan que el principal destino turístico con el que cuenta la parroquia son los balnearios.

Teniendo en cuenta que si la mayoría de visitantes prefieren visitar la parroquia por los balnearios, entonces así mismo podemos notar la gran aglomeración de personas en estos destinos y en este sentido podemos destacar que algunos visitantes creen que deberían incrementarse el número de balnearios debido a estas aglomeraciones y otros en cambio optaron por sugerir otras opciones de visita, las cuales señalaremos más adelante.

- ➡ Aún en lo que respecta a la apreciación de los locales sobre las obras de infraestructura realizadas dentro de la parroquia para fomentar el turismo, se pudo notar que en el año 2009 han percibido una mejora significativa de la infraestructura básica, ya que en un 68% de ellos piensan que esto si se ha dado, teniendo en cuenta que también están valorando los trabajos que hasta la fecha se están realizando en las vías de acceso a la parroquia.

- ➡ En última instancia en lo que corresponde a la percepción que los visitantes de Baños tienen sobre los servicios que deberían ser mejorados podemos rescatar que un mayor porcentaje de votación tuvo la vialidad, sin embargo no muy por debajo de esta apreciación estuvo la importancia dada a los aspectos de seguridad, información y limpieza, entretenimiento durante el día. En tercer lugar podemos situar las opciones de mejoría en Baños públicos, y señalización durante el día (ver gráfico 19).



4.3 Efectos económicos y sociales.

4.3.1 Efectos económicos

4.3.1.1 Beneficios económicos para las empresas turísticas

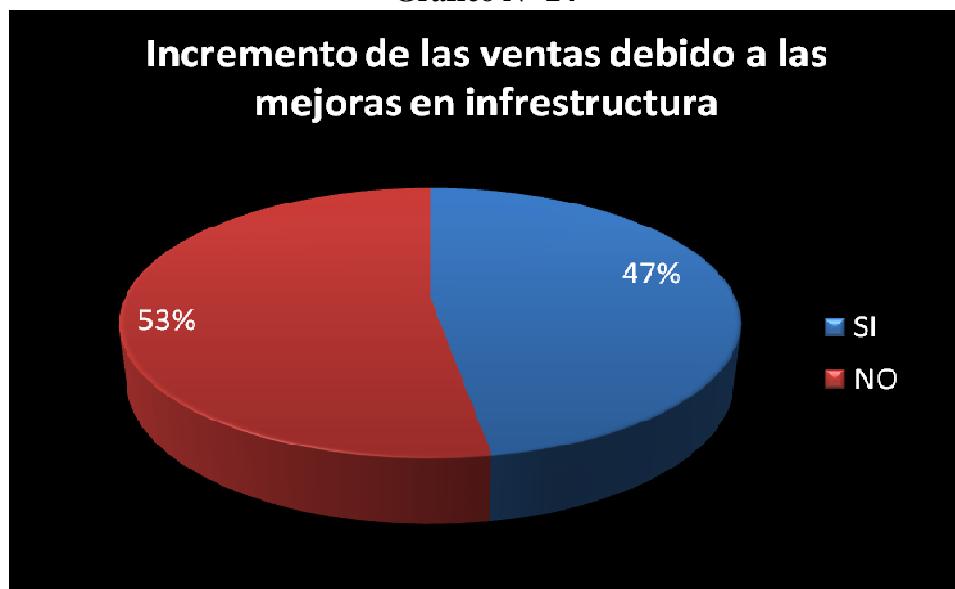
En primer lugar podemos mencionar que la actividad turística es un factor importante para la economía de los hogares que se encuentran inmersos en la actividad turística dentro de la Parroquia Baños, pues de acuerdo a las encuestas realizadas en los establecimientos turísticos de la Parroquia, la mayoría de sus propietarios (82%) tienen como actividad principal la prestación de servicios turísticos brindados por estos establecimientos. La gran importancia que tiene esta actividad para los dueños de los locales pudo notarse también al conocer que en el 72% de los establecimientos, sus propietarios no tienen otro tipo de ingreso más que el generado por estos.

En una evaluación del año 2009 con respecto al año 2008 el 44% de los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos afirmaron que su actividad económica fue mejor, seguido de un 37% que aseguro fue igual y únicamente para un 19% fue peor. Quizá los resultados económicos positivos del 2009 incentivarón a los propietarios de los locales a invertir en estos, pues como se mencionó en el capítulo 2 el 84%, es decir la mayoría de establecimientos realizaron inversiones en el año 2009, siendo la infraestructura el principal motivo de inversión. En lo que respecta a la valoración económica de ese año 2009, el 47% de los locales consideran que esta fue buena, seguido de un 41% que piensan que fue regular y un 12% que cree que fue mala. Sus perspectivas para el año 2010 con respecto al 2009 son en su mayoría condiciones de igualdad en la actividad económica del negocio.

Como se dijo anteriormente los establecimientos tienen la percepción de mejoría de las vías de acceso a la parroquia, lo cual puede fomentar la actividad turística dentro de Baños. Esto pudo comprobarse en las encuestas realizadas a los

locales turísticos de Baños, en donde un 47% de ellos notaron un incremento de sus ventas que estaban justificadas por la mejora en la infraestructura de la Parroquia, en cambio el 53% de ellos sostienen que no han visto incrementadas sus ventas por concepto de estas mejoras, tal como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 24



Fuente y Elaboración: Los autores

4.3.1.2 Beneficios económicos debidos a la generación de empleo para la población.

También es importante conocer como el turismo de forma indirecta contribuye al desarrollo local de Baños.

Si existe un alto porcentaje de empleados habitantes de la Parroquia Baños dentro de las instalaciones turísticas se colabora con el desarrollo local, pues dentro de la misma Parroquia se logra dar mejores condiciones vida a pobladores que aunque están inmersos en la actividad del turismo, no son los propietarios de propiamente de estas actividades. Con las encuestas realizadas a las empresas se pudo ver este beneficio del turismo, pues un 79% de los trabajadores de estas empresas



son habitantes de la parroquia de Baños, lo que significa que este tipo de empresas tienen abiertas las puertas laborables hacia los habitantes de la Parroquia. Como consecuencia de esto, tanto empresas como empleados pueden llegar a tener una conciencia de propiedad, es decir pueden ver como suyo el desarrollo de la actividad turística y con ello buscar el despliegue de las potencialidades de la Baños.

Teniendo la población de Baños conciencia de que el sector turístico es una fuente de desarrollo y de crecimiento económico, esta puede llegar a ser la principal promotora de ideas para nuevos negocios y dar valiosas ideas para fomentarlas.

Los beneficios económicos del turismo provenientes de la generación de empleo se vieron incrementados en el 2009 con la contratación de nuevo personal en las empresas turísticas, ya que como se ve en el gráfico N° 25, el 32% de estas contrató para el 2009 nuevo personal, es decir que la actividad frente al 2008 creció.

Gráfico N° 25



Fuente y elaboración: Los autores

Así mismo en un similar porcentaje las empresas pensaron contratar en un 32% nuevo personal para este año 2010, es decir que también este año el sector



turístico está creciendo dentro de la parroquia. Hay que considerar que este incremento de personal se da por un posible incremento en la actividad turística, pero este crecimiento es innato, ya que las empresas no presentan planes de que incentiven a los visitantes a regresar. No se han variado las actividades turísticas dentro de la parroquia, no hay nuevos tipos de turismo que los existentes desde muchos años atrás, entonces aquí vale preguntarnos ¿existe un incremento real de demanda ó las empresas están cubriendo la demanda insatisfecha? Como quiera que sea deberíamos considerar estos aspectos citados si se quiere mejorar la calidad de la oferta turística.

4.3.1.2.1 Beneficios económicos provenientes de futuras inversiones

Es notorio que los establecimientos están conscientes que existe un desfase entre lo ofertado y lo que desea recibir la demanda, y por ello aunque sea en forma lenta están buscando lograr una equidad entre estos dos puntos mediante la inversión para ampliar y/o mejorar la imagen de los negocios. Sin embargo no es suficiente la inversión en sentido. Satisfacer las exigencias de la demanda requiere de un proceso de reformulación profundo, en donde para mejorar la calidad de turismo estaríamos hablando de la creación de nuevos lugares turísticos, de ser competitivos en costos y de explotar los potenciales sitios ya existentes. El disponer de múltiples actividades turísticas para ofertar hará que el visitante permanezca más tiempo en la Parroquia disfrutando de las diversas alternativas que esta ofrecería.

Tomando en cuenta la inversión en nuevos sitios para Baños podemos señalar que las principales sugerencias brindadas por los visitantes, mediante las encuestas realizadas, son la creación de nuevos locales de comida nacional e internacional, de recorridos campestres el fin de semana y de locales de venta artesanías, además de la inversión en destinos turísticos naturales potenciales que a continuación se citan junto a los posibles locales complementarios hayan tenido o no una alta aceptación de parte de los encuestados.



Tabla Nº 4

Potenciales Turísticos	Posibles Locales Complementarios
Bosque Protector de Nero	Venta de Artesanías
Rivera del Rio Zhucay	Locales de Comida Nacional e Internacional
Bosque Nativo de Zhiñan	Heladerías y Cafeterías
Páramos de Chan Chan	Recorridos Campestres
Loma de Minas	Venta de Productos Medicinales.
Loma de Huizhil	
Uchuloma	

Elaboración: Los autores

4.3.2 Efectos Sociales

En este sentido debido al turismo podemos destacar dos puntos importantes:

- ➡ Se ha logrado mejorar la calidad de vida de las personas inmersas en esta actividad debido a la creación de empleo y sobre todo al beneficio que significa para los propietarios de los establecimientos dedicados al turismo. Sobre estos últimos incluso podemos añadir que el 67% de ellos afirmó tener un mejor nivel de vida gracias al turismo.

- ➡ Y por otro lado la presencia de discotecas y de hostales ha generado una serie de divergencias entre toda la población. Pues por un lado se piensa que esta presencia causa una imagen negativa de la Parroquia debido a que: primero los hostales no son usados para los fines con los que fueron constituidos sino como moteles y segundo el funcionamiento de las discotecas atrae el vandalismo y genera inseguridad. Por otra parte quienes poseen estos sitios, aunque refiriéndonos únicamente a las discotecas, creen que sus locales son principales fuentes de atracción turística y que los problemas de vandalismo no son provenientes de la presencia de estos, sino que se deben a que en general en Baños no existe la debida seguridad y control policial.



4.4 Desarrollo sustentable de los recursos turísticos.

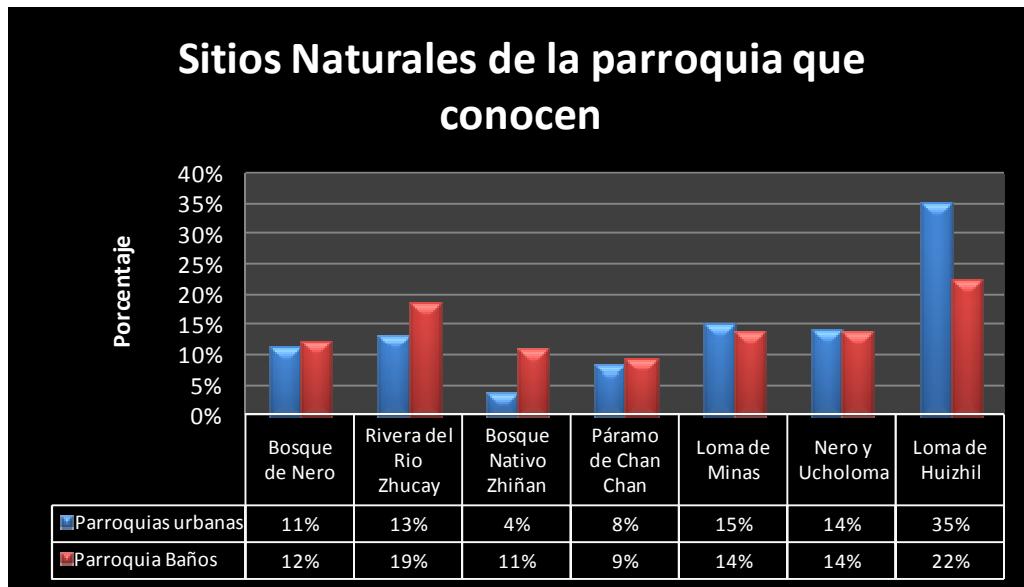
En este apartado es prescindible primero definir el significado de turismo sostenible y sustentable. Como turismo sostenible podemos definir que es “satisfacer en equilibrio las necesidades económicas, sociales, estéticas y que respete la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica, y los mecanismos de apoyo a la vida”. Como turismo sustentable podemos definir como: “aquel turismo que conserva los recursos para las generaciones presentes y para las generaciones futuras”.

Dichos conceptos mencionados con anterioridad toman importancia dentro de este estudio por el hecho que la Parroquia Baños cuenta con una gran variedad de recursos naturales ya que ha logrado ser reconocida por otras Parroquias de Cuenca y porque no decir también por ciertos cantones de Cuenca y ciertas ciudades del País por los múltiples beneficios de sus aguas termales que han hecho que anualmente cientos de visitantes lleguen a esta Parroquia para beneficiarse de estas aguas.

Consideramos que las aguas termales son actualmente la principal fortaleza que tiene la Parroquia para lograr su desarrollo local mediante el turismo. Sin embargo como veníamos mencionando en diversas ocasiones, Baños posee otras fortalezas naturales que no han sido explotadas todavía y mediante las cuales se podría obtener un progreso significativo para la población.

En el capítulo 2 mencionamos estos potenciales sitios y mediante la encuesta realizada tanto a las 15 parroquias urbanas del Cantón Cuenca como a los visitantes de la Parroquia deducimos que estos sitios son poco conocidos como se puede ver en el gráfico que sigue a continuación, en donde el sitio más conocido por decirlo así, es la Loma de Huizhil.

Gráfico N° 26



Fuente y elaboración: Los autores

Pese a que estos sitios todavía no son explotados de manera turística, la Junta Parroquial de Baños los está considerando en sus planes de desarrollo turístico. Para ellos se provee la ejecución de caminatas y cabalgatas que tengan determinados recorridos y que entorno a ellos puedan desarrollarse pequeños negocios para el mejor servicio al turista. Todo ello siendo conscientes que estos lugares deben tener el debido cuidado y protección ambiental de manera que sean aprovechados debidamente sin ser comprometidos a su destrucción y pérdida como destinos turísticos.

La Junta Parroquial de Baños dentro de su Plan de Desarrollo Turístico debe considerar el impulso hacia esta actividad en torno a un desarrollo sostenible y sustentable, y en conjunto con los distintos agentes⁶² trabajar en la ejecución de objetivos como:

⁶² Gobiernos, Comunidades locales, Turistas, Industrias y ONGs.



a) Objetivos de los gobiernos a favor del desarrollo turístico y sustentable.

- ✓ Trabajar conjuntamente con los empresarios en el establecimiento de políticas sustentables.
- ✓ Elaborar un programa de evaluación de impactos sobre los destinos turísticos.
- ✓ Proporcionar una política de incentivos que favorezca el crecimiento equilibrado.
- ✓ Controlar la capacidad de carga de los mismos e incluir al turismo en los planes de gobierno.

b) Objetivos de las comunidades locales

- ✓ Proporcionar interacciones culturales entre la comunidad y el visitante.
- ✓ Proporcionar servicios al visitante.
- ✓ Potenciar productos locales.
- ✓ Proteger normas culturales.

c) Objetivos de la industria turística

- ✓ Desarrollo equilibrado en el uso de terrenos, agua y bosques.
- ✓ Buen tratamiento de los residuos sólidos y líquidos.
- ✓ Proporcionar una guía o información a los turistas con el fin de orientarlos.
- ✓ Incorporar valores medioambientales en los procesos de decisión empresarial.

d) Objetivos de los turistas

- ✓ Elegir destinos con responsabilidad medioambiental.
- ✓ Integrarse en las comunidades autóctonas.
- ✓ Realizar actividades con escaso impacto.

e) Objetivos de las ONGs

- ✓ Participar en los comités de control medioambiental.
- ✓ Crear acciones de apoyo al turismo sustentable.
- ✓ Control de los impactos en las comunidades locales.



CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Introducción

En los últimos años el turismo está siendo considerado un eje de crecimiento económico de las naciones y más aún para las que se encuentran en procesos de desarrollo económico y social. Este aspecto de gran relevancia ya que al turismo hoy en día está pasando de a ser un producto de primera necesidad. El turismo de vacación cada vez está tomando mayor espacio, en donde muchas familias si en un año reciben menos ingresos o sus gastos se vuelven mayores intentarán ahorrar y /o a su vez disminuir los gastos que resulten menos importantes para ese año poder ir de vacaciones y relajarse por un tiempo determinado del año aunque esto también conlleve acceder algún tipo de crédito para satisfacer su necesidad de vacacionar.

Además el gobierno actual se enfoca en un desarrollo de la economía real, en donde un gran beneficiario es el sector turístico, ya que se están realizando obras de mejoramiento vial a nivel nacional, créditos al sector turístico⁶³, incremento en el presupuesto general del estado, mayores asignaciones a las juntas parroquiales, etc.

Teniendo en consideración los siguientes factores relevantes para el establecimiento del proceso turístico con los que cuenta la parroquia de Baños:

- Ubicación geográfica
- Historia, demografía y cultura
- Sitios Naturales
- Aguas Termales

⁶³ Diario el Mercurio correspondiente al día jueves 29 de abril de 2010 pág. 3B. www.elmercurio.com.ec



- Actividad Turística
- Demanda Turística
- Oferta Turística

Partiendo de este estudio realizado sobre el Turismo y su incidencia dentro de la Parroquia de Baños, y teniendo en cuenta los factores antes mencionados podemos aportar con algunas ideas para lograr un desarrollo efectivo, planeado, sostenible y sustentable de esta actividad uniendo criterios de crecimiento y desarrollo económico, con carácter de recomendación hacia los agentes que intervienen en todas las actividades sociales y económicas dentro de la Parroquia de Baños.

Con estos antecedentes podemos exponer recomendaciones que nos parecen que serán de gran utilidad y que deben ser tomadas en cuenta en los procesos de toma de decisiones a nivel empresarial, político, cultural y social; ya que se plantean puntos de vista en fortalezas y debilidades del sector turístico encaminado al desarrollo local de la Parroquia Baños, así como también ideas para proyectos de inversión y sociales dentro de la parroquia.

5.2 Conclusiones

- La Parroquia Baños es uno de los mayores atractivos que tiene la provincia del Azuay sobre todo muy conocida por los múltiples beneficios de sus aguas termales, es por ello que mensualmente tiene un promedio de visita de 3500 turistas tanto nacionales como extranjeros, quienes mientras disfrutan de su estadía en ella tienen a su disposición hosterías, residenciales y locales de comida en donde se ofrecen un variedad de comida en su mayoría típica
- En lo que respecta a la oferta pudimos notar que en la Parroquia existe un cierto tipo de oligopolio en lo referente a la potestad de las aguas termales, pues estas únicamente están en manos de tres dueños y el acceso a la



explotación de este recurso por parte de otros inversionistas es prácticamente imposible. Por otra parte se nota también que la mayoría de propietarios de los locales turísticos son residentes de la Parroquia Baños, lo que supone una ventaja para el desarrollo local de la Parroquia al ser el turismo una oportunidad de obtener una mejor calidad de vida para los habitantes dedicados a esta actividad.

- La inversión jugó un papel importante en el 2009 para el desarrollo de la actividad turística ya que el 84% de los establecimientos turísticos realizaron inversiones en este año. La mayor parte de estas inversiones fueron en infraestructura.
- En la actual administración de la Parroquia se está considerando al turismo como uno de los factores de gran importancia para el desarrollo de la misma. Es por ello que se está elaborando un plan de desarrollo turístico que contempla dentro de sí inversiones en: capacitación, infraestructura sobre todo vial, limpieza y la búsqueda de nuevas posibilidades de oferta.
- Se puede notar que Baños tiene gran potencial turístico ya que cuenta con enormes recursos naturales por explotar, las principales opciones naturales a ser consideradas son:
 - Rivera del río Zhucay
 - Bosque protector de Nero
 - Bosque nativo de Zhiñan
 - Paramos del Chan Chan
 - Loma de Minas visión desde Nero y Ucholoma
 - Loma de Huizhil
- En lo que respecta a la demanda pudimos apreciar en su mayoría (88%), los habitantes del casco urbano de la ciudad de Cuenca han visitado por lo



menos una vez la Parroquia Baños. Los principales motivos de visita son la influencia de amigos y familiares, el deporte, la salud y el pasatiempo. La cercanía al lugar de residencia y los atractivos únicos en la ciudad fueron considerados los principales criterios de influencia en la visita frente a otros atractivos turísticos en Cuenca. Y de acuerdo a la percepción de los turistas, los balnearios son el principal atractivo turístico que tiene Baños.

- Los ingresos turísticos para la Parroquia se generan de dos fuentes: en primer lugar mediante los ingresos provenientes de los visitantes, estos en el año 2009 dejaron aproximadamente \$233.100,00 de ingresos mensuales para la Parroquia y en segundo lugar por medio del aporte de los balnearios de 5 centavos por turista que ingresa a ellos, lo cual generó en el año 2009 un ingreso de \$22.000,00.
- Según la percepción de los turistas, los principales servicios que deben ser mejorados en la parroquia son la limpieza, la seguridad, la información y la vialidad y deberían fomentarse los recorridos campestres en fin de semana, locales de comida nacional e internacional, las heladerías y cafeterías y la venta de artesanías. En los que respecta a los precios, la mayor parte de los visitantes los considera justos. El promedio de satisfacción recibida en la visita a la Parroquia es de 8/10.
- Pese a que el plan de desarrollo turístico que actualmente se está elaborando ya contempla ciertos sectores de oferta turística y que inclusive la Junta Parroquial llevó a cabo reuniones con estos, se pudo notar el desconocimiento de estos últimos en cuanto a los planes y proyectos que se llevarán a cabo. Por otra parte también se pudo evidenciar la falta de apoyo por parte de los organismos encargados del desarrollo turístico hacia los establecimientos.



- Aunque el desarrollo turístico en la Parroquia Baños tiene algunas falencias, podemos concluir finalmente que esta actividad es de gran importancia para su desarrollo local pues es representa la única fuente de ingresos para la mayoría de propietarios de establecimientos turísticos, además de la oportunidad de empleo que ha generado para sus habitantes y de las grandes oportunidades de inversión que podría establecer si dentro del Plan de Desarrollo Turístico se lleva a cabo el fomento a las alternativas de establecimientos antes mencionados y la explotación de los sitios naturales que posee Baños.

5.3 Recomendaciones

- Se recomienda a las autoridades y habitantes de la parroquia expandir los horizontes turísticos, es decir buscar diversidad, ya que como planteamos en un inicio de este punto que Baños cuenta con los factores necesarios para un despliegue turístico. Se debe buscar de depender únicamente de los recursos provenientes de los balnearios.
- Se debe buscar incorporar estos sitios naturales dentro de la oferta turística real, y así lograr una integración económica con las comunidades de estos sectores orientadas al desarrollo humano.
- Así mismo orientado hacia nuevos rumbos despliegue turístico se deberá tomar en cuenta nuestro aporte sobre los posibles locales complementarios para el desarrollo de la actividad turística, los que no son existentes dentro de la parroquia, en donde mediante la elaboración de proyectos y mediante la investigación de mercados sobre la factibilidad de creación de alguno de ellos, se puede obtener resultados de nuevos microempresarios dentro Baños, y por ende se estará colaborando con el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes si se busca la creación de estos negocios:



- Venta de artesanías
 - Locales de comida Nacional e Internacional
 - Heladerías y Cafeterías
 - Venta de Productos medicinales
 - Sitios Naturales
 - Recorridos campestres el fin de semana
- ✚ Se deben buscar además la elaboración de proyectos a partir de un objetivo común, mediante la planificación adecuada para que los recursos turísticos naturales con los que cuenta la Parroquia de Baños pueda ser usada por Baños y sus habitantes, es decir que no vuelva a ocurrir lo que sucedió con las aguas termales y se llegue a un oligopolio privatizador de los recursos naturales, por lo que se deben establecer las Geno y Feno-estructuras, nodos críticos y tablas de participación social encaminados al ordenamiento y ejecución de obras, planes y proyectos reales y duraderos tanto en términos económicos (crecimiento y desarrollo), como también en términos culturales, sociales, ancestrales, naturales, etc. Encaminando de esta forma el desarrollo de la actividad turística de la Parroquia de Baños al Largo Plazo, estaremos hablando de esta parroquia como un polo de desarrollo en términos de calidad de vida, conservación del medio ambiente y de ejecuciones sostenibles y sustentables a través del tiempo.
- ✚ Se puede establecer también los lineamientos más importantes para el turista dentro de su visita a la parroquia de Baños, en donde ellos han establecido que la Junta Parroquial debe centrarse más en la resolución de problemas como:
- Vialidad
 - Seguridad
 - Limpieza



- Promoción
- Capacitación

Entonces mediante la resolución de estos problemas se puede atender de mejor manera y saciar en cierta forma las expectativas del turista (las cuales pueden llegar a ser infinitas), y crear un efecto de bola de nieve creciente en donde Baños cada vez se vuelva más popular dentro del Azuay y del Ecuador.

Y por último se aporta a todos los locales de servicios turísticos dentro de la parroquia de Baños, ya que pueden establecer la diferencia entre lo que ellos ofrecen y quieren ofrecer contrastándolo contra lo que los turistas reciben y están dispuestos a recibir.

Para finalizar, terminamos refiriéndonos a que estamos seguros que esta investigación tiene gran aporte y una gran importancia para la Parroquia de Baños, ya que sirve como aporte y base para futuros estudios sobre el tema. Trabajos como este son pioneros en relacionar al turismo con el desarrollo local ya que brindan todo tipo de información –en especial de fuentes primarias- facilitando posibles estudios sobre la misma temática a futuro.



BIBLIOGRAFÍA

MOCHÓN MORCILLO FRANCISCO, 2004, Economía y Turismo, Edit. Impresa, Madrid.

OLALLA CELESTINO, Turismo como factor de desarrollo, En revista: "Otro mundo es posible", N°41, Febrero-Marzo 2009, Madrid.

PERDICES DE BLAS LUIS, 2003, Historia del pensamiento económico, Edit. Síntesis Editorial S.A. Madrid.

SALVATORE, DOMINICK, 1992, Economía internacional, Edit. McGraw-Hill, Bogotá

SEGURA GUSTAVO J., 2003, Ecuador: Elaboración de un Plan de Acción Gubernamental para mejorar la competitividad del conglomerado de turismo ECCSS214

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, 2006, El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID, Edit., D.C.

CEPAL, 2004, Desarrollo económico local y descentralización en América Latina.

CEPAL /GTZ, 2001, Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo, Santiago de Chile.

CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, 2005, Ley de Turismo, Reglamento y legislación conexa, Edit. Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito.

CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, Leyes de Fomento Industrial, Pequeña Industria, Parques Industriales, Turismo, Régimen de Maquila, Zonas Francas, Automotriz, Marina y Reglamentos, Edit. Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito.

JUNTA PARROQUIAL DE BAÑOS, 2004, Plan Estratégico de Gestión Turística de la Parroquia Baños 2009.

INSTITUTO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL, 1999, Manual de Desarrollo Local, Santiago de Chile.

MINISTERIO DE TURISMO – OMT – PNUD, 2004, Plan de Competitividad Turística del Ecuador.

MINISTERIO DE TURISMO, 2004, Plan estratégico de turismo de Cuenca "Cuenca 2.010", Cuenca.



MINISTERIO DE TURISMO, 2007, Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador.

MINISTERIO DE TURISMO, Catastro de Establecimientos Turísticos del Azuay

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 2004, Código ético mundial para el turismo, Edit. Universidad de Cuenca, Programa de Turismo y Gastronomía, Cuenca.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 1995, Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo.

PÉREZ DE LAS HERAS MÓNICA, 2004, Manual del turismo sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable, Edit. Ediciones Mundi-Prensa Madrid.

VAZQUEZ BARQUERO, A (1988), Desarrollo Local, una estrategia

Páginas Web

Asociación de Juntas Parroquiales del Azuay: www.ajupa.gov.ec

Gobierno local de la Parroquia Baños: www.parroquiabanos.gov.ec

Biblioteca Virtual: es.wikipedia.org/wiki/Turismo

Diarios: www.elmercurio.com.ec, jueves 29 de abril 2010pág. 3B



Anexos



ANEXOS CAPÍTULO 2

Anexo 1: Formato de la encuesta aplicada a los establecimientos turísticos de la Parroquia

UNIVERSIDAD DE CUENCA		
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS		
TEMA TESIS: "INCIDENCIA DEL SECTOR TURISTICO EN EL DESARROLLO LOCAL DE LA PARROQUIA BAÑOS CANTON CUENCA"		
Estimado encuestado, somos egresados de la Universidad de Cuenca, en la Carrera de Economía. La presente encuesta además se ser un medio para lograr obtener nuestro título, tiene como propósito dar una descripción de la Oferta Turística de la Parroquia Baños. Es por lo que se les solicita nos ayuden llenando la presente encuesta con la mayor veracidad posible y así poder tener datos cercanos a la realidad.		
ENCUESTA		
I.- INFORMACIÓN GENERAL		
IDENTIFICACIÓN.	Fecha:..... Nombre del Establecimiento:..... Dirección:.....	
2.- Tipo de Organización: 1 Persona Natural <input type="checkbox"/> 2 Persona Jurídica <input type="checkbox"/>	3.- El Establecimiento es: 1 Principal <input type="checkbox"/> 2 Sucursal <input type="checkbox"/>	4.- El Local donde funciona es: 1 Propio <input type="checkbox"/> 2 Arrendado <input type="checkbox"/> 3 Cedido <input type="checkbox"/>
5.- ¿Su local lleva contabilidad? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	6.- Cuenta usted con los siguientes servicios tecnológicos: <input type="checkbox"/> 1 Fax <input type="checkbox"/> 2 Página web <input type="checkbox"/> 3 E-mail <input type="checkbox"/> 4 Tarjetas de presentación <input type="checkbox"/> 5 Calefacción <input type="checkbox"/> 6 Alarmas <input type="checkbox"/> 7 Detector de humo <input type="checkbox"/> 8 Teléfono <input type="checkbox"/> 9 Plantas eléctricas <input type="checkbox"/> 10 Tanques de reserva de agua <input type="checkbox"/> 11 Vehículos de transportes <input type="checkbox"/> 12 Lavadoras, secadoras.	
7.- Marque con una X, los servicios que su establecimiento ofrece: en cuanto a servicios turísticos: Balnearios <input type="checkbox"/> Hospedaje <input type="checkbox"/> Entretenimiento <input type="checkbox"/> Alimentación <input type="checkbox"/>		
8.- ¿Cuenta usted con algún mecanismo de promoción para que los clientes regresen a su negocio nuevamente? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
9.- Está usted afiliado a: Cámara de Turismo <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Cámara de Comercio <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Cámara de la Pequeña Industria <input type="checkbox"/>		
10.- ¿El propietario de este local es habitante de la parroquia Baños? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
Baños		



DESARROLLO													
11.- ¿Conoce usted sobre los planes que tiene la Junta Parroquial sobre el turismo?					18.- Valore del 1 al 10 (siendo el 1 el menos valorado y el 10 el mas valorado), la gestión de los Organismos Locales (Municipio de Cuenca, Gobierno Provincial, Junta Parroquial), en cuanto al apoyo al sector turístico.								
Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		1 2 3 4 5 6 7 8 9 10									
12.- ¿Tiene alguna participación en los planes Turísticos que lleva a cabo la Junta Parroquial?													
Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>											
13.- ¿En el año anterior, ha recibido algún tipo de apoyo algún de algún organismo encargado del desarrollo turístico?					19.- Ordene según su criterio los servicios que la Junta Parroquial debería priorizar (En donde el 1 sería el servicio que debería tener mayor prioridad):								
Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		<table><tr><td>Vialidad <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Seguridad <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Limpieza <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Promoción <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Capacitación <input type="checkbox"/></td></tr></table>					Vialidad <input type="checkbox"/>	Seguridad <input type="checkbox"/>	Limpieza <input type="checkbox"/>	Promoción <input type="checkbox"/>	Capacitación <input type="checkbox"/>
Vialidad <input type="checkbox"/>													
Seguridad <input type="checkbox"/>													
Limpieza <input type="checkbox"/>													
Promoción <input type="checkbox"/>													
Capacitación <input type="checkbox"/>													
14.- Caso de haber respondido el numeral anterior en forma afirmativa: Indique de cual de los siguientes organismos recibió el apoyo					20.- ¿Participaría usted en un programa de publicidad turística hacia la Parroquia?								
Ministerio de turismo <input type="checkbox"/>		Municipio de Cuenca <input type="checkbox"/>		<table><tr><td>Si <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>No <input type="checkbox"/></td></tr></table>					Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			
Si <input type="checkbox"/>													
No <input type="checkbox"/>													
Cámara de turismo <input type="checkbox"/>		Junta Parroquial <input type="checkbox"/>											
Fundación Municipal de Turismo <input type="checkbox"/>		Otros (indique)											
15.- ¿Su personal ha recibido algún tipo de capacitación en el año 2009?					21.- Caso de haber respondido el numeral anterior en forma afirmativa: ¿Cuál sería el monto mensual que usted estuviese dispuesto a pagar?								
Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>									
16.- ¿Cuál fue el organismo encargado de la brindar la capacitación?					22.- ¿En que actividad turística piensa usted que se concentra la mayor cantidad demanda?								
1 La empresa <input type="checkbox"/>		2 Entidades públicas(excepto la parroquia) <input type="checkbox"/>		<table><tr><td>Balnearios <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Entretenimiento <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Hospedaje <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Alimentación <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Otros <input type="checkbox"/></td></tr></table>					Balnearios <input type="checkbox"/>	Entretenimiento <input type="checkbox"/>	Hospedaje <input type="checkbox"/>	Alimentación <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>
Balnearios <input type="checkbox"/>													
Entretenimiento <input type="checkbox"/>													
Hospedaje <input type="checkbox"/>													
Alimentación <input type="checkbox"/>													
Otros <input type="checkbox"/>													
3 La parroquia <input type="checkbox"/>													
17. ¿Cuál (es) cree usted que puede(n) ser la(s) barrera(s) para lograr el crecimiento de la actividad turística en la parroquia?					23.- ¿Piensa usted que para fomentar el turismo se ha mejorado la infraestructura básica (luz, agua, teléfono, vías) en la Parroquia ?								
.....					<table><tr><td>Si <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>No <input type="checkbox"/></td></tr></table>					Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>		
Si <input type="checkbox"/>													
No <input type="checkbox"/>													
.....													
.....													
24.- Si respondió Si al numeral anterior: ¿Cree usted que mediante este fomento al sector turístico se han incrementado las ventas de su negocio?													
					<table><tr><td>Si <input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>No <input type="checkbox"/></td></tr></table>					Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>		
Si <input type="checkbox"/>													
No <input type="checkbox"/>													



ECONÓMICO			
25.- ¿Invirtió usted en el año 2009 en su negocio?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
26.- De la inversión realizada que porcentaje destinó a:	1 Infraestructura <input type="checkbox"/> 2 Tecnología <input type="checkbox"/> 3 Capacitación al personal <input type="checkbox"/> 4 Contratación nuevo personal <input type="checkbox"/> 5 Publicidad <input type="checkbox"/> 6 Otros (Especifique) <input type="checkbox"/>		
27.- ¿Cómo valora la actividad económica de su negocio en el año 2009?	Pésima <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/>		
28.- Con respecto al año 2008, en el año 2009 la actividad económica de su negocio fue:	Peor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Mejor <input type="checkbox"/>		
29.- ¿Además de este negocio, tiene usted algún otro tipo de ingresos?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
30.- Como cree usted que serán sus ventas en el año 2010 respecto al año 2009?	Menores <input type="checkbox"/> Iguales <input type="checkbox"/> Mejores <input type="checkbox"/>		
31.- ¿Piensa usted que el Turismo ha mejorado su calidad de vida?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
32.- ¿Como mira usted al desarrollo el Turismo de la Parroquia Baños?		
33.- ¿Cree usted que con apoyo del Gobierno Nacional y Local hacia el Turismo mejoraría su situación económica?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
34.- ¿Aproximadamente cuanto tiempo vive usted en la Parroquia? Años		
35.- ¿Es este local la principal actividad económica del propietario?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
36.- Caso de haber respondido el numeral anterior en forma negativa: La principal actividad económica del propietario se realiza:	Dentro de la Parroquia <input type="checkbox"/> Fuera de la Parroquia <input type="checkbox"/>		
37.- Si su principal actividad económica se da dentro de la parroquia, dentro de que sector se encuentra?	Agrícola <input type="checkbox"/> Industrial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>		
38.- ¿Que tiempo de funcionamiento tiene este local? Años		
EMPLEO			
39.- ¿Qué porcentaje del total de sus empleados habita en la Parroquia Baños?		
40.- Usted contrató nuevo personal para su negocio en el año 2009?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
41.- Piensa usted contratará nuevo personal para su negocio en el año 2010?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
42.- ¿Cuáles son los principales gastos en los que incurre su negocio?	Servicios Básicos <input type="checkbox"/> Materia Prima <input type="checkbox"/> Salarios <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Impuestos <input type="checkbox"/>		
43.- El financiamiento de su negocio lo ha realizado a través de:	Ahorros propios <input type="checkbox"/> Prestamos de amigos <input type="checkbox"/> Préstamos Bancarios <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> Préstamos de Cooperativas <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>		



ALOJAMIENTO								BALNEARIOS							
44- Señale que días a la semana el establecimiento oferta sus servicios de hospedaje								50- Señale que días a la semana el establecimiento oferta sus servicios de balnearios.							
Toda la Semana	Lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	Toda la Semana	Lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
45. ¿Cuál o cuales han sido los días en que han habido mayor afluencia de demandantes?								51.- ¿Cuál o cuales han sido los días en que han habido mayor afluencia de demandantes?							
Toda la Semana	Lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	Toda la Semana	Lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
46.- ¿Qué porcentaje en relación con las ventas totales anuales representa para ustedes el servicio de hospedaje?								52.- ¿Qué porcentaje en relación con las ventas totales anuales representa para ustedes el servicio de balnearios?							
ENTRETENIMIENTO								ALIMENTACIÓN							
47.- Señale que días a la semana el establecimiento oferta sus servicios.								53.- Señale que días a la semana el establecimiento oferta sus servicios en alimentación.							
Toda la Semana	Lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	Toda la Semana	Lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
48. ¿Cuál o cuales han sido los días en que han habido mayor afluencia de demandantes?								54. ¿Cuál o cuales han sido los días en que habido mayor afluencia de demandantes?							
Toda la Semana	Lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	Toda la Semana	Lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
49.- ¿Qué porcentaje en relación con las ventas totales anuales representa para ustedes el servicio de entretenimiento?								55.- ¿Qué porcentaje en relación con las ventas totales anuales representa para ustedes el servicio de alimentación?							
56.- ¿Cuáles son los meses que tienen mayor afluencia de visitantes hacia su negocio?								CENTRO DE INVESTIGACIONES Y TESIS DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
								TEMA TESIS: "Incidencia de la Actividad Turística en el Desarrollo Local de la Parroquia Baños del Cantón Cuenca"							
								DIRECTOR DE TESIS: Econ. Santiago Pozo. Telf: 405-1140							
								Nombre del Encuestador: _____							
								Encuesta #: _____							



Anexo2: Tabulación de Encuestas de la Oferta: Información General

Tabla N° 1

Tipo de pregunta	Opciones	Encuestados eligieron esta opción	Porcentaje
ORGANIZACIÓN	NATURAL	13	68%
	SOCIEDAD	6	32%
ESTABLECIMIENTO	PRINCIPAL	18	95%
	SUCURSAL	1	5%
PROPIEDAD	PROPIO	14	74%
	ARRENDADO	5	26%
	CEDIDO	0	0%
CONTABILIDAD	SI	13	68%
	NO	6	32%
SERVICIOS QUE OFERTA	BALNERIOS	4	21%
	ENTRETENIMIENTO	9	47%
	HOSPEDAJE	11	58%
	ALIMENTACIÓN	12	63%
TECNOLOGIA DISPONIBLE	FAX	4	21%
	WEB	4	21%
	MAIL	5	26%
	TARJETAS	8	42%
	CALEFACCION	5	26%
	ALARMAS	9	47%
	DETECTOR DE HUMO	12	63%
	TELEFONO	15	79%
	PLANTAS ELECTRICAS	9	47%
	TANQUES DE AGUA	16	84%
MECANISMOS DE PROMOCION	VEHICULOS DE TRANSP.	7	37%
	LAVADORA-SECADORA	9	47%
AFILIACION	SI	10	53%
	NO	9	47%
PROPIETARIO HABITANTE DE LA PARROQUIA	CAMARA DE TURISMO	14	74%
	CAMARA DE COMERCIO	6	32%
	CAMARA DE PEQ. IND.	2	11%
	OTROS	2	11%
	NINGUNA	4	21%



Anexo 3: Tabulación de Encuestas de la Oferta: Información de Desarrollo

Tabla N° 2

Tipo de pregunta	Opciones	Encuestados eligieron esta opción	Porcentaje
CONOCIMIENTO DE LOS PLANES DE LA JUNTA	Si	7	37%
	No	12	63%
PARTICIPACION EN LOS PLANES DE LA JUNTA	Si	3	16%
	No	16	84%
APOYO DE ORGANISMOS COMPETENTES	SI	2	11%
	No	17	89%
ORGANISMOS QUE APOYARON	Ministerio de turismo		0%
	Cámara de turismo	1	5%
	Fundación Municipal de Turismo		0%
	Gobierno Provincial del Azuay	1	5%
	Municipio de Cuenca		0%
	Junta Parroquial	1	5%
CAPACITACION EN EL 2009	Otros (indique)		0%
	Si	9	47%
	No	10	53%
ORGANISMO QUE BRINDO LA CAPACITACION	La empresa	6	67%
	Entidades públicas(excepto parroquia)	3	33%
	La parroquia	0	0%
DECISION DE PARTICIPAR EN PROGRAMAS DE	Si	5	26%
	No	14	74%
DECISION DE PAGAR POR PUBLICIDAD	Si	9	64%
	No	5	36%



Anexo 4: Tabulación de Encuestas de la Oferta: Percepciones

Tabla N° 3:

Valoración de la gestión de las autoridades encargadas del turismo

Valoración	Encuestados eligieron esta opción	Calificación
1	5	5
2	1	2
3	1	3
4	0	0
5	3	15
6	2	12
7	1	7
8	3	24
9	1	9
10	0	0
TOTAL	17	77
PROMEDIO		4.52941176

Tabla N° 4

Servicios que la Junta Parroquial debería priorizar

Servicios priorizados	Valor Promedio
VIALIDAD	2,2105
SEGURIDAD	2,6316
LIMPIEZA	3,0000
PROMO CIÓN	3,5263
CAPASITACIÓN	3,6316



Tabla N° 5

Percepciones acerca de la demanda

Tipo de pregunta	Opciones	Encuestados eligieron esta opción	Porcentaje
CONCENTRACION DE DEMANDA	Balnearios	18	95%
	Hospedaje	3	16%
	Entrenimiento	3	16%
	Alimentación	4	21%
	Otros	0	0%
PARA EL TURISMO SE MEJORÓ LA INFRAESTRUCTURA	Si	13	68%
	No	6	32%
LA INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA MEJORÓ LAS VENTAS	Si	9	47%
	No	10	53%



Anexo 5: Tabulación de Encuestas de la Oferta: Información Económica

Tabla N° 6

Tipo de pregunta	Opciones	Encuestados eligieron esta opción	Porcentaje
Inversion 2009	Si	16	84%
	No	3	16%
TIPO DE INVERSION	Infraestructura	14	88%
	Tecnología	8	50%
	Capacitación	5	31%
	Personal	8	50%
	Publicidad	6	38%
	Otros	4	25%
VALORACION DE LA ACTICITVIDAD ECONOMICA 2009	Pésima	0	0%
	Mala	2	12%
	Regular	7	41%
	Buena	8	47%
	Excelente	0	0%
VALORACIÓN 2008 VS 2009	Peor	3	19%
	Igual	6	38%
	Mejor	7	44%
OTROS INGRESOS DEL PROPIETARIOS	Si	5	28%
	No	13	72%
ESPECTATIVAS PARA EL 2010	Mayores	7	39%
	Iguales	8	44%
	Menores	3	17%
EL TURISMO MEJORA SU CALIDAD DE VIDA	Si	12	67%
	No	6	33%
MEJORES INGRESOS GRACIAS AL APOYO	Si	17	94%
	No	1	6%
TURIMO PRINCIPAL ACTIVIDAD DEL PROPIETARIO	Si	14	78%
	No	5	28%
PRINCIPAL ACTIVIDAD DEL PROPIETARIO	Dentro de Baños	3	75%
	Fuera de Baños	1	25%
PRINCIPAL ACTIVIDAD: SECTOR	AGRICOLA	0	
	COMERCIAL	2	50%
	INDUSTRIAL	0	
	OTROS	2	50%



Anexo 6: Tabulación de Encuestas de la Oferta: Empleo e inversión

Tabla N° 7

Tipo de pregunta	Opciones	Encuestados eligieron esta opción	Porcentaje
CONTRATO PERSONAL EN EL 2009	Si	6	32%
	No	13	68%
CONTRATARÁ PERSONAL EN EL 2010	si	6	32%
	No	13	68%
PRINCIPALES GASTOS	Servicios Básicos	11	58%
	Salarios	10	53%
	Impuestos	8	42%
	Materia Prima	10	53%
	Otros	1	5%
FINANCIIMIENTO DEL NEGOCIO	Propio	9	47%
	Bancos	8	42%
	Cooperativas	2	11%
	Amigos	1	5%
	Familiares	2	11%
	Otros	0	0%

Anexo 7: Días de oferta de servicios en los establecimientos turísticos

Tabla N° 8

Servicios		Toda la semana	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
HOSPEDAJE	Número de Establ.	10	1	1	1	1	1	1	0
	Porcentaje	91%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	0%
ENTRETENIMIENTO	Número de Establ.	4	0	0	0	1	4	4	3
	Porcentaje	50%	0%	0%	0%	13%	50%	50%	38%
BALNEARIOS	Número de Establ.	4	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentaje	100%	0	0	0	0	0	0	0
ALIMENTACIÓN	Número de Establ.	10	0	1	1	1	1	1	1
	Porcentaje	91%	0%	9%	9%	9%	9%	9%	9%

Anexo 8: Días de afluencia de visitantes en los establecimientos turísticos

Tabla N° 9



Servicios			Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
HOSPEDAJE	oferta	1	1	0	0	2	8	8	4
	Afluencia	9%	9%	0%	0%	18%	73%	73%	0,3636364
ENTRETENIMIENTO	Oferta	0	1	0	0	1	4	6	3
	Afluencia	0%	13%	0%	0%	13%	50%	75%	38%
BALNEARIOS	oferta	0	0	0	1	1	1	3	3
	Afluencia	0%	0%	0%	25%	25%	25%	75%	75%
ALIMENTACIÓN	oferta	2	1	0	0	1	4	6	7
	Afluencia	18%	9%	0%	0%	9%	36%	55%	64%

Anexo 9: Porcentaje de las ventas totales que representa cada servicio para el dueño

Tabla N° 10

Servicios	Promedio
HOSPEDAJE	54%
ENTRETENIMIENTO	56%
BALNEARIOS	59%
ALIMENTACIÓN	54%

Anexo 10: Meses de mayor afluencia de demandantes

Tabla N° 11

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem.	Octubre	Noviem.	Diciem.
Número de	1	5	1	3	3	2	7	10	2	0	3	4
Porcentaje	7%	33%	7%	20%	20%	13%	47%	67%	13%	0%	20%	27%



ANEXOS DEL CAPÍTULO 3

Anexo 11: Encuesta realizada a las 15 Parroquias del Casco Urbano del Cantón Cuenca.

UNIVERSIDAD DE CUENCA	
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	
Tema Tesis: "Incidencia del Sector Turístico en el Desarrollo Local de la Parroquia Baños-Cantón Cuenca"	
ENCUESTA DIRIGIDA A LA CIUDADANIA DE CUENCA	
Estimado encuestado la presente encuesta tiene como objeto conocer la Demanda Turística de la Parroquia Baños para la realización de nuestra tesis. Se le solicita nos ayuden llenando la encuesta con la mayor veracidad posible.	
1. Sexo Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>	10. ¿Cuál es la razón por la que usted normalmente visita Baños? Por influencia de Familiares y amigos <input type="checkbox"/> Por anuncios en el Internet <input type="checkbox"/> Por que es su costumbre <input type="checkbox"/> Por la prensa o radio <input type="checkbox"/> Por tratamientos medicinales <input type="checkbox"/>
2. Edad <input type="text"/>	
3. Estado Civil Casado(a) <input type="checkbox"/> Soltero(a) <input type="checkbox"/> Divorciado(a) <input type="checkbox"/>	
4. Lugar del que proviene País <input type="text"/> Provincia <input type="text"/>	
5. Profesión: Estudiante <input type="checkbox"/> Empleado Público o Privado <input type="checkbox"/> Jubilado <input type="checkbox"/> Profesional de Libre Ejercicio <input type="checkbox"/> Comerciante <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	
6. ¿Ha visitado la parroquia Baños? si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> (Solo la pregunta 20)	
7. Frecuencia con la que ha visitado la Parroquia Baños: Primera vez <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Mensualmente <input type="checkbox"/> Semestralmente <input type="checkbox"/> Anualmente <input type="checkbox"/>	
8. ¿En qué medio de transporte normalmente llega a la Parroquia de Baños? Trasporte Propio <input type="checkbox"/> Bus <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	
9. Califique el estado de las vías de la Parroquia Baños: Pésimo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/>	
11. ¿Por cuál de los siguientes aspectos piensa usted que las personas prefieren visitar Baños? Aspectos Culturales <input type="checkbox"/> Aspectos Religiosos <input type="checkbox"/> Aspectos Medicinales <input type="checkbox"/> Por la Naturaleza <input type="checkbox"/> Motivos de Entretenimiento <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	
12. ¿Frente a otros destinos turísticos cuáles de los siguientes criterios influyeron para visitar Baños? Cercanía de su lugar de residencia <input type="checkbox"/> Atractivos Únicos en la Ciudad <input type="checkbox"/> Calidad en la atención <input type="checkbox"/> Buena Comida <input type="checkbox"/> Buenas Instalaciones <input type="checkbox"/> Precios bajos <input type="checkbox"/> Buen clima <input type="checkbox"/>	
13. ¿Cuál cree usted que es el principal atractivo Turístico dentro de la Parroquia Baños? Balnearios <input type="checkbox"/> Iglesia <input type="checkbox"/> Comida Típica <input type="checkbox"/> Sitios Naturales <input type="checkbox"/> Cultura <input type="checkbox"/>	
14. ¿Cómo considera los servicios turísticos que ofrece la Parroquia Baños? Muy Adecuados <input type="checkbox"/> Adecuados pero les falta mejorar <input type="checkbox"/> Inadecuados <input type="checkbox"/> ¿Por qué? _____	



<p>15. Valore del 1 al 10 la satisfacción obtenida por usted en sus visitas a esta Parroquia Baños(Siendo 1 el valor más bajo y 10 el más alto)</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>18. ¿Cuál o cuales de los siguientes servicios/actividades cree usted que se debería fomentar dentro de la Parroquia Baños?</p> <p>Venta de artesanías <input type="checkbox"/> Locales de comida Nacional e Internacional <input type="checkbox"/> Heladerías y Cafeterías <input type="checkbox"/> Venta de Productos medicinales <input type="checkbox"/> Sitios Naturales <input type="checkbox"/> Recorridos campestres el fin de semana <input type="checkbox"/> Otros (Especifique) _____ <input type="checkbox"/></p>
<p>16. ¿Qué servicios cree que deben ser mejorados en la Parroquia Baños:</p> <p>Información <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Baños Públicos <input type="checkbox"/> Seguridad <input type="checkbox"/> Limpieza <input type="checkbox"/> Entretenimiento en el día <input type="checkbox"/> Vialidad <input type="checkbox"/></p>	<p>19. ¿Cómo considera los precios de los bienes ó servicios consumidos en su visita a la Parroquia Baños?</p> <p>Caros <input type="checkbox"/> Precio Justo <input type="checkbox"/> Baratos <input type="checkbox"/></p>
<p>17. ¿Conoce alguno de estos sitios naturales pertenecientes a la Parroquia Baños?:</p> <p>Bosque Protector de Nero <input type="checkbox"/> Rivera del Rio Zhucay <input type="checkbox"/> Bosque Nativo de Zhiñan <input type="checkbox"/> Páramos de Chan Chan <input type="checkbox"/> Loma de Minas <input type="checkbox"/> Nero y Ucholoma <input type="checkbox"/> Loma de Huizhil <input type="checkbox"/></p>	<p>20. ¿Cuál es su nivel de ingresos promedio al mes?</p> <p>de 0 a 250 <input type="checkbox"/> de 251 a 500 <input type="checkbox"/> de 501 a 750 <input type="checkbox"/> de 751 en adelante <input type="checkbox"/></p>
	<p>21. ¿Frente a otros destinos turísticos en el Cantón Cuenca usted recomendaría visitar la Parroquia Baños?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>¿Por qué? _____</p>



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ECONOMÍA

Anexo 12: Encuesta realizada a los Turistas en la Parroquia Baños.

UNIVERSIDAD DE CUENCA	
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	
Tema Tesis: "Incidencia del Sector Turístico en el Desarrollo Local de la Parroquia Baños-Cantón Cuenca"	
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS VISITANTES DE LA PARROQUIA BAÑOS	
Estimado encuestado la presente encuesta tiene como objeto conocer la Demanda Turística de la Parroquia Baños para la realización de nuestra tesis. Se le solicita nos ayuden llenando la encuesta con la mayor veracidad posible.	
1. Sexo Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>	10. ¿Cuál es la razón por la que usted visita Baños? Por influencia de Familiares y amigos <input type="checkbox"/> Por anuncios en el Internet <input type="checkbox"/> Por que es su costumbre <input type="checkbox"/> Por la prensa o radio <input type="checkbox"/> Por tratamientos medicinales <input type="checkbox"/>
2. Edad <input type="text"/>	
3. Estado Civil Casado(a) <input type="checkbox"/> Soltero(a) <input type="checkbox"/> Divorciado(a) <input type="checkbox"/>	11. ¿Por cuál de los siguientes aspectos piensa usted que las personas prefieren visitar Baños? Aspectos Culturales <input type="checkbox"/> Aspectos Religiosos <input type="checkbox"/> Aspectos Medicinales <input type="checkbox"/> Por la Naturaleza <input type="checkbox"/> Motivos de Entretenimiento <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>
4. Lugar del que proviene País <input type="text"/> Provincia <input type="text"/>	12. Frente a otros destinos turísticos: ¿cuáles de los siguientes criterios influyeron para visitar Baños? Cercanía de su lugar de residencia <input type="checkbox"/> Atractivos Únicos en la Ciudad <input type="checkbox"/> Calidad en la atención <input type="checkbox"/> Buena Comida <input type="checkbox"/> Buenas Instalaciones <input type="checkbox"/> Precios bajos <input type="checkbox"/> Buen clima <input type="checkbox"/>
5. Profesión: Estudiante <input type="checkbox"/> Empleado Público o Privado <input type="checkbox"/> Jubilado <input type="checkbox"/> Profesional de Libre Ejercicio <input type="checkbox"/> Comerciante <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	13. ¿Cuál cree usted que es el principal atractivo Turístico dentro de la Parroquia? Balnearios <input type="checkbox"/> Sitos Naturales <input type="checkbox"/> Iglesia <input type="checkbox"/> Cultura <input type="checkbox"/> Comida Típica <input type="checkbox"/>
6. Vino con: Amigos <input type="checkbox"/> Familiares <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/>	14. ¿Cómo considera los servicios turísticos que ofrece la Parroquia? Muy Adecuados <input type="checkbox"/> Adecuados pero les falta mejorar <input type="checkbox"/> Inadecuados <input type="checkbox"/> ¿Por qué? <input type="text"/>
7. Frecuencia con la que ha visitado la Parroquia: Primera vez <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Mensualmente <input type="checkbox"/> Semestralmente <input type="checkbox"/> Anualmente <input type="checkbox"/>	
8. Medio que transporte por el cual llegó a la Parroquia: Transporte Propio <input type="checkbox"/> Bus <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
9. Califique el estado de las vías: Pésimo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	



Anexo 13: Procedimiento de recolección de información para el casco urbano de Cuenca

Para proceder con la recolección de datos hemos tomado en cuenta a la población mayor de 17 años que reside dentro del casco urbano del cantón cuenca, la misma que ascienden a 211012 personas como se puede ver en la tabla N° 1. Con este tamaño de población se aplica la fórmula de muestreo aleatorio simple sin reemplazamiento obteniéndose así un tamaño de muestra de 383 como se puede ver en la tabla N° 3.2. El procedimiento de llevar a cabo las encuestas ha sido realizado mediante la consideración de las 15 Parroquias urbanas del Cantón Cuenca, a las cuales se aplicaría la encuesta en igual proporción para cada sector.

Para levantar la información dentro de cada una las Parroquias recurrimos a la unión de tres métodos de levantamiento de información. Primeramente se realizó una selección por segmentos, puesto que recurrimos a las 15 Parroquias del casco urbano del cantón cuenca. En segundo plano por conveniencia ya que localizamos parques iglesias centros de mayor afluencia del público y por último dentro de estos lugares llevamos a cabo las encuestas de forma aleatoria a las personas que circulan por ese lugar y que obviamente se encontraban en los 18 años o más de edad y que no pertenecían a la Parroquia Baños.

Listado de Parroquias encuestadas dentro del casco urbano del cantón cuenca

1. Bellavista
2. Cañaribamba
3. El Batán
4. El Sagrario
5. El Vecino
6. Gil Ramírez Dávalos
7. Hermano Miguel
8. Huayna Cápac
9. Machángara
10. Monay
11. San Blas
12. San Sebastián
13. Sucre
14. Totoracocha
15. Yanuncay



TABLA N° 12

Cálculo de la Población para el año 2009	
Habitantes de Cuenca	487901
Habitantes del Azuay	702994
% Habitantes de Cuenca	69,40%
Mayores a 19 años (Azuay)	404115
Mayores de 19 a (Cuenca)	280469
Población Área Urb. Cuenca	388420
% Habitantes Sector Urb. Cuenca	79,61%
Población Urbana Mayor 19 a	223283
habitantes de Baños	12271
Población de Interés	211012

TABLA N° 13

Calculo para el tamaño de muestra para el Casco Urbano del Cantón Cuenca			
Población	=	211012	z^2 = 3,8416
P	=	50%	$N \cdot z^2 \cdot p \cdot q$ = 202655,5682
Q	=	50%	$(N-1)E^2$ = 527,5265718
Z estadístico (95%)	=	1,96	$z^2 \cdot p \cdot q$ = 0,9604
Error asumido	=	5%	$[(N-1)E^2] - [z^2 \cdot p \cdot q]$ = 528,4869718
		n	= 383



Anexo 14: Procedimiento de recolección de información para los visitantes de la Parroquia Baños

Para proceder con la recolección de datos hemos tomado en cuenta los visitantes que se encontraban en la Parroquia de Baños tanto en la semana laborable como también el fin de semana , los mismos que ascienden a 8167 personas, tal como puede verse en la tabla N° 3.

Con este tamaño de población se aplica la fórmula de muestreo aleatorio simple sin reemplazamiento obteniéndose así un tamaño de muestra de 239, tal como se puede ver en la tabla N° 4.

Para levantar la información dentro de los visitantes de la Parroquia de Baños, al igual que en el caso anterior recurrimos a la unión de métodos pero en este caso fue la unión de dos métodos: el muestreo por segmentos y el aleatorio simple. Es decir luego del estudio anterior al capítulo 3 llegamos a la conclusión que los turistas se concentran más en los Balnearios, restaurantes, cercanías al volcán y la iglesia de Baños, por lo que primeramente consideramos a estos sectores como los segmentos para luego usar el método de selección aleatoria simple, es decir abordamos a las personas mayores de 14 años que esté haciendo turismo dentro de la Parroquia de Baños.

TABLA N° 14

<u>Calculo del tamaño de muestra para visitantes</u>	
Visitantes mensuales	35000
Visitantes semanales	8167
Visitantes Diarios	1167

TABLA N° 15

<u>Calculo para la muestra visitantes</u>			
POBLACION	=	8167	z^2 = 3,8416
P	=	80%	$N \cdot z^2 \cdot p \cdot q$ = 5019,690667
Q	=	20%	$(N-1)E^2$ = 20,41416667
Z ESTADISTICO (95%)	=	1,96	$Z^2 \cdot p \cdot q$ = 0,614656
ERROR ASUMIDO	=	5%	$[(N-1)E^2] - [Z^2 \cdot p \cdot q]$ = 21,02882267
			n = 239



Anexo 15: Resultados de las encuestas no presentados en el capítulo 3

Resultados de la encuesta Realizada en el casco urbano del Cantón Cuenca.

TABLA N° 16

Promedio de ingresos al mes por persona							
	De 0 a 250	De 251 a 350	De 351 a 450	De 451 a 550	De 551 a 650	De 651 a 750	TOTAL
Número de Personas	140	67	71	52	21	15	17
Porcentaje	37%	17%	19%	14%	5%	4%	4% 100%

TABLA N° 17

Personas que conocen la Parroquia Baños			
	Si	No	TOTAL
Número de Personas	338	45	383
Porcentaje	88%	12%	100%

NOTA: De aquí en adelante las personas consideradas para las encuestas son las 338, ya que son las personas que conocen la Parroquia de Baños y solo estas pueden ayudarnos con información verás.

TABLA N° 18

Frecuencia de visita de las personas							
	Primera vez	Semanal	Mensual	Trimestralmente	Semestral	Anual	TOTAL
Número de Personas	19	31	95	66	32	95	338
Porcentaje	6%	9%	28%	20%	9%	28%	100%



TABLA N° 19

Criterios de visita turistas								
	Cercanía con el lugar de residencia	Atractivos Únicos	Calidad en la atención	Buena Comida	Buenas Instalaciones.	Precios bajos	Buen. clima	TOTAL
Número de Personas	146	148	12	29	27	13	39	414
Porcentaje	43%	44%	4%	9%	8%	4%	12%	122%

TABLA N° 20

Valoración del estado de las vías		
Valoración	Número	Porcentaje
Pésimo	33	10%
Malo	60	18%
Regular	141	42%
Bueno	99	29%
Excelente	5	1%
TOTAL	338	100

TABLA N° 21

Consideración sobre los servicios		
Valoración	Número	Porcentaje
Muy Adecuados	43	13%
Adecuados pero les falta mejorar	286	84%
Inadecuados	9	3%
TOTAL	338	100%



TABLA N° 22

<u>Precepción sobre los servicios que deben ser mejorados</u>		
Servicios	Número	Porcentaje
Información	122	36%
Señalización	76	22%
Baños Públicos	93	28%
Seguridad	138	41%
Limpieza	151	45%
Entretenimiento en el día	60	18%
Vialidad	112	33%
TOTAL	752	222%

TABLA N° 23

<u>Criterio sobre las actividades que podrían fomentarse</u>		
Actividades	Número	Porcentaje
Artesanías	97	29%
Locales de Comida Nacional e Internacional	119	35%
Heladerías y Cafeterías	84	25%
Venta de Productos Medicinales	13	4%
Sitios Naturales	87	26%
Recorridos campestres	155	46%
Otros	6	2%
TOTAL	561	166%

TABLA N° 24

<u>Percepción de los precios</u>		
Precios	Número	Porcentaje
Caros	114	34%
Precio Justo	222	67%
Baratos	2	1%
TOTAL	338	100%



TABLA N° 25

<u>Recomendarían visitar la Parroquia de Baños</u>		
Recomendación	Número	Porcentaje
Si	322	95%
No	16	5%
TOTAL	338	100%



Anexo 16: Resultados de las encuestas realizadas a los visitantes en la Parroquia Baños.

TABLA N° 26

<u>Genero de visitantes en la Parroquia Baños</u>			
	Hombres	Mujeres	TOTAL
Numero	113	126	239
Porcentaje	47%	53%	100%

TABLA N° 27

<u>Lugar del que provienen los visitantes</u>			
	Ecuatorianos	Extranjeros	TOTAL
Número	229	10	239
Porcentaje	96%	4%	100%

TABLA N° 28

<u>Proveniencia de los turistas</u>			
	Visitantes del Azuay	Otras provincias	TOTAL
Número	178	51	239
Porcentaje	78%	22%	100%



TABLA N° 29

Visitantes otras provincias		
Provincias	Número	Porcentaje
Cañar	5	10%
Carchi	5	10%
Chimborazo	2	4%
El oro	18	35%
Guayas	7	14%
Loja	4	8%
Manabí	3	6%
Morona	1	2%
Pichincha	3	6%
Tungurahua	3	6%
TOTAL	51	100%

TABLA N° 30

Profesión de los visitantes								
Genero		Estudiantes	Empleados Público/Privado	Jubilado	Profesional	Comerciantes	Otros	TOTAL
Hombres	Número	9	56	3	13	16	18	115
	Porcentaje	8%	49%	3%	11%	14%	16%	100%
Mujeres	Número	17	39	1	20	18	32	127
	Porcentaje	13%	31%	1%	16%	14%	25%	100%

TABLA N° 31

Promedio de edad de los visitantes	
Promedio de edad de visitantes en la Parroquia	33 años
Promedio de edad de visitantes hombres	33 años
Promedio de edad de visitantes mujeres	33 años



TABLA N° 32

Detalle de gasto de los visitantes							
		Hospedaje	Alimentación	Entretenimiento	Balnearios	Otros	TOTAL
Visitantes Azuayos	Número	1	122	31	154	18	326
	Porcentaje	0,3%	37%	10%	47%	6%	100%
Visitantes de Fuera de La Provincia del Azuay	Número	1	28	13	42	6	90
	Porcentaje	1%	31%	14%	47%	7%	100%

TABLA N° 33

Personas que conocen sitios naturales en Baños		
Conocimiento	Número	Porcentaje
Si	31	13%
No	208	87%
TOTAL	239	100%

TABLA N° 34

Valoración del estado de las vías		
Valoración	Número	Porcentaje
Pésimo	17	7%
Malo	32	13%
Regular	88	37%
Bueno	100	42%
Excelente	2	1%
TOTAL	239	100%

TABLA N° 35

Percepción de los precios		
Precios	Número	Porcentaje
Caros	63	36%
Precio Justo	111	62%
Baratos	4	2%



TABLA N° 36

<u>Recomendarían visitar la Parroquia de Baños</u>		
Recomendación	Número	Porcentaje
Si	135	98%
No	3	2%
TOTAL	138	100%

* No todos los encuestados respondieron



Anexo 17: Anexos de Entrevistas

Entrevista N° 1



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**TEMA TESIS: “INCIDENCIA DEL SECTOR TURISTICO EN EL DESARROLLO LOCAL
DE LA PARROQUIA BAÑOS CANTON CUENCA”**

ENTREVISTA N°1

ENTREVISTA DESTINADA A: PROF. DAVID GUTIERREZ

1. ¿Qué piensa usted acerca del turismo en general en el Cantón Cuenca?
2. ¿Piensa usted que el Turismo es un factor de Desarrollo? ¿Por qué?
3. ¿Cómo usted ve el Turismo como factor de desarrollo dentro de la Parroquia?
4. ¿Qué tipo de beneficios cree usted que podría brindar a futuro este sector a la Parroquia?
5. ¿Qué grado de importancia se le da al Turismo, al momento de elaborar planes y proyectos de Desarrollo hacia la Parroquia?
6. ¿Cómo mira usted al Turismo en la Parroquia hacia el Futuro?
7. ¿Cuáles son las principales actividades Económicas que desarrollan los habitantes en la parroquia?
8. ¿Piensa usted que se debería incentivar a los habitantes de la Parroquia, para que intervengan en la actividad hacia el Turismo? ¿Por qué?
9. ¿Cómo cree usted que se podría incentivar la participación de los habitantes de la Parroquia hacia la Actividad Económica Turística?
10. ¿Cuáles son las Fortalezas con las que contaría la actividad Turístico dentro de la Parroquia frente a los demás Destinos Turísticos en el Cantón Cuenca?
11. ¿Cuáles son las Debilidades con las que contaría la actividad Turístico dentro de la Parroquia frente a los demás Destinos Turísticos en el Cantón Cuenca?
12. ¿Cuál es la principal actividad Turística que se ofrece dentro de la Parroquia?
13. ¿Cuál es la principal actividad Turística consumida dentro de la Parroquia?
14. ¿Qué nuevas alternativas Turísticas podría Ofrecer la Parroquia?
15. ¿Se tiene pensado en explotar estas nuevas alternativas Turísticas? ¿A corto o largo Plazo?



16. ¿Se están tomando algún tipo de medidas para solucionar los problemas que debe afrontar el Sector Turístico?
17. ¿Cree usted que el Turismo ha mejorado la Calidad de Vida de los Habitantes de la Parroquia?
18. ¿Cree usted que el año 2009, fue un buen año para la Actividad Turística de la Parroquia?
19. ¿Cómo piensa que será la Actividad Turística del año 2010 frente al año 2009?
20. ¿Cuáles fueron los objetivos del Plan de Turismo del año 2009?
21. ¿Cuáles son los principales Proyectos de Desarrollo Turístico que enmarcan este Plan?
22. ¿En qué fase se encuentran estos Proyectos?
23. ¿Existen algún tipo de barreras para llevar a cabo estos proyectos?
24. ¿Cuáles son los agentes involucrados al momento de la realización de estos Proyectos?
25. ¿Qué tipo de mejoras en la infraestructura Básica de la Parroquia se están realizando para incentivar la Actividad Turística?
26. ¿Cuáles son los organismos que deberían proporcionar ayuda al Sector Turístico en la Parroquia?
27. ¿Reciben ayuda de estos organismos? ¿Qué tipo de ayuda les brindan?
28. ¿La Junta Parroquial da algún tipo de capacitación a los habitantes de la Parroquia y/o empresas encargadas de brindar algún tipo de Servicio Turístico?
29. ¿Qué otro tipo de ayuda brinda la Junta Parroquial al Desarrollo de la Actividad Económica Turística?
30. ¿Cuenta la Parroquia con algún tipo de Promoción Turística?
31. ¿Qué porcentaje del Presupuesto con el que cuenta la Parroquia, se utilizó en el año 2009 en el sector Turístico?
32. ¿Qué porcentaje del presupuesto del año 2010 se tiene esperado invertirlo hacia el Sector Turístico?
33. ¿Cuál es la imagen que ustedes pretenden dar a sus visitantes?
34. ¿Tienen alguna estrategia para lograr que lleguen más visitantes a la Parroquia?
¿Cuál?
35. ¿Cuál cree usted que son los medios por los cuales los visitantes se enteran de los beneficios Turísticos con los que cuenta la Parroquia?
36. ¿Cuáles son los beneficios que proporcionan las empresas de servicios Turísticos hacia el desarrollo de la Parroquia?
37. ¿Qué tipo de apoyo brinda la Junta Parroquial a las empresas de proporcionan servicios turísticos?
- 38. ¿De qué manera cree usted que afecta el proceso de la Globalización dentro del Desarrollo de la Actividad Turística a nivel general?**



Entrevista N° 2



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**TEMA TESIS: ‘INCIDENCIA DEL SECTOR TURISTICO EN EL DESARROLLO LOCAL
DE LA PARROQUIA BAÑOS CANTON CUENCA’**

ENTREVISTA N°2

ENTREVISTA DESTINADA A: SRA. SUSANA DURÁN

1. ¿Qué piensa usted acerca del turismo en general en el Cantón Cuenca?
2. ¿Piensa usted que el Turismo es un factor de Desarrollo? ¿Por qué?
3. ¿Cómo usted ve el Turismo como factor de desarrollo dentro de la Parroquia?
4. ¿Qué tipo de beneficios cree usted que podría brindar a futuro este sector a la Parroquia?
5. ¿Cómo mira usted al Turismo en la Parroquia hacia el Futuro?
6. ¿Piensa usted que se debería incentivar a los habitantes de la Parroquia, para que intervengan en la actividad hacia el Turismo? ¿Por qué?
7. ¿Cómo cree usted que se podría incentivar la participación de los habitantes de la Parroquia hacia la Actividad Económica Turística?
8. ¿Cuáles son las Fortalezas con las que contaría la actividad Turístico dentro de la Parroquia frente a los demás Destinos Turísticos en el Cantón Cuenca?
9. ¿Cuáles son las Debilidades con las que contaría la actividad Turística dentro de la Parroquia frente a los demás Destinos Turísticos en el Cantón Cuenca?
10. ¿Qué nuevas alternativas Turísticas podría Ofrecer la Parroquia?
11. ¿Cree usted que el Turismo ha mejorado la Calidad de Vida de los Habitantes de la Parroquia?
12. ¿Cree usted que el año 2009, fue un buen año para la Actividad Turística de la Parroquia?
13. ¿Cómo piensa que será la Actividad Turística del año 2010 frente al año 2009?
14. ¿La Junta Parroquial da algún tipo de capacitación a los habitantes de la Parroquia y/o empresas encargadas de brindar algún tipo de Servicio Turístico?
15. ¿Qué otro tipo de ayuda brinda la Junta Parroquial al Desarrollo de la Actividad Económica Turística?
16. ¿Cuenta la Parroquia con algún tipo de Promoción Turística?



17. ¿Cuál cree usted que es la imagen que la Parroquia de Baños pretende dar a sus visitantes?
18. ¿Cuál cree usted que son los medios por los cuales los visitantes se enteran de los beneficios Turísticos con los que cuenta la Parroquia?
19. ¿Cuáles son los beneficios que proporcionan las empresas de servicios Turísticos hacia el desarrollo de la Parroquia?
20. ¿Qué tipo de apoyo brinda la Junta Parroquial a las empresas que proporcionan servicios turísticos?
21. ¿De qué manera cree usted que afecta el proceso de la Globalización dentro del Desarrollo de la Actividad Turística?



Entrevista N° 3



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**TEMA TESIS: “INCIDENCIA DEL SECTOR TURISTICO EN EL DESARROLLO LOCAL
DE LA PARROQUIA BAÑOS CANTON CUENCA”**

ENTREVISTA N°3

ENTREVISTA DESTINADA A: SR. VICENTE ZARUMA.

1. ¿Qué piensa usted acerca del turismo en general en el Cantón Cuenca?
2. ¿Piensa usted que el Turismo es un factor de Desarrollo? ¿Por qué?
3. ¿Cómo usted ve el Turismo como factor de desarrollo dentro de la Parroquia?
4. ¿Qué tipo de beneficios cree usted que podría brindar a futuro este sector a la Parroquia?
5. ¿Cómo mira usted al Turismo en la Parroquia hacia el Futuro?
6. ¿Piensa usted que se debería incentivar a los habitantes de la Parroquia, para que intervengan en la actividad hacia el Turismo? ¿Por qué?
7. ¿Cómo cree usted que se podría incentivar la participación de los habitantes de la Parroquia hacia la Actividad Económica Turística?
8. ¿Cuáles son las Fortalezas con las que contaría la actividad Turístico dentro de la Parroquia frente a los demás Destinos Turísticos en el Cantón Cuenca?
9. ¿Cuáles son las Debilidades con las que contaría la actividad Turístico dentro de la Parroquia frente a los demás Destinos Turísticos en el Cantón Cuenca?
10. ¿Qué nuevas alternativas Turísticas podría Ofrecer la Parroquia?
11. ¿Cree usted que el Turismo ha mejorado la Calidad de Vida de los Habitantes de la Parroquia?
12. ¿Cree usted que el año 2009, fue un buen año para la Actividad Turística de la Parroquia?
13. ¿Cómo piensa que será la Actividad Turística del año 2010 frente al año 2009?
14. ¿La Junta Parroquial da algún tipo de capacitación a los habitantes de la Parroquia y/o empresas encargadas de brindar algún tipo de Servicio Turístico?
15. ¿Qué otro tipo de ayuda brinda la Junta Parroquial al Desarrollo de la Actividad Económica Turística?



16. ¿Cuenta la Parroquia con algún tipo de Promoción Turística?
17. ¿Cuál cree usted que es la imagen que la Parroquia de Baños pretende dar a sus visitantes?
18. ¿Tienen alguna estrategia para lograr que lleguen más visitantes a la Parroquia?
¿Cuál?
19. ¿Cuál cree usted que son los medios por los cuales los visitantes se enteran de los beneficios Turísticos con los que cuenta la Parroquia?
20. ¿Cuáles son los beneficios que proporcionan las empresas de servicios Turísticos hacia el desarrollo de la Parroquia?
21. ¿Qué tipo de apoyo brinda la Junta Parroquial a las empresas de proporcionan servicios turísticos?
22. ¿De qué manera cree usted que afecta el proceso de la Globalización dentro del Desarrollo de la Actividad Turística a nivel general?



Entrevista N° 4



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**TEMA TESIS: “INCIDENCIA DEL SECTOR TURISTICO EN EL DESARROLLO LOCAL
DE LA PARROQUIA BAÑOS CANTON CUENCA”**

ENTREVISTA N°4

ENTREVISTA DESTINADA A: CATALINA PEÑALOZA.

1. ¿Qué piensa usted acerca del turismo en general en el Cantón Cuenca?
2. ¿Piensa usted que el Turismo es un factor de Desarrollo? ¿Por qué?
3. ¿Cómo usted ve el Turismo como factor de desarrollo dentro de la Parroquia?
4. ¿Qué tipo de beneficios cree usted que podría brindar a futuro este sector a la Parroquia?
5. ¿Cómo mira usted al Turismo en la Parroquia hacia el Futuro?
6. ¿Piensa usted que se debería incentivar a los habitantes de la Parroquia, para que intervengan en la actividad hacia el Turismo? ¿Por qué?
7. ¿Cómo cree usted que se podría incentivar la participación de los habitantes de la Parroquia hacia la Actividad Económica Turística?
8. ¿Cuáles son las Fortalezas con las que contaría la actividad Turístico dentro de la Parroquia frente a los demás Destinos Turísticos en el Cantón Cuenca?
9. ¿Cuáles son las Debilidades con las que contaría la actividad Turístico dentro de la Parroquia frente a los demás Destinos Turísticos en el Cantón Cuenca?
10. ¿Qué nuevas alternativas Turísticas podría Ofrecer la Parroquia?
11. ¿Cree usted que el Turismo ha mejorado la Calidad de Vida de los Habitantes de la Parroquia?
12. ¿Cree usted que el año 2009, fue un buen año para la Actividad Turística de la Parroquia?
13. ¿Cómo piensa que será la Actividad Turística del año 2010 frente al año 2009?
14. ¿La Junta Parroquial da algún tipo de capacitación a los habitantes de la Parroquia y/o empresas encargadas de brindar algún tipo de Servicio Turístico?
15. ¿Qué otro tipo de ayuda brinda la Junta Parroquial al Desarrollo de la Actividad Económica Turística?



16. ¿Cuenta la Parroquia con algún tipo de Promoción Turística?
17. ¿Cuál cree usted que es la imagen que la Parroquia de Baños pretende dar a sus visitantes?
18. ¿Tienen alguna estrategia para lograr que lleguen más visitantes a la Parroquia?
¿Cuál?
19. ¿Cuál cree usted que son los medios por los cuales los visitantes se enteran de los beneficios Turísticos con los que cuenta la Parroquia?
20. ¿Cuáles son los beneficios que proporcionan las empresas de servicios Turísticos hacia el desarrollo de la Parroquia?
21. ¿Qué tipo de apoyo brinda la Junta Parroquial a las empresas de proporcionan servicios turísticos?
22. ¿De qué manera cree usted que afecta el proceso de la Globalización dentro del Desarrollo de la Actividad Turística a nivel general?

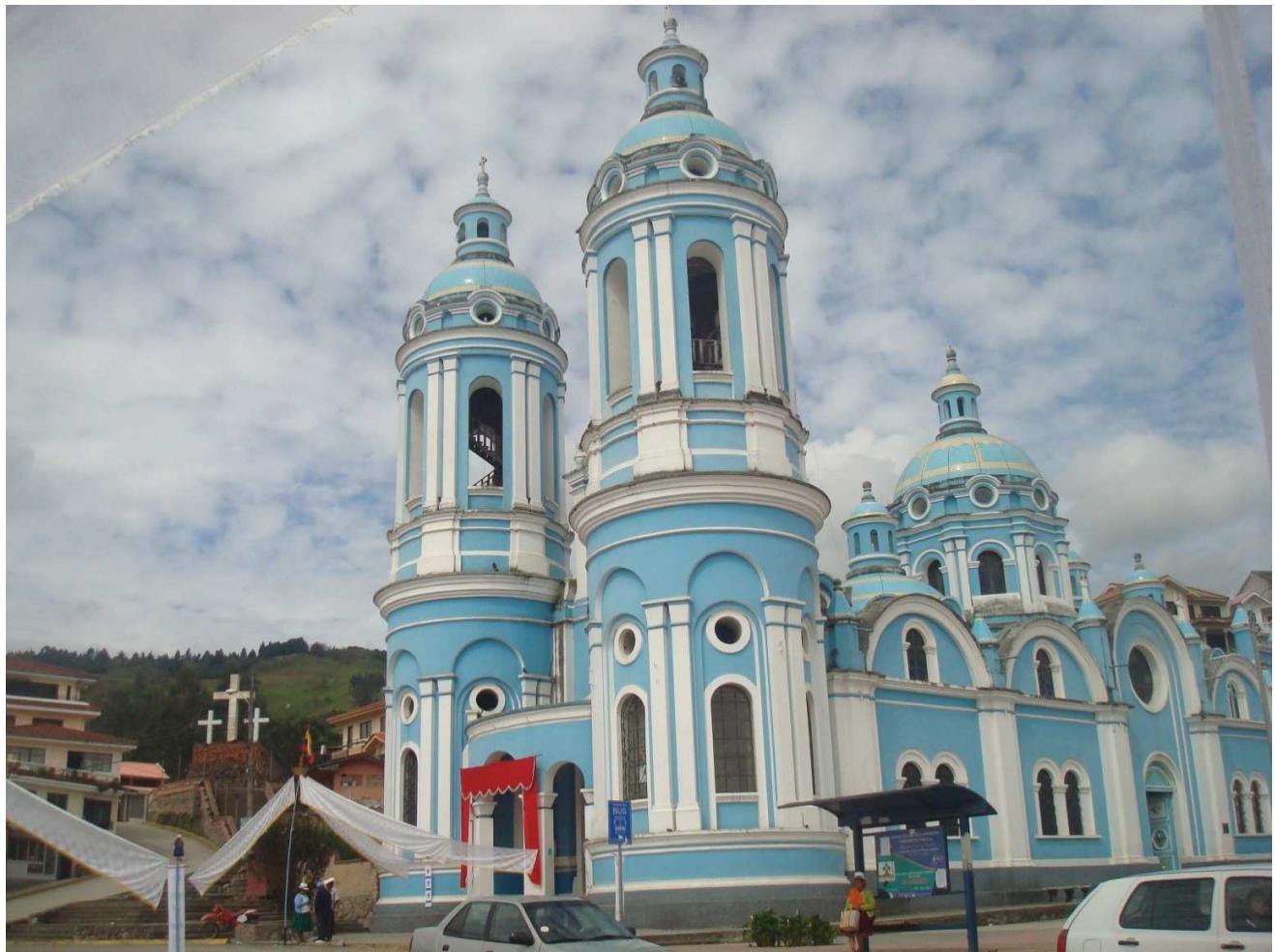


Anexo 18

Imágenes de Baños



Iglesia de la Parroquia de Baños:





Páramos de Chan Chan:





Zhiñan:





Nero:





Uchuloma:





Zhucay:





Anexo 19

Vistas hacia la Ciudad de Cuenca



Vista desde Uchuloma:



Vista desde Nero:

