



## **Universidad de Cuenca**

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

### **Los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por COVID-19**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo.

**Autoras:**

Ariana Sofía Aguirre Lazo

Connie Xiomara Menéndez Preciado

**Director:**

María Isabel Eljuri Jaramillo

ORCID: 0009-0004-5321-7833

**Cuenca, Ecuador**

2023-03-17

## Resumen

La presente investigación analiza los procesos de resiliencia derivados de la emergencia sanitaria por COVID-19 en el Ecuador, caso de estudio Baños de Agua Santa, teniendo en cuenta de los acontecimientos que atravesaron las Agencias de viajes y Operadores turísticos a partir de la reactivación del turismo en Ecuador; así también, como el cambio de las dinámicas de turismo y el flujo de turistas a comparación de años anteriores al 2020. Baños al ser un destino turístico importante en el Ecuador, adoptó el Plan de Reactivación Turística, que inició como iniciativa propia y que tiempo más tarde el Ministerio de Turismo lanzó uno que rigió en territorio nacional. Esta investigación tiene enfoque cualitativo, de alcance descriptivo, mediante un análisis del método hermenéutico. La investigación inició con la identificación de las agencias de viajes, operadores turísticos de Baños y la participación de representantes del sector público y privado; para luego realizar una encuesta semiestructurada con preguntas de interés para la investigación. El estudio evidencia que Baños se encuentra en una etapa de recuperación, guiada por la innovación. A su vez, se da a conocer el rol de entes como la Dirección de Turismo de Baños y la Cámara de Turismo de Baños en los procesos de reactivación turística. Finalmente, se evidencia la capacidad de los Baneños para superar las adversidades, sino también la resiliencia posee.

*Palabras clave:* resiliencia, turismo, reactivación turística, intermediación turística, Baños de Agua Santa

### Abstract

This research analyzes the resilience processes derived from the COVID-19 health emergency in Ecuador, case study Baños de Agua Santa, taking into account the events that travel agencies and tour operators went through from the reactivation of tourism in Ecuador; as well as the change in tourism dynamics and the flow of tourists compared to years prior to 2020. Baños being an important tourist destination in Ecuador, adopted the Tourism Reactivation Plan, which began as its own initiative and that later the Ministry of Tourism launched one that governed in national territory. This research has a qualitative approach, descriptive in scope, through an analysis of the hermeneutic method. The research began with the identification of travel agencies, tour operators in Baños and the participation of representatives of the public and private sector; and then a semi-structured survey with questions of interest for research was conducted. The study shows that Baños is in a stage of recovery, guided by innovation. At the same time, the role of entities such as the Directorate of Tourism of Baños and the Chamber of Tourism of Baños in the processes of tourism reactivation is announced. Finally, the ability of Baños to overcome adversity is evident, but there also were resilience possesses.

*Keywords:* resilience, tourism, tourism reactivation, tourist intermediation, baños de Agua Santa

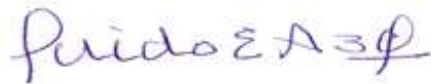
Título del trabajo de titulación : "Los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por COVID-19"

Autores: Aguirre Lazo Ariana Sofia - Menendez Preciado Connie Xiomara

Directora: María Isabel Eljuri

Certificado de Precisión LicTur283

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



\_\_\_\_\_  
guido.abad@ucuenca.edu.ec

Cuenca, 5 de noviembre de 2022

Elaborado por: GEAV \_\_\_\_\_ Xiomara Menendez



cc. Archivo Enviado por correo electrónico a director de trabajo de titulación por emergencia sanitaria COVID19

Elaborado por: GEAV \_\_\_\_\_ Sofía Aguirre



cc. Archivo Enviado por correo electrónico a director de trabajo de titulación por emergencia sanitaria COVID19.

## Índice de contenidos

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Índice de Figuras.....	7
Índice de Tablas.....	8
Dedicatoria.....	9
Agradecimiento.....	11
Introducción.....	12
Capítulo 1. Comportamiento del turismo previo y posterior al Covid-19 en Baños de Agua Santa .....	14
1.1.1. Comportamiento del turismo previo al Covid-19 en Baños de Agua Santa.....	14
1.1.2. Comportamiento del turismo posterior al Covid-19 en Baños de Agua Santa.....	16
1.2. Proceso de reactivación turística en Baños de Agua Santa .....	20
1.3. Resiliencia y turismo en Baños de Agua Santa.....	23
Capítulo 2. Agencias de Viaje y Operadores Turísticos del cantón Baños de Agua Santa, su situación .....	26
2.1. Autoridades de turismo del cantón Baños de Agua Santa y la reactivación turística .....	26
2.2 Agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa y las dinámicas del negocio de turismo .....	31
2.3 Procesos de resiliencia derivados de la crisis pandémica en las Autoridades y agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa .....	34
Capítulo 3. Exploración de los procesos de resiliencia de las Agencias de Viaje y Operadores Turísticos del cantón Baños de Agua Santa.....	38
3.1. Identificación de las Agencias de Viaje y Operadoras Turísticas del muestreo aleatorio .....	38
3.2. Obtención de datos de las Agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa .....	41

3.3. Resultados de la exploración de los procesos de resiliencia de las entrevistas .....	43
3.4. Análisis de datos método hermenéutico .....	58
Conclusiones .....	61
Recomendaciones .....	63
Referencias.....	65
Anexos.....	69
Anexo 1. Diseño de tesis aprobado.....	69
Anexo 2. Carta de Respaldo de información de la dirección de turismo .....	82
Anexo 3. Consentimiento para realizar entrevistas .....	83
Anexo 4. Diseño de las entrevistas semiestructuradas.....	85
Anexo 5. Evidencia fotográfica de las entrevistas realizadas por Sofía Aguirre a las Agencias de Viajes y Operadores turísticos del Cantón Baños de Agua Santa.....	96
Anexo 6. Evidencia fotográfica de las entrevistas realizadas por Xiomara Menéndez a las Agencias de Viajes y Operadores turísticos del Cantón Baños de Agua Santa.....	97
Anexo 7. Evidencia fotográfica de la presencia de un enganchador a la llegada de los buses de transporte terrestre en el terminal de baños.....	98
Anexo 8. Evidencia fotográfica de las tarifas mínimas de deportes de aventura impuesta por el gobierno autónomo descentralizado municipal cantón Baños de Agua Santa .....	98
Anexo 9. Reconocimientos del cantón Baños de Agua Santa.....	99

### Índice de Figuras

Figura 1. Alojamiento y gastos turísticos en feriados nacionales 2019-2020.....	19
Figura 2. Cronología del Paro Nacional de junio 2022.....	57
Figura 3. Metodología utilizada para la investigación.....	60

### Índice de Tablas

Tabla 1. Agencia de viajes y operadores turísticos seleccionadas para entrevistas .....	39
Tabla 2. Actores del sector público y privado del cantón Baños de Agua Santa.....	40
Tabla 3. Actores claves para la elaboración de las entrevistas semiestructuradas.....	41
Tabla 4. Nuevos atractivos turísticos del cantón Baños 2022 .....	54



### **Dedicatoria**

Dedico mi trabajo, primeramente, a mi familia, de manera muy especial a mis padres Cintia Preciado y Mauricio Maldonado, quienes me apoyaron y motivaron durante toda mi carrera universitaria. Ellos con sus consejos, su amor y confianza en mí, me ayudaron a sobrellevar los altos y bajos que atravesé en mis estudios y en mi vida personal, a ser responsable de mis decisiones, y es por ellos, por quién ahora soy una mejor persona, hija, amiga y profesional.

A mis hermanas, Leslie, Valeria y Jessica por su amor y comprensión, pues la presencia de ellas en mi vida me motiva a cumplir cada uno de mis sueños.

A mis mejores amigas, Brittany, Isabel, Ariana y Karla. Ellas que con su amor, consejos y apoyo me ayudaron a no desvanecerme ante las adversidades que podría atravesar, pues ellas siempre me han impulsado a crecer y no rendirme jamás.

A mi amiga incondicional y compañera de tesis, Sofia, quién ha atravesó conmigo buenos y malos momentos, pero, sobre todo, por motivarnos mutuamente a crecer y aplaudir cada uno de nuestros logros.

A mis amigos y amigas, quienes con sus mensajes y consejos me ayudaron a resolver muchos inconvenientes y animarme en los momentos más difíciles.

A mi gato, quien ha sido mi compañero fiel durante las noches de desvelo, que nada más bastaba verlo dormir para sentirme feliz. Osi, siempre te agradeceré por sumarle serenidad a mis caóticos días.

**Xiomara Menéndez**

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a toda mi familia, abuelos, tíos, primos. Principalmente a mis padres Ximena y Santiago, quienes son mi apoyo e inspiración incondicional. Ellos han sido mi ejemplo de sacrificio, superación y humildad. Gracias por su amor y consejos que me convirtieron en una persona con principios y valores.

A mi hermano Nicolas, por ser mi motivación para cumplir cada una de mis metas. Por su apoyo, sus risas y consejos. A mi mascota Alaska por ser mi compañía en todas las noches de desvelo.

A mi mejor amiga Majo, que me ayudó a no rendirme ante las adversidades. Y que confió en mí siempre. Gracias por su apoyo y consejos durante tantos años de amistad.

A mi amiga incondicional y compañera de tesis, Xiomara, quien estuvo junto a mí durante todos estos años universitarios, dentro y fuera del aula de clases. Por apoyarnos de manera mutua y alcanzar esta meta juntas.

**Sofía Aguirre**

### **Agradecimiento**

Agradecemos a nuestras familias quienes han creído siempre en nosotros, dándonos su apoyo de forma incondicional durante nuestra etapa universitaria.

Gracias a la Universidad de Cuenca por habernos permitido formarnos como profesionales dentro de sus aulas. También a todos los que fueron nuestros docentes durante estos años, por compartir sus conocimientos con nosotras.

Gracias a nuestras mascotas Osi y Alaska, por desvelarse con nosotras cuando nadie más lo hacía. Sin duda alguna, no hay amor más incondicional que el de una mascota.

También queremos agradecer a todos nuestros amigos y amigas que nos brindaron su apoyo incondicional, por compartir sus consejos y ayuda en nuestros proyectos universitarios.

Hoy culmina esta maravillosa aventura y no puedo dejar de recordar todas las risas, llantos, viajes y horas de estudio compartidas, sin duda, la universidad nos hizo amigas, pero con el tiempo nos volvimos hermanas. Gracias por siempre apoyarnos y confiar la una en la otras.

“Pon tu corazón, mente y alma incluso en los actos más pequeños. Ese es el secreto del éxito”  
- Swami Sivananda

### Introducción

Ecuador es un país con un gran potencial turístico, posee una riqueza natural y cultural que atrae a cientos de turistas y permite el desarrollo del turismo en las diferentes regiones del país. Particularmente, en el centro del país se encuentra el cantón Baños de Agua Santa, ubicado en la provincia de Tungurahua, que es uno de los destinos turísticos más hermosos y visitados del Ecuador (Ministerio de Turismo, 2021a).

En diciembre del 2019 el país se estremeció con la llegada de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19, en la cual se tuvo que afrontar grandes pérdidas económicas debido al confinamiento. A nivel mundial, el turismo fue uno de los sectores más afectados. Según la Organización Mundial del Turismo (2020), este sector es uno de los más afectados, ya que, en los periodos más fuertes de la crisis sanitaria, los aviones estuvieron en tierra, los hoteles cerrados y las restricciones de viaje evolucionan de acuerdo al comportamiento del virus.

Para reactivar el sector económico y turístico del país, fue necesario la implementación de planes de reactivación turística, planes de vacunación y medidas de bioseguridad que brindaron a los ciudadanos la posibilidad de realizar sus actividades cotidianas y de ocio de manera segura y responsable. El 90% de la economía del cantón Baños de Agua Santa está sujeta a actividades turísticas.

A partir de estos precedentes surge la necesidad de realizar este estudio, el cual parte de la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por COVID – 19?

Se plantean las siguientes hipótesis:

- Las agencias de viajes y operadores turísticos no han logrado recuperarse de los estragos que produjo la pandemia
- Los baneños tienen la capacidad de superar las adversidades que se les presentan.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo de investigación pretende conocer los procesos de reactivación turística y determinar la resiliencia que a las agencias de viaje les han permitido mantenerse en el tiempo a pesar de las adversidades que ha presentado la pandemia y sus restricciones.

## **CAPÍTULO 1**

### **1.1. Comportamiento del turismo previo y posterior al Covid-19 en Baños de Agua Santa**

Existe una marcada diferencia entre el turismo pre pandemia y post pandemia a nivel nacional en el Ecuador, las diferentes actividades que se realizaban estaban enfocadas a diferentes ámbitos que estaban predefinidos y que tenían una afluencia y mercado turístico establecido y recurrente que permitían tener ingresos fijos. A raíz de la pandemia, el mercado turístico en Baños de Agua Santa se vio enteramente afectado pasando de tener un número establecido en los ingresos, a la generación de emprendimientos alternativos que permitan la supervivencia del mercado turístico, en el cual la resiliencia se muestra como una característica innata del pueblo ecuatoriano.

#### **1.1.1 Comportamiento del turismo previo al Covid-19 en Baños de Agua Santa.**

Para Schnake (1992), el comportamiento del consumidor son todas aquellas actividades internas y externas que un individuo o grupo de individuos realiza para saber si un producto o servicio satisface sus necesidades. Este comportamiento parte de la decisión de las personas en invertir sus recursos en bienes o servicios que cumplan sus necesidades y los estándares que se han planteado, en el que influyen aspectos como el intercambio de servicios entre el individuo y las empresas turísticas, la decisión de compra y la evaluación de estos servicios antes, durante y después de la contratación.

El comportamiento del turismo a nivel del Ecuador, previo a la pandemia, estuvo marcado por los viajes que se realizaban dentro del territorio ecuatoriano en el que la frecuencia de viaje estaba entre dos a tres veces al año, en su mayor parte con la familia y seguido por los viajes organizados por amigos o conocidos, en el que los viajes de turismo duraban entre dos a cuatro días, según una encuesta realizada por el Ministerio de Turismo en la construcción del estudio de comportamiento del turismo nacional pre y post COVID-19 del año 2020 (Ministerio de Turismo, 2020c). En este contexto, se evidencia claramente que

existía una participación activa de las personas en la generación y flujo turístico que dinamizaban la economía local.

Según cifras del INEC 2013 - 2017, el Ecuador tuvo un total de 1.805.519 de entradas de extranjeros no residentes al país, de las cuales, el 76,9% de estas llegadas están motivadas por el turismo (Boletín de estadísticas turísticas 2013 - 2017, pág. 8). El alto flujo de turistas permitió que el turismo en Ecuador se desarrolle en gran escala a nivel nacional, para lo cual, los sectores de la actividad turística, han tenido que mejorar su oferta en relación a la demanda actual del turista y sobre todo el atractivo hacia el mercado internacional mostrando una imagen de buena calidad y que se venda por sí sola.

De acuerdo al catastro actualizado del 2019 elaborado por el GAD Municipal del cantón Baños, se registraron 79 operadoras de turismo y tres agencias de viaje duales dentro del cantón Baños. Estas agencias y operadoras turísticas ofertaban principalmente actividades como deportes de aventura, visita a miradores, aguas termales y tour a la selva amazónica. Los deportes de aventura dentro de este cantón se convirtieron en el principal atractivo de la demanda que visita Baños a nivel nacional e internacional, siendo este último uno de los mayores consumidores de este tipo de deportes ya que su oferta misma estaba enmarcada con paquetes completos para la distracción, relajación y liberación del mal actual llamado stress.

Baños no cuenta con un registro de turistas que visita este cantón; sin embargo, la Dirección de Turismo de Baños lleva un control a través de los establecimientos de alojamiento que se encuentran registrados. Mediante la Encuesta de Viajes y Gasto en Feriados Nacionales, se evidenció que el 45% corresponde a una ocupación hotelera de la provincia de Tungurahua en donde el 90% eran turistas y/o excursionistas nacionales y el 10% eran turistas extranjeros, dando como resultado un gasto turístico efectuado durante el feriado de \$23.972 dólares (Ministerio de Turismo, 2019). El flujo monetario que se puede evidenciar a nivel hotelero, muestra una gran dinamización de la economía local, sin considerar que el resto del tiempo también existía afluencia de turistas en su gran mayoría y que no precisamente arribaban en fechas festivas, sino que lo hacían de manera casual y esporádica.

Por medio de las entrevistas realizadas a las agencias de viajes y operadoras de turismo del cantón Baños, se constató que el perfil del turista extranjero realiza visitas periódicas durante todo el año, siendo los turistas estadounidenses, chilenos y franceses, quienes más adquieren los paquetes turísticos que se ofrecen en Baños. Por otra parte, los turistas nacionales vienen, generalmente, en feriados nacionales y su nivel de adquisición es menor a la de los extranjeros; el turista nacional va en grupos de familia y amigos con quienes prefieren visitar directamente los atractivos sin la necesidad de contratar los paquetes turísticos de las agencias y operadoras, por lo que su gasto es mínimo.

### **1.1.2. Comportamiento del turismo posterior al Covid-19 en Baños de Agua Santa.**

El impacto del Covid-19 en el turismo a nivel mundial, redujo significativamente el flujo de turistas en los diferentes destinos y, ante una expansión vertiginosa de este virus por todo el mundo, los gobiernos se vieron obligados a tomar medidas para salvaguardar la salud de la población, es por eso que, para reducir la ola de contagios, la primera medida de los gobiernos fue las prohibiciones de viaje, seguidos de restricciones de movilidad dentro de cada territorio, lo que llevó a un confinamiento total a nivel mundial establecido como cuarentena (Sánchez M., Terán E., Marín M., Marín G. & Illescas M., 2021). Este tipo de restricciones produjo una significativa reducción en el dinamismo de la economía local y nacional, en el que se procuraba realizar los gastos básicos y necesarios.

A nivel nacional los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) se han visto involucrados directamente en tres instancias frente a la crisis por el Covid-19 (Llugsha, 2021):

- Observar y estudiar el impacto que se dio en sus territorios a partir del Covid-19.
- Investigar cuales son los tipos de reactivación y los principales retos.
- Acompañar a las empresas turísticas con asistencia y ayudas específicas para enfrentar el 2021 como el año de una posible reactivación parcial del sistema productivo del turismo.



Con este argumento, el enfoque de que debieron dar los GADs, estuvo enmarcado en el acompañamiento y ayuda para no perder el concepto de promoción y atractivo turístico que debía estar regido por componentes de índole sanitario causado por efecto de la pandemia a nivel mundial por el virus del COVID-19.

Como resultado de la crisis sanitaria por el Covid-19, el comportamiento de los viajeros y su planificación con respecto al turismo en Ecuador ha cambiado drásticamente, en el que la mayor parte de los viajeros prefirió limitarse a viajar para evitar el contagio en las etapas iniciales de la pandemia. Sin embargo, en algunos casos seguía latente la disponibilidad de viajar y realizar turismo interno. Para el año 2021, el Gobierno del Ecuador extendió el Plan de Vacunación 9/100 al sector turístico y de la construcción, a escala nacional, a fin de apuntalar la reactivación económica y productiva del país (Ministerio de Salud Pública, 2021).

El cambio en el comportamiento del turismo posterior al COVID-19 también se evidencia a través del tiempo de pernoctación, donde la tendencia de días de pernoctación ha disminuido a más de una noche. Además, los viajes relacionados a excursiones toman más fuerza en este nuevo escenario turístico, puesto que las personas prefieren lugares con menos aglomeración y más asociados a la naturaleza (Mintur, 2020).

La preferencia de destinos y tipos de turismo a nivel local, se refleja en que los consumidores post pandemia se inclinan por lugares que presentan un buen nivel de higiene mediante protocolos de bioseguridad, destinos menos conocidos, viajes cortos a espacios abiertos donde se mantenga el contacto con la naturaleza y turismo espiritual o místico (Llugsha, 2021). Esta tendencia estaba marcada en el ámbito de tratar de salir de una realidad marcada por el COVID-19 en donde las noticias por esta enfermedad se veían enmarcadas en el ámbito de desesperación, encierro y frustración de no poderse movilizar y salir libremente a circular.

Baños se destaca por su gran variedad de actividades turísticas al aire libre, lo cual, benefició en cierta parte al sector turístico de este cantón, puesto que los turistas que comenzaban a retomar sus viajes post pandemia, buscaban

destinos donde no existan aglomeraciones, vinculados a la naturaleza y sobre todo que cumplan con los protocolos de bioseguridad. A través de las entrevistas a las operadoras turísticas y agencias de viajes del Cantón Baños, se evidenció el cambio que hubo luego de las paralizaciones laborales y turísticas por el COVID-19, en las cuales este sector del turismo tuvo que afrontar problemas económicos, laborales, salud y sobre todo el temor de las personas de salir de sus casas y ser contagiadas.

Mediante el catastro actualizado 2022 elaborado por la Dirección de Turismo de Baños, actualmente en el cantón Baños se cuenta con cinco agencias de viajes duales y 69 operadoras turísticas, en la que varias operadoras cerraron sus negocios por la pandemia y en algunos de los casos ya no trabajan en el sector de operación e intermediación turística, evidenciando una disminución de agencias de viajes y operadores turísticos en comparación del año 2019.

Los propietarios de las agencias y operadoras turísticas que se entrevistaron manifestaron que el turista extranjero aún no regresa en su totalidad por lo cual, no se han recuperado económicamente como se esperaba. Sin embargo, la visita de turistas nacionales al cantón Baños han aumentado desde que el turismo se reactivó en Ecuador, de los cuales, los turistas jóvenes son los que viajan con más frecuencia y requieren de los servicios que las agencias y operadoras turísticas de este cantón ofrecen.

En la actualidad, la Dirección de Turismo no ha establecido un sistema de registro de turistas que visitan el cantón Baños. Sin embargo, en la Encuesta de Viajes y Gasto en Feriados Nacionales se puede evidenciar el nivel de ocupación hotelera en la provincia de Tungurahua al año 2020, la ocupación hotelera era del 18%. Para el año 2021 esta ocupación aumentó y llegó alcanzar el 44%, y, en lo que va del año 2022, la ocupación hotelera ha alcanzado un 52% (Ministerio de Turismo, 2022). Estas cifras muestran que la provincia se ha ido recuperando turísticamente durante estos tres años, pues su ocupación hotelera es mayor que la del año 2019 cuando el turismo se paralizó por la llegada de la pandemia (Figura 1). Además, muchos propietarios de agencias de viajes y operadores turísticos de Baños mencionaron durante las entrevistas que el

índice de turistas extranjeros que visita esta provincia ha disminuido, mientras que el índice de turistas nacionales ha incrementado.

**Figura 1**

*Alojamiento y gasto turístico en feriados nacionales 2019 - 2022.*

Alojamiento y gasto turístico en feriados nacionales			
Feriados nacionales			
Participación	Tarifa promedio	Dispendio por habitación	Presupuesto promedio
45%	58	2,3	1,0
% Participación en alojamiento		Gasto turístico (incluye alimentación)	Visitas turísticas (incluye alojamiento)
Nacionales	Extranjeros	24	398
90%	10%		
Feriados nacionales			
Participación	Tarifa promedio	Dispendio por habitación	Presupuesto promedio
18%	62	2,0	1,0
% Participación en alojamiento		Gasto turístico (incluye alimentación)	Visitas turísticas (incluye alojamiento)
Nacionales	Extranjeros	10	138
94%	6%		
Feriados nacionales			
Participación	Tarifa promedio	Dispendio por habitación	Presupuesto promedio
44%	57	2,1	1,0
% Participación en alojamiento		Gasto turístico (incluye alimentación)	Visitas turísticas (incluye alojamiento)
Nacionales	Extranjeros	18	283
99%	1%		
Feriados nacionales			
Participación	Tarifa promedio	Dispendio por habitación	Presupuesto promedio
52%	55	2,1	1,0
% Participación en alojamiento		Gasto turístico (incluye alimentación)	Visitas turísticas (incluye alojamiento)
Nacionales	Extranjeros	20	329
98%	2%		

*Fuente: Portal de servicios MINTUR: Visualizador de Información Turística 2019 - 2020*

El cantón Baños cuenta prácticamente con toda la planta turística además de ser uno de los cantones más visitados por turistas nacionales y extranjeros, por ello se toma como referencia la ocupación hotelera provincial, puesto que, no existe datos netamente cantonales. Sin embargo, este dato no deja de ser representativo ya que al ser Baños un gran atractivo turístico, refleja la cantidad de actividades que se pueden conseguir en un cantón pequeño como lo es Baños.

## **1.2. Proceso de reactivación turística en Baños de Agua Santa**

Al culminar el año 2020 con una disminución total de ingresos económicos, pérdida de empleos y con la imagen de los destinos turísticos afectada de gran manera, las autoridades sugirieron acciones para contrarrestar los impactos negativos de la disminución de flujos turísticos. Para el año 2021 y parte del 2020 varias empresas públicas y privadas, así como ministerios, diseñaron nuevas estrategias para poder acoplar los requerimientos de los turistas a la nueva realidad. Frente a la situación de la pandemia, el Ministerio de Turismo (2020) publicó a inicios del mes de agosto del 2020 el Plan de Reactivación Turística, el cual tuvo como objetivo generar una reapertura de la actividad turística del Ecuador de manera ordenada y segura mediante protocolos de bioseguridad que eviten el incremento de contagios para los prestadores de servicios turísticos, sus habitantes y especialmente para los turistas.

En el caso de Baños de Agua Santa, guiados por los datos brindados del Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT, 2019), la población económicamente activa se dedica en su mayoría al sector turístico, es por eso que este cantón se caracteriza por ser uno de los destinos turísticos importantes del Ecuador, es así que diseñaron nuevas estrategias de negocios y tuvieron que acoplarse a la crisis sanitaria para lograr un equilibrio comercial de los productos y servicios que ofertan y de esta manera poder operar.

En base a datos del Ministerio de Turismo (2021d), el cantón Baños en el año 2020 recaudó un total de 0,5 millones de dólares en actividades relacionadas con actividades de operación e intermediación turística, es decir, recaudó 0,3 millones de dólares menos que el año 2019, a diferencia de otros subsectores de turismo que registran incrementos en sus ingresos, tal es el caso de restaurantes e incluso de establecimientos de alojamiento en el transcurso de ese año. (Garrido-Cornejo, Cabanilla, Molina, & Villagrán, 2021)

Mediante el plan de reactivación, el cantón Baños comenzó a tener un proceso paulatino de la actividad turística, en conjunto con las normas de bioseguridad como llevar mascarilla, hacer uso de gel o alcohol antibacterial, mantener el

distanciamiento, evitar aglomeraciones, entre otras, protocolos que se han implementado a nivel mundial como medidas de prevención de contagios y no únicamente para la reactivación turística.

La Cámara de Turismo de Baños de Agua Santa presentó el Plan de reactivación económica del cantón Baños post covid-19, con la finalidad de reactivar los diferentes sectores económicos de este cantón a través de medidas de bioseguridad, estrategias de promoción con la finalidad de restablecer la confianza en el destino ofreciendo seguridad a sus visitantes. De igual forma, se ofertaron capacitaciones en los centros de salud para responder las necesidades de los Baños ante el covid-19, planes de contingencia y protocolos sanitarios que se implementaron en los diferentes servicios e instalaciones.

De esta manera, el plan de reactivación y bioseguridad propuesta por la Cámara de Turismo (CAMTUR) surge con la necesidad de reactivar la economía del cantón, manteniendo las fuentes de empleo existentes y tratando de mantener una liquidez con la inoperancia turística de todos sus socios y así desarrollar e identificar las medidas de control y bioseguridad para recuperar la actividad económica de los diversos comercios turísticos. Este plan es un aporte adicional de la empresa privada y una herramienta que el COE cantonal podrá utilizar para mitigar los impactos negativos que ha traído la pandemia (CAMTUR, 2020). En los planes de contingencia se establecen todos los protocolos a seguir y las acciones mínimas para el inicio de operaciones o servicios.

Por parte de la dirección de turismo sostenible que forma parte del GAD municipal de Baños de Agua Santa, se propuso un plan estratégico de marketing a realizarse luego de la emergencia sanitaria Covid-19. La creación de este plan tuvo inicio el 25 de marzo del 2020 donde participó la comisión de turismo conformada por los concejales y la Dirección de Turismo. Al ser baños un referente en el ámbito turístico a nivel nacional, se vio la necesidad de elaborar un plan de marketing para el cantón con el objetivo de mejorar la competitividad, posicionamiento y reactivación post emergencia sanitaria (Propuesta marketing, 2020).

La propuesta del plan estratégico de marketing para Baños de Agua Santa se basó en el involucramiento de los actores tanto del sector público como privado creando así una cadena de valor del destino y proyectar a Baños de Agua Santa como *Destino Seguro y capacitado* nacional e internacionalmente, todo en base al mercado turístico actual. Este plan contaba con una ejecución de 150 días para cumplir con las actividades. En la ejecución de este plan, se analizó la situación del sector turístico en el cantón, para determinar propuestas de marketing basadas en el nuevo perfil del turista e identificación de mercados objetivo llevados de la mano de un análisis de la oferta turística, una vez culminada la primera fase de análisis se concluyó que el plan de marketing estaría dirigido a al mercado local y nacional de esta forma contrarrestando el impacto económico en el sector turístico (Propuesta marketing, 2020).

La reactivación turística post- COVID 19 a nivel nacional ha sido lenta. En el mes de agosto del año 2020 la subsecretaría de desarrollo turístico dirección de planificación y desarrollo territorial realizó el informe de evaluación de requisitos para la obtención del sello Safe travels destinos, en el cual Baños de Agua Santa postuló para obtener este sello como destino seguro. Entre los requisitos más importantes se encontraba una guía general de medidas de bioseguridad para destinos turísticos al momento de su reactivación, en el contexto de la emergencia sanitaria por COVID-19. En la revisión realizada al Gobierno Autónomo descentralizado municipal de Baños de Agua Santa, se verificó la implementación del protocolo de bioseguridad en los servidores turísticos como alojamiento, alimentos y bebidas, operadores y agencias de viajes turísticos. Parte del proceso de acreditación para ser un destino seguro se realizaron charlas de prevención en temas de por el coronavirus y en estrategia de sostenibilidad para ciudades resilientes post pandemia. Es así como la subsecretaría de desarrollo turístico y la dirección de planificación y desarrollo territorial determinaron mediante revisión de documentación remitida por el GAD de Baños y monitoreos de cumplimiento que obtienen el sello Safe Travels para destinos turísticos (Informe Safe travels, 2020).

El gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Baños de Agua Santa, instaure una ordenanza sustitutiva para establecer los protocolos que permitan mitigar la propagación del virus COVID-19 en los establecimientos

turísticos, comerciales y prestadores de servicios públicos y privados de Baños. Es así que, dicha ordenanza establece, regula y controla el cumplimiento de los protocolos para frenar la propagación del covid-19 así también como sancionar el incumplimiento de los mismos. Se llevó un control riguroso de los establecimientos comerciales, turísticos y prestadores de servicio públicos y privados desde la entrada en vigencia el 8 de octubre del 2020. El GADBAS al expedir esta ordenanza proporcionó los lineamientos que cada establecimiento debía seguir según su actividad. Bajo esta misma ordenanza a través de la dirección de turismo sostenible, podían notificar el aforo y el horario de funcionamiento (Ordenanza de protocolos, 2020).

Finalmente, al ritmo de cómo se desarrollaba la pandemia, los protocolos de bioseguridad se iban debilitando. Esto permitió el retorno progresivo de turistas tanto nacionales como extranjeros a Baños, y reactivar el sector turístico en este cantón.

### **1.3. Resiliencia y turismo en Baños de Agua Santa**

Según Cruz, “la resiliencia es una manera de recuperarse de situaciones adversas” (2021, p. 4), frase que intenta explicar qué es lo que permite que una persona se recupere ante una adversidad mientras que otras se ven invadidas por sentimientos de desesperanza y abandono. Para efectos del turismo, muchas de las empresas han encontrado un método adaptativo para facilitar un mejor desarrollo para seguir proyectándose a futuro a pesar de cruzar acontecimientos desestabilizadores como fueron las medidas restrictivas por el COVID-19, encontrándose con condiciones de vida difíciles y padecimiento de afecciones graves en torno a lo psicológico por el encierro y el decaimiento del negocio.

Cuando existen situaciones que parecen no tener salida, la resiliencia invita a desbloquearse, realizar un análisis en retrospectiva y tratar de encontrar nuevas posibilidades de solución frente a las problemáticas (Forés, 2012). Muchas de las empresas de turismo han tratado de resistir una pandemia que dejó destrozado a este sector empresarial, mientras que otras han utilizado el estado de resiliencia para sobresalir con nuevos enfoques y adaptarse al nuevo giro de negocio.

La resiliencia es más que un llamado a incrementar la vigilancia ante ataques inminentes y la preparación ante ellos; alienta a aprender de las catástrofes para que las sociedades respondan mejor a un destino que puede ser peor y que se muestra en un panorama latente (Evans B. y Reid J., 2016).

Baños es considerado uno de los cantones más visitados de la provincia de Tungurahua, se encuentra asentada en una meseta basáltica a las faldas del volcán Tungurahua y debido a ello, se encuentra en una zona de alto riesgo sísmico y volcánico. Este cantón no solo ha atravesado problemáticas naturales, sino también, económicas y turísticas.

El 16 de octubre de 1999, Baños atravesó una evacuación inmediata y total de sus habitantes debido a la erupción del volcán Tungurahua que afectó a sus actividades cotidianas y económicas, esta evacuación forzosa desestabilizó el constructo social que tenía este cantón, su economía y actividades comerciales. Los Baneños regresaron a su cantón el 5 de enero del 2000 pese a la negativa de las autoridades, es decir, tres meses después de haber sido evacuados de manera obligatoria. Varios años después, esta ciudad se reinventó y aprendió a convivir con el riesgo constante de la presencia del volcán, a través del plan de contingencia frente al proceso eruptivo del volcán Tungurahua para el año 2015 que elaboró el departamento de Gestión de Riesgos del GAD Municipal de Baños.

En julio del 2014, Baños fue declarado por las Naciones Unidas como *ciudad resiliente* frente a eventos volcánicos (UNISDR, 2015). Para ser tomado en consideración dentro de esta declaratoria se tomaron en cuenta dimensiones básicas de análisis de resiliencia ante desastres naturales, en el caso de Baños, la presencia del volcán Tungurahua. Además, los cambios y adaptaciones de ámbitos económicos, sociales e institucionales.

El plan de contingencia del Cantón Baños de Agua Santa frente a procesos eruptivos del volcán Tungurahua, ofrece lineamientos sobre prevención, reducción, mitigación, reacción, rehabilitación y reconstrucción, que podrían soportar los habitantes de la ciudad de Baños de Agua Santa, en un determinado momento (GAD Municipal de Baños, 2017). Al implementar, equipar, preparar y



organizar a la población baneña ante este riesgo inminente, se mejoró su la respuesta ante emergencias eruptivas, puesto que, ya se tiene conocimiento sobre las vías de evacuación, zonas seguras, kit de emergencia, entre otros aspectos.

En el artículo publicado por Guerra (2020), habla acerca de la turistificación y la gentrificación como métodos para la reactivación turística de ciudades, en el que describe que la gentrificación turística desplaza a los residentes habituales por turistas. De igual manera, la turistificación como un concepto reciente, en el que se muestra un cambio en las zonas urbanas, para potenciar el creciente negocio turístico.

El cantón Baños como destino turístico también ha demostrado su resiliencia, debido a que, al cerrar el ingreso de turistas a este cantón durante eventos inesperados como deslaves, erupciones volcánicas y actualmente la pandemia, ha provocado que su demanda turística disminuya y que el turismo como principal fuente de ingresos se vea afectada. Sin embargo, la población Baneña ha buscado formas de sobrellevar y mejorar su situación luego de estos eventos, un claro ejemplo de resiliencia ha sido el incremento de atractivos turísticos en Baños los cuales han motivado la visita de turistas a este destino turístico. Claramente, las autoridades públicas y privadas del sector turístico han apoyado estos emprendimientos a través de promoción turística, promoviendo a Baños como destino seguro.

## CAPÍTULO 2

### **Agencias de Viaje y Operadores Turísticos del cantón Baños de Agua Santa, su situación.**

En este capítulo se aborda la reactivación turística desde la perspectiva de las autoridades que representan al sector turístico, tanto del sector público como privado. Así como también las dinámicas de negocio que llevaron a cabo las agencias de viaje y operadores turísticos antes, durante y post pandemia. Finalmente, saber los procesos de resiliencia que se derivaron a partir de la crisis sanitaria por el COVID-19.

#### **2.1. Autoridades de turismo del cantón Baños de Agua Santa y la reactivación turística**

Para hablar de una reactivación turística en el cantón Baños, es necesario tener conocimiento de la gestión que se llevó a cabo por parte de la dirección de turismo en representación del sector público y por parte del sector privado, uno de los gremios más importantes, como lo es la Cámara de Turismo de Baños.

Marco Toledo (2021) en su artículo Estrategias post-COVID 19 para reactivar el turismo local en el Ecuador, con caso de estudio la provincia de Tungurahua, menciona que una vez iniciada la pandemia en el mes de marzo del año 2020 y con el pasar de los meses, se presentó la propuesta de *Reactívale Turismo* por parte del ministerio de turismo con el objetivo de apoyar al sector turístico, esto a su vez fue impulsado por el gobierno nacional. La estrategia de este plan se basó en tres ejes para buscar una dinamización del turismo. El primer eje fue la reactivación de destinos, como punto de partida para la reactivación turística. El segundo eje consta de subdivisiones como son: canal, asistencia y financiamiento que una vez activadas estas subdivisiones se puede pasar al tercer eje que son los protocolos de bioseguridad como fase final para un funcionamiento correcto del plan de reactivación.

Dentro de esta propuesta de reactivación para el turismo a nivel nacional, es fundamental conocer la gestión que el sector público y privado llevaron a cabo, antes, durante y después de la pandemia, enfocándose en el cantón Baños.

En un inicio el plan *Reactívale Turismo* se planteaba enfocar en el visitante nacional e impulsar con mayor fuerza la promoción turística en destinos que tengan turismo rural, agroturismo, turismo de naturaleza, turismo de aventura, etc. Es aquí donde Baños de Agua Santa entra a la lista de destinos en Ecuador que cuentan con esos atractivos.

La Dirección de Turismo de Baños, es la encargada del sector turístico dentro del cantón, en representación del sector público. El ingeniero Cristhian Varela es quien desempeña este cargo desde el año 2019 hasta la actualidad. Dentro de sus funciones está controlar y regular las actividades del sector turístico, marketing de la ciudad y campañas publicitarias enfocadas al turismo para promover a Baños como destino turístico tanto en el ámbito nacional como internacional.

En la entrevista realizada al director de turismo del cantón Baños, este aborda temas desde su perspectiva de cómo se encontraba el turismo en años posteriores a la pandemia.

*(...) El turismo antes del 2020 que nos llegara la pandemia era muy bueno; excelente pudiera decir, porque existía dinamismo en la economía de la población, porque todas nuestras actividades aquí son basadas en el turismo. Había turistas para todos, y eso hacía que todos tengan fuentes de empleo (...) (Autoridad sector público, E17SP).*

De forma que la entrevista continuaba, el director de turismo, dio su opinión acerca de la gestión de las autoridades a cargo en años posteriores a que iniciara su gestión.

*(...) Las autoridades anteriores no utilizaba buenas estrategias de marketing, se enfocaban a un target de mercado medio bajo cuando la ciudad quería un target medio alto. Esa publicidad permanente enfocada a ese target nos trajo ese tipo de mercado, perdimos el mercado americano, quiteño, porque ya no comenzaron a venir. Con el tiempo Baños empezó a convertirse en una ciudad de paso para los comerciantes de Ambato y Quito en su mayoría. Cuando nosotros*

*ingresamos encontramos la ciudad en mal estado turístico, desde ahí armamos estrategias de marketing que permitan que Baños tenga un mayor alcance turístico (...) (Autoridad sector público, E17SP)*

La dirección de turismo del cantón Baños en la actualidad liderada por Cristhian Varela, ha enfocado su labor en la promoción de Baños de Agua Santa como destino seguro, así también en estrategias de reactivación turística para que los establecimientos estén listos para recibir turistas al momento de que se levanten las restricciones de movilidad por motivos de pandemia, según la entrevista realizada que indica:

*(...) Primero capacitamos y vacunamos a los Baneños para poder asegurar al turista que Baños es un destino seguro. Estos procesos se informaban mediante las redes sociales de la Dirección de Turismo de Baños, donde los Baneños conocían sobre las capacitaciones virtuales que se brindaban en temas de alimentos y bebidas, normas de bioseguridad, atención al cliente, deportes extremos, como crear nuevos emprendimientos y promoción de los atractivos turísticos. Estas capacitaciones fueron de manera voluntaria para todos aquellos Baneños que estaban interesados (...) (Autoridad sector público, E17SP).*

Como es de conocimiento público, a nivel nacional se inició el proceso de vacunación a la población, para frenar los contagios por COVID-19. En el cantón Baños, el plan de vacunación se realizó con éxito, sin embargo, las capacitaciones que menciona el director de turismo en la entrevista, no fueron de conocimiento público. Los propietarios de varios establecimientos turísticos mencionaron no tener conocimiento de que se realizaron capacitaciones y que las gestiones que realiza la dirección de turismo no son de ayuda prioritaria para las necesidades que tienen.

La dirección de turismo comenzó el proceso de reactivación para atraer turistas de nuevo a Baños. Es por eso que se implementaron varias campañas de marketing para impulsar la visita prioritaria de la población

nacional, que era la única que se encontraba en capacidad de viajar dentro del territorio ecuatoriano.

*(...) A partir del 1 de enero se aprobó la reactivación del turismo, para lo cual iniciamos con campañas para que los turistas visiten baños y por eso implementamos protocolos de bioseguridad como era el uso del gel antibacterial, la mascarilla, el aforo de personas en los atractivos turísticos, etc. (...) (Autoridad sector público, E17SP).*

Se llevaron a cabo varios procesos durante la pandemia, y es así como se puede hablar de un turismo post COVID-19 donde la actividad turística recobra protagonismo en los diferentes destinos, continúa especificando en la entrevista:

*(...) El turismo aquí en Baños se ha recuperado poco a poco, puesto que los turistas han comenzado a volver, pero nos hemos enfocado y se les ha pedido a los servidores turísticos que cobren el valor que es, sabemos que el turista nacional sabe regatear mucho, pero debemos hacer valer nuestros servicios (...) (Autoridad sector público, E17SP).*

*(...) Hemos ayudado a las agencias de viajes y operadoras turísticas a promocionar los atractivos turísticos, ya no enfocados en duendes o melcochas, si no con un enfoque en los diferentes atractivos turísticos y esa promoción turística ayudó a que los turistas visiten. (...) (Autoridad sector público, E17SP)*

Basado en lo mencionado por Cristhian en párrafos anteriores, se puede observar que la dirección de turismo planeó varias actividades durante la pandemia; para poder tener un resultado fructífero al momento de que las restricciones de movilidad a causa de la pandemia se alzaran y los turistas pudieran volver a realizar sus viajes.

Como consecuencia a todos los procesos que se llevaron a cabo durante la pandemia, con la finalidad de reactivar el turismo, el GAD Baños de Agua Santa fue acreedor al *Reconocimiento Reinventando* en la ciudad de Cuenca por el

esfuerzo, compromiso, trabajo, pasión y gestión al sector Turístico en tiempos de crisis (Boletín de prensa GAD Baños, 2021).

Baños participó en la Convención Internacional de Turismo Discover CIT 2021 en la ciudad de Manta donde se le otorgó el premio Ñay, el cual es un reconocimiento a la *Excelencia Turística*. Además, Baños recibió el primer lugar en la categoría Mejor lugar o destino del Ecuador para visitar Turismo de Aventura y Deportes entregado por la Revista Ekos Reconocimientos Travel Ec 2022.

El sector público, el Ministerio de Turismo, así como los gobiernos autónomos descentralizados a nivel nacional han realizado planes y propuestas de reactivación turística, tal es el caso de Baños, que como se mencionó anteriormente, recibió varios reconocimientos relacionados con su eficiente plan de reactivación turística. Sin embargo, el sector privado ha visto ineficiente la gestión de las autoridades públicas por lo que expresan su descontento con las políticas públicas poco aplicables para las necesidades reales del sector turístico.

En representación del sector turístico privado del cantón, se encuentra la Cámara de turismo de Baños (CAMTUR); que alberga alrededor de 150 socios afiliados los cuales están regidos por un directorio y un presidente. En la entrevista realizada a Yadira Escobar, que se desarrolla en el cargo como jefa de comunicación en la cámara de turismo de Baños, dio a conocer lo que han desarrollado en materia del turismo antes, durante y post COVID-19, haciendo énfasis que al ser una institución privada ellos centran sus servicios para el bien de sus socios:

*“(...)A nuestros socios les ayudamos en todos los trámites burocráticos, permisos de funcionamiento, usos del suelo (...)”*  
(Autoridad sector público, E18SPR)

Los nuevos atractivos turísticos en la ciudad de Baños son pertenecientes a la empresa privada, donde decidieron invertir e innovar sus servicios, y crear nuevos lugares de visita para los turistas nacionales y extranjeros, esto se

realizó conjuntamente con el apoyo de la CAMTUR, donde se pudo evidenciar el trabajo que este gremio realiza en pro de sus socios.

En dicha entrevista comentó en cómo la CAMTUR se ha enfocado en mantener vivo al destino mediante promoción, para que el turista piense en Baños de Agua Santa como prioridad para viajar. Durante la pandemia, fueron los creadores de un plan de reactivación modelo que después de varios ajustes lo presentaron al COE nacional y este lo adoptó para que funcione dentro del cantón, conjuntamente con el propuesto por el ministerio de turismo.

El trabajar conjuntamente la dirección de turismo y la cámara de turismo de Baños en promoción turística para el destino es algo que no se ha logrado debido a los constantes roces por las diferentes luchas que manejan cada uno, la entrevistada mencionó que ellos velan por el bienestar de sus socios que son a quienes se deben buscando siempre que sus negocios sobresalgan en todo aspecto.

Baños de Agua Santa ha logrado manejar la situación de crisis en el sector turístico de mejor manera en relación a otros destinos donde la actividad turística es su principal fuente de ingresos. Por cuanto, el trabajo articulado y coordinado entre las organizaciones públicas y privadas han traído consigo diferencias y roces entre ambas partes, donde se critica el gestionar y accionar del otro, así se evidenció como mencionó Yadira Escobar en su entrevista: “Acá trabajamos y no figuramos” refiriéndose al sector público.

## **2.2. Agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa y las dinámicas del negocio de turismo.**

En el Catastro actualizado 2022 por la Dirección de Turismo de Baños, se registran hasta el día de hoy cinco Agencias de Viajes Dual y 69 Operadores Turísticos dentro del cantón Baños. Además, se registraron 17 Operadores Turísticos y una Agencia de Viajes Dual con cierre temporal. Estas agencias y operadores turísticos manejan dinámicas de negocios digitales para la promoción de sus servicios y/o productos, esto mediante Facebook, Instagram y TripAdvisor; las cuales ellos consideran las más importantes y de mayor alcance comercial sin dejar de lado la venta común, es decir, el conocido *de boca a boca*.

Actualmente se siguen manejando estas dinámicas de negocio, y solo en algunos negocios han optado por involucrarse con nuevos medios digitales que les permitan un mayor alcance y reconocimiento local y nacional.

Estas Agencias de Viajes Duales y Operadores Turísticos se especializan en proporcionar servicios de deportes de aventura, tales como el rafting, canyoning, canopy, trekking, puenting, montañismo, tours a la selva; también ofrecen servicios más familiares, como la visita a miradores, termas, museos, iglesias, zoológicos, hosterías, fábrica de dulces, entre otras actividades. Sus servicios luego de la pandemia no cambiaron en su totalidad, en algunos casos, los propietarios de los negocios turísticos en Baños se vieron en la necesidad de reducir la tarifa establecida de sus servicios previo a la pandemia, ya que el mercado que visita actualmente este cantón es el turista nacional, para el cual se tuvo que analizar y adaptar a las necesidades de este perfil del turista. Al incrementar la oferta turística en el cantón, las agencias de viajes y operadores turísticos implementaron estos nuevos atractivos a su oferta y poco a poco han restablecido los precios, tomando en cuenta sus costos y gastos. Cabe destacar que Baños de Agua Santa se caracteriza por tener una oferta de actividades turísticas muy amplia.

A raíz de la pandemia del COVID-19, este sector del turismo tuvo que adaptarse a los cambios no solo del turista, sino también, a los medios digitales que comenzaron a tener un mayor alcance publicitario durante el confinamiento, tal es el caso de la red social Tik Tok, esta red social permite que sus usuarios puedan mostrar sus momentos de diversión día a día entre otros desde su teléfono móvil. Desde el punto de vista de los trabajadores del sector turístico esta red social ayudó a la promoción de sus servicios y atractivos turísticos del lugar a través de pequeños videos. Desde que se reactivó el turismo en este cantón, la Dirección de Turismo ha incentivado la visita a Baños a través de videos cortos en TikTok, varios de estos videos tuvieron un gran alcance, causando no solo interés en el turista nacional sino también en el turista extranjero.

De acuerdo a las opiniones de los propietarios de las Agencias y Operadores turísticos, esta nueva herramienta atrajo a un gran número de turistas jóvenes,



quienes, motivados por volver a viajar y salir del confinamiento de la pandemia, comenzaron a llegar a Baños en pequeños y grandes grupos, ya sean familiares o amigos. Sin embargo, mencionan que el perfil de clientes que resulta más beneficioso para ellos, es el turista extranjero puesto que su decisión de compra se enfoca en la relación calidad/precio, mientras que el turista nacional opta por servicios más económicos, recurriendo a prestadores de servicios turísticos no regulados que en muchos casos, no brindan un servicio de calidad y a la larga perjudica a las agencias de viajes y operadores turísticos legales, puesto que, se brinda una mala imagen de los servicios. Algunas de las operadoras de turismo mencionan una inconformidad con los denominados “enganchadores”

*(...) Los conocidos enganchadores son un problema que no se va a terminar porque no hay una ley para regular este tipo de trabajo, ya que afecta a otros compañeros porque llevan a los turistas a las agencias de viajes y operadoras más cercanos al terminal (...)*  
(Operador Turístico, E40T).

*“(...) ofrecen eliminar este problema, pero no se puede eliminar a los enganchadores sino más bien, se deben organizar y vincular a las agencias de viajes legales previo a una educación del turismo”*  
(Operador Turístico, E80T).

*“(...) este problema afecta porque otras agencias desvalorizan su trabajo y la calidad de los servicios, muchos de ellos trabajan con guías sin licencia”* (Operador Turístico, E120T).

*“(...) el problema realmente no son los enganchadores sino la manera en la que ellos trabajan sin pagar ningún impuesto y sin la educación necesaria para tratar con los turistas”* (Operador Turístico, E130T).

Dentro de este aspecto, los conocidos “enganchadores”, son personas que se encuentran en los exteriores de terminales o hoteles, ofreciendo servicios turísticos más económicos, pero sin un respaldo de que el tipo de servicio que brindan sea de calidad, y algunos turistas se han visto afectados por algunos inconvenientes durante su estadía. Además, se recalca que quienes ofrecen

estos servicios no siempre cuentan con una educación en el ámbito turístico, lo cual se ve reflejado en el lenguaje que utilizan al vender sus servicios.

El Director de Turismo de Baños menciona que el tema de los enganchadores “es un problema que ha existido por unos 20 años, que se encuentra muy arraigado en las personas. Es un tema bastante complicado” (2022). Ellos como autoridades de turismo, y dentro de sus competencias, desarrollaron la campaña: *“Por tu seguridad no compres servicios en la calle”*. Esta campaña tuvo como objetivo prevenir a los turistas de hacer uso de estos servicios no regulados, puesto que, al ser servicios irregulares no pueden tener un respaldo de que se les brindaran servicios de seguros y de calidad. Se logró un impacto positivo, los turistas tomaron conciencia al momento de adquirir sus servicios turísticos dentro del cantón únicamente en establecimientos regulados y registrados en la Dirección de Turismo, verificando así que cumplan con todas las normas y leyes requeridas para su funcionamiento.

### **2.3. Procesos de resiliencia derivados de la crisis pandémica en las Autoridades y agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa.**

La pandemia afectó a diversos sectores económicos y productivos a nivel mundial, siendo el turismo uno de los afectados por la paralización de actividades comerciales y turísticas. Baños al ser un cantón dedicado mayormente al área turística, afrontó muchos problemas en su economía y en su estructura social. Las autoridades del cantón Baños, en conjunto con la Dirección de Turismo implementaron diferentes estrategias para brindar un apoyo al sector turístico, comercial y productivo del cantón.

Como parte de los procesos que benefician a los baneños y sus negocios en su proceso de resiliencia ante los estragos de la pandemia, el GAD Municipal de Baños expide las siguientes ordenanzas:

- Ordenanza con objetivo evitar la generación de multas o sanciones por incumplimiento de sus obligaciones

*“Ordenanza que exonera y/o amplía el plazo para cumplir con las obligaciones tributarias establecidas en ordenanzas municipales, en*

*el contexto del estado de excepción y emergencia sanitaria declarada por el gobierno nacional, en todo el territorio ecuatoriano” (GAD Baños, 2020a).*

Esta ordenanza tuvo como objetivo evitar la generación de multas o sanciones por incumplimiento de sus obligaciones, mediante la exoneración y/o ampliación del plazo del pago de las obligaciones tributarias y no tributarias (servicios básicos, impuesto del 1.5 por mil, LUAF de establecimientos turísticos, espacios utilizados en bienes de uso público). Permitiendo de este modo que los contribuyentes baneños tengan la posibilidad de trabajar para poder cumplir con sus obligaciones las cuales pudieron ser cumplidas debido a la falta de actividad económica que atravesaron.

- Ordenanza con objetivo establecer protocolos de bioseguridad

*“Ordenanza sustitutiva que establece los protocolos que permiten mitigar la propagación del virus COVID-19 en los establecimientos turísticos, comerciales y prestadores de servicios públicos y privados en el cantón Baños de Agua Santa” (GAD Baños, 2020b).*

Esta ordenanza tuvo como objetivo establecer protocolos de bioseguridad que permitan que los prestadores de servicios públicos y privados del cantón Baños trabajen de manera segura y responsable, para ellos y los turistas que visitan al cantón. Estos protocolos, también brindaron una imagen positiva a la población, puesto que, al mismo tiempo que buscaban reactivar sus actividades económicas mostraban su capacidad de adaptarse y sobrellevar la situación que los inquietaba.

- Ordenanza que establece las normas, regulaciones y disposiciones para el desarrollo de tours

*“Ordenanza que regula la actividad y servicio de transporte terrestre turístico en el cantón Baños de Agua Santa” (GAD Baños, 2020c).*

Esta ordenanza establece las normas, regulaciones y disposiciones para el desarrollo de tours a través de transportes terrestres turísticos que se desarrollen

dentro del cantón Baños. Al establecer esta ordenanza se tuvo un control de los transportes terrestres turísticos que circulaban por las rutas turísticas en Baños, puesto que, las autoridades buscaban proponer un ordenamiento de la actividad en base al control del uso y ocupación del suelo; en el caso de Baños, las “chivas” son el principal medio de transporte turístico interno utilizado por agencias de viajes y operadores turísticos para la visita de atractivos y/o rutas turísticas.

Por otra parte, los Baneños demostraron una vez más la capacidad que tienen para recuperarse de las adversidades de la vida, puesto que, al enfrentarse a una pandemia para la cual no estaban preparados, ellos se adaptaron a las medidas de bioseguridad establecidas a nivel nacional y a las restricciones decretadas por el alcalde de Baños. La población baneña buscó la manera de generar ingresos durante la pandemia pues, muchas de sus reservas fueron canceladas y en muy pocos de los casos, los turistas aceptaron posponer sus reservaciones hasta que haya la posibilidad de realizar las actividades turísticas que oferta este cantón.

La Dirección de Turismo de Baños, tuvo un papel fundamental en este aspecto, ya que el ing. Cristhian Varela mencionó durante la entrevista que, como método de apoyo para el sector de intermediación y alojamiento, se promocionaron una variedad de campañas, dentro de las cuales se encuentran:

1. *No canceles tu reserva, reprograma.* - pese a que se tuvo buenos resultados para que el inversionista pueda quedarse con dinero, hubo personas que exigieron un reembolso de sus reservas.
2. *Nos estamos preparando para ti.* - el objetivo de esta campaña fue mostrar a los turistas como Baños se estaba preparando para la reactivación del turismo en el cantón, esto a través de la obtención del sello *Safe Travel Destino Baños 2020*, otorgado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), durante la pandemia este sello se convirtió en uno de los más importantes en el ámbito turístico, puesto que, mostraba a los turistas que el cantón era seguro para realizar sus actividades turísticas, ya que los establecimientos turísticos que contaban con este sello habían pasado por los diferentes requisitos establecidos por las autoridades

del cantón para prevalecer la salud y seguridad de sus turistas, y de este modo volver a reactivar el turismo y la economía del cantón.

3. *Baños te espera.* - con la cual se logró cautivar a cientos de turistas para que visiten Baños, conocimiento sus nuevos atractivos, sus protocolos de bioseguridad y sobre todo controlando los espacios de visita para evitar aglomeraciones y precautelar la salud de sus visitantes. Antes de que se conociera la variante Ómicron en el país, se lanzó una última campaña denominada *Baños ciudad de luz*. Para estas dos últimas campañas se pidió apoyo del Gobierno Provincial de Tungurahua para el pautaaje televisivo que se tuvo a través de un canal de televisión nacional. También se realizaron gira de medios y coberturas, se asistió a diversas ferias turísticas en la que se obtuvo diversos premios y reconocimientos.

El ejemplo más claro de resiliencia dentro de Baños es el aumento de atractivos turísticos los cuales fueron construidos durante el confinamiento por el COVID-19. Es importante recalcar que estos nuevos atractivos son privados, es decir, que su entrada no es gratuita; sin embargo, los precios establecidos para la visita de los turistas son realmente accesibles, por lo regular no superan el valor de \$5 dólares. Esto demuestra que, a pesar de estar en una crisis sanitaria, no se cerraron a la idea de innovar, por lo contrario, mejoraron sus servicios, promocionaron a Baños como destino seguro y crearon una nueva expectativa en el turista, motivando de esta manera la visita a los nuevos atractivos y reactivar la economía de Baños.

Los premios y reconocimientos que ha obtenido y sigue obteniendo Baños a partir de su reactivación turística, muestran la resiliencia que no solo los Baneños tienen, sino también el cantón Baños como destino turístico.

### **CAPÍTULO 3**

#### **Exploración de los procesos de resiliencia de las Agencias de Viaje y Operadores Turísticos del cantón Baños de Agua Santa.**

##### **3.1 Identificación de las Agencias de Viaje y Operadoras Turísticas del muestreo aleatorio.**

Para el cumplimiento de lo propuesto, se inició con una identificación a los actores del sector de intermediación turística, donde se usó el Catastro Actualizado 2022 elaborado por la Dirección de Turismo; en este archivo se encuentra el registro legal de los diferentes sectores del turismo, tales como:

- Alojamiento
- Alimentación
- Intermediación Turística
- Transporte turístico
- Recreación

Con el análisis de estos datos se tuvo una idea clara de cuántas Agencias de Viajes y Operadores Turísticos se encuentran legalmente registrados dentro del cantón Baños. Luego se procedió a realizar un sorteo aleatorio mediante la creación de un sorteador en una hoja de cálculo, en el que a través de esta herramienta se identificó la muestra que se utilizó con el fin de descubrir las dinámicas que utilizaron para adaptarse al escenario provocado por el Covid-19. Así como se tuvo presente el uso de instrumentos de investigación y fuentes secundarias, para la triangulación de los datos obtenidos. (Figura 2)

En el primer grupo se encuentran las Agencias de Viajes y Operadores Turísticos del cantón Baños, hasta al año 2022 se han registrado un total de 74 establecimientos turísticos del sector de intermediación; de las cuales se tomó como muestra un total de 16 establecimientos pertenecientes al sector de intermediación para ser precisos el software arrojó los siguientes resultados: una agencia dual y a 15 operadoras turísticas; estos servidores se consideraron relevantes dentro de los procesos de reactivación turística y resiliencia a raíz de la pandemia por el COVID-19. (Tabla 1)

**Tabla 1***Agencia de Viajes y Operadores Turísticos seleccionadas para entrevistas.*

<b>N.º</b>	<b>Nombre Comercial</b>	<b>Nombre del Entrevistado</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Código</b>
1	SAFE DESTINY	Erika Fonseca	Agencia de Viajes Dual	E1AVD
2	CHEBASTOUR	Sebastian Vega	Operador Turístico	E2OT
3	IMAGINE ECUADOR	Juan Gacitua	Operador Turístico	E3OT
4	ALEXANDERTOUR	Alexander Castro	Operador Turístico	E4OT
5	DREAM PARADISE	Fabian Portilla	Operador Turístico	E5OT
6	REGINA-TRAVEL	Mauricio Frallos	Operador Turístico	E6OT
7	MAGIC-EXPERIENCE ECUADORIAN TRAVEL AGENCY	Sara Palacios	Operador Turístico	E7OT
8	TOPSPORT ADVENTURE	Claudio Cárdenas	Operador Turístico	E8OT
9	PEREZ TOURS	Mario Sevilla	Operador Turístico	E9OT
10	SIERRA SELVA	Steven Santacruz	Operador Turístico	E10OT
11	LOS OSOS TOURS	Christian Coba	Operador Turístico	E11OT
12	MTS ADVENTURE MYKANEY	María José López	Operador Turístico	E12OT
13	ALEXANDER TOUR S.A.	Alexander Ubilluz	Operador Turístico	E13OT
14	CARRILLO HERMANOS	Marco Moran	Operador Turístico	E14OT
15	TURISMO ECUADOR 24	Alejandra Urco	Operador Turístico	E15OT
16	RIO VERDE ADVENTURE CIA LTDA	Juan Carlos Naranjo	Operador Turístico	E16OT

*Nota: Elaboración propia*

Para poder analizar los puntos de vista referente a la reactivación turística y la resiliencia del cantón Baños desde otra perspectiva, se estableció un segundo grupo que lo conformaron las autoridades referentes al sector turístico; un actor del sector público y otro del sector privado. Estos actores se consideraron relevantes para conocer el accionar de las autoridades en temas turísticos antes, durante y posterior a la emergencia sanitaria. (Tabla 2)

**Tabla 2**

*Actores del sector público y privado del cantón Baños de Agua Santa.*

Nombre	Cargo	Sector	Código
Cristhian Varela	Director de Turismo	Autoridad sector público - DIRECCIÓN DE TURISMO	E17SP
Yadira Escobar	Jefa de comunicación	Autoridad sector privado - CAMTUR	E18SPR

*Nota: Elaboración propia*

Finalmente, al definir los dos grupos estratégicos para la investigación se procedió a tener un primer acercamiento en el área de estudio, donde se tuvo una perspectiva propia de la situación y una entrevista piloto a 2 operadoras turística para a su vez obtener una guía de preguntas para la creación del cuestionario que se usó finalmente para la investigación. En la segunda visita de campo para el levantamiento de las entrevistas, se llevó a cabo las preguntas semiestructuradas; donde se definieron preguntas abiertas para que los entrevistados tengan la posibilidad de expresarse libremente.

Se realizaron un total de tres cuestionarios (Anexo A), los cuales tenían objetivos en común pero estructurados de manera diferente. Dos de estos cuestionarios estuvieron direccionados con temas gubernamentales, sociales, turísticos y de salud pública, puesto que se entrevistó al Director de Turismo del GAD Municipal de Baños y al representante de la Cámara de Turismo de Baños. El cuestionario restante estuvo dirigido a los 16 Operadores Turísticos y Agencias de Viajes localizadas en diferentes puntos del casco urbano del cantón.



### 3.2. Obtención de datos de las Agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa.

Para la obtención de datos de las Agencias de Viajes y Operadores Turísticos del cantón Baños de Agua Santa se realizaron un total de 16 entrevistas semiestructuradas, las cuales fueron aceptadas previo consentimiento por los entrevistados.

Las Agencias de Viajes y Operadores Turísticos fueron entrevistados mediante una visita de campo de manera presencial, para lo cual se contó con un acta de consentimiento para la entrevista, una grabadora de audio y una cámara para realizar las fotografías de evidencia durante y después de la entrevista. (Anexo B)

En la tabla 3 se detallan los actores claves para el estudio y análisis de la presente investigación, los cuales fueron partícipes de las entrevistas semiestructuradas que se realizó.

**Tabla 3**

*Actores claves para la elaboración de las entrevistas semiestructuradas.*

Tipo de Agencia	Código del Entrevistado	Duración de la entrevista	Fecha	Lugar	Tipo de entrevista
Agencias de viajes	E1AVD	15:40:00	8 de marzo del 2022	Local comercial	Presencial
Operadores turísticos	E2OT	31:52:00	8 de marzo del 2022	Local comercial	Presencial
Operadores turísticos	E3OT	11:28:00	19 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operadores turísticos	E4OT	20:02:00	19 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operadores turísticos	E5OT	13:46:00	20 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial

<b>Tipo de Agencia</b>	<b>Código del Entrevistado</b>	<b>Duración de la entrevista</b>	<b>Fecha</b>	<b>Lugar</b>	<b>Tipo de entrevista</b>
Operadores turísticos	E6OT	10:46:00	20 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operadores turísticos	E7OT	17:10:00	19 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operadores turísticos	E8OT	18:53:00	19 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operadores turísticos	E9OT	14:02:00	19 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operadores turísticos	E10OT	17:15:00	19 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operador Turístico	E11OT	12:58:00	19 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operador Turístico	E12OT	23:51:00	20 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operador Turístico	E13OT	17:09:00	20 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operador Turístico	E14OT	17:15:00	20 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operador Turístico	E15OT	26:22:00	20 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Operador Turístico	E16OT	10:15:00	20 de mayo del 2022	Local comercial	Presencial
Autoridad sector público	E17SP	57:35:00	20 de mayo del 2022	Oficina Dirección de Turismo Baños	Presencial

Autoridad sector privado	E18SPR	17:57:00	20 de mayo del 2022	Oficina CAMTUR	Presencial
--------------------------------	--------	----------	---------------------------	-------------------	------------

Nota: Elaboración propia

### 3.3. Resultados de la exploración de los procesos de resiliencia de las entrevistas.

A partir de las entrevistas realizadas, se evidenciaron los diferentes puntos de vista de los procesos de resiliencia que los Baneños, las autoridades y los sectores turísticos y comerciales del cantón atravesaron desde la llegada de la emergencia sanitaria al Ecuador. Dentro de las entrevistas se resaltan las siguientes preguntas junto con las respuestas que se obtuvieron de cada uno de los entrevistados y que permitieron desarrollar el objeto de este estudio y que muestran el resultado de la exploración.

- a) ¿Cómo describiría la situación del turismo en Baños de Agua Santa previo a la pandemia iniciada en marzo de 2020 en Ecuador?
- E1AVD: Era bueno porque teníamos mucha gente que venía y eran extranjeros.
  - E2OT: Habían turistas extranjeros en su mayoría y si gastan entonces puedo decir que era muy bueno.
  - E3OT: Turismo recreativo grande de 99 por ciento y turismo interno
  - E4OT: Considero que era excelente
  - E5OT: Económicamente estamos mejor que ahora, ya que teníamos una gran cantidad de turistas durante todo el año
  - E6OT: Era muy superior al de ahora, los turistas venían durante todo el año y eso nos permitía estar bien económicamente.
  - E7OT: Con bastante acogida se podría decir
  - E8OT: Baños tiene varios tipos de turistas: religioso, cultural y de aventura. Para el turismo religioso por lo general el turista nacional viene bastante en feriado, para el turismo de aventura por lo general europeos y americanos de distintas partes del mundo
  - E9OT: Turismo nacional e internacional en su mayoría era muy bueno porque estaban dispuestos a gastar y pagar por las actividades
  - E10OT: Perdíamos un poco de turismo por malos servicios de otros

operadores

- E11OT: Había bastante turista se puede decir que un 100%
- E12OT: Era bueno, el turismo era para todos, pero no había control y no afectaba demasiado, ahora es diferente
- E13OT: Fue muy duro para todos nosotros, porque la gente no salía y no venían, la economía decayó bastante aquí porque es una ciudad que vive del turismo. En general todo lo que ustedes ven aquí es turístico, entonces nosotros esperábamos los feriados y fines de semana porque la gente venía de manera periódica. También las restricciones del aforo, las mascarillas nos afectaron drásticamente
- E14OT: Fue bueno para todos, teníamos muchos turistas de todo lado.
- E15OT: Teníamos una gran llegada de turistas extranjeros y el turismo era bueno en este cantón y había turista para todas las agencias y operadoras
- E16OT: Fue bueno hasta que llegó la pandemia.

b) ¿Cuáles eran los servicios que ofertaba usted antes de pandemia?

- E1AVD: Deportes aventura, tours a la selva y lo que se hace aquí en baños.
- E2OT: Tours al pailón del diablo, las cascadas, los miradores que había y deportes.
- E3OT: Turismo de naturaleza y deportes de aventura
- E4OT: Deportes de aventura, montaña, selva
- E5OT: Canyoning, rafting, selva, salto del puente, puente tibetano, ascenso al volcán
- E6OT: Combinados de tours a la selva, con actividades aquí en Baños para visitar las melcochas, alquiler de bicicletas y carros.
- E7OT: Deportes de aventura, visita a los miradores, tour a la selva
- E8OT: Todo lo referente a deportes de aventura: rafting, Canyoning y actividades extremas
- E9OT: Deportes extremos, miradores, chivas, selva, todo
- E10OT: Paquetes exclusivos para extranjeros con tours a la selva, deportes de aventura. Para nacionales a las aguas termales

y otras actividades

- E11OT: Deportes de aventura, chiva, tours
  - E12OT: Canyoning, parapente, rafting, renta de bicicletas, tour aventura, renta de vehículos, tour Down
  - E13OT: Siempre se ha ofrecido todo, miradores, paseos en chivas, aguas termales, Canyoning, etc
  - E14OT: Excursiones a la selva, las piscinas, turismo de naturaleza y también deportes de aventura.
  - E15OT: Deportes de aventura, trekking, escalada a las montañas, selva, cuadrones, bicicletas y tour privados
  - E16OT: Alquiler de cuadrones, buggies, bicicletas y deportes de aventura como rafting, canyoning.
- c) ¿Cuáles fueron los canales de promoción y comercialización de sus servicios antes de la pandemia?
- E1AVD: El boca a boca por recomendación y los flayers
  - E2OT: La gente ya nos conocía y nos contactaban por recomendación
  - E3OT: Página web, TripAdvisor, agencias de viaje de Quito
  - E4OT: Redes sociales como Facebook, Instagram, publicidad y volantes
  - E5OT: Facebook, recomendaciones de boca a boca
  - E6OT: Facebook, tripadvisor.
  - E7OT: Redes sociales como Instagram, Facebook
  - E8OT: Página Web, TripAdvisor, boca a boca, hoteles y restaurantes del cantón, medios digitales, operadoras de Montañita, Quito, Guayaquil y Puerto López
  - E9OT: Facebook únicamente
  - E10OT: Promoción de boca a boca
  - E11OT: recomendaciones de boca a boca
  - E12OT: Página web, TripAdvisor, redes sociales, boca a boca, recomendaciones
  - E13OT: Redes sociales, Facebook, WhatsApp, página web, nosotros igual trabajamos con agencias de Quito, agencias internacionales

- E14OT: Redes sociales y flayers que dejamos en hoteles.
  - E15OT: Redes sociales, página web, Booking, TripAdvisor
  - E16OT: Whatsapp, y redes sociales.
- d) ¿Qué nueva oferta de atractivos turísticos ha aumentado en sus servicios?
- E1AVD: Rutas a los nuevos atractivos que están en la montaña.
  - E2OT: Mantenemos los mismos y también visitando miradores en la noche.
  - E3OT: Jeepeta, buggy, tour a la amazonia
  - E4OT: Hemos aumentado como cinco rutas con los nuevos atractivos turísticos que hay
  - E5OT: Visita a los nuevos miradores en chivas, cascadas nocturnas y seguimos con las actividades de deportes de aventura
  - E6OT: Hay nuevos atractivos entonces ahora también hay rutas que van hacia allá.
  - E7OT: Los nuevos atractivos que hay ahora en baños por ejemplo en cuestión de chiva han abierto nuevos lugares turísticos entonces se abren nuevas rutas
  - E8OT: Si, de los que antes teníamos cinco miradores ahora hay más de 20 miradores nuevos y hay más rutas y senderos, hay más cosas amigables para ir en familia, etc
  - E9OT: Los nuevos atractivos que son de inversión privada todo eso implementamos en los tours
  - E10OT: Ahora tenemos cascadas, y los nuevos atractivos de los miradores nuevos que salieron
  - E11OT: Los nuevos atractivos que salieron por la pandemia los miradores, animal park, manos de dios, pies de dios
  - E12OT: Realmente no muchos, lo que se ha aumentado ha sido por el tema de los nuevos atractivos como full Day Baños, para que conozcan las Antenas, Las manos de la Pachamama, Las manos de Dios y otros miradores que aún están llamando la atención
  - E13OT: Bueno ahora hay nuevos proyectos de miradores en las montañas, entonces eso aumentamos en nuestra oferta. Hay un parque encantado, miradores del vuelo del cóndor, etc
  - E14OT: Las manos de la pachamama, que son huevos al igual que el vuelo del cóndor, el parque encantado.

- E15OT: Los nuevos miradores que se han construido en Baños por parte del sector privado, estos son espacios más para fotografías y es donde el turista nacional va
  - E16OT: Los atractivos nuevos por ejemplo: miradores y parques temáticos.
- e) ¿De qué manera cree que estos procesos de reactivación beneficiaron a las agencias de viajes y operadoras turísticas de este cantón luego de la reactivación turística?
- E1AVD: Todo ha sido por nuestro esfuerzo, la verdad no sé de qué procesos hablan.
  - E2OT: Nuestro esfuerzo ha sido el que nos ayudó a levantarnos, porque las autoridades no nos apoyaron.
  - E3OT: Ayudando a la promoción a la ciudad como un destino seguro, pero siento que faltó que las autoridades nos brinden más apoyo a nosotros como operadores de turismo
  - E4OT: Yo creo a la larga sí nos trajo beneficios
  - E5OT: No siento que beneficiaron ya que la reactivación del turismo ha sido más por esfuerzo de la empresa privada y esfuerzo propio
  - E6OT: El apoyo fue poco, pero si se sintió un respaldo.
  - E7OT: Si nos ayudó porque se pudo incrementar el ingreso económico porque podíamos llevar más personas
  - E8OT: Diría que ninguna manera porque el esfuerzo ha sido por la empresa privada
  - E9OT: Se está reactivando, esta bueno
  - E10OT: Ya tenemos un trabajo que es lo importante
  - E11OT: De manera individual nosotros hemos salido adelante
  - E12OT: De ninguna manera, la reactivación fue por esfuerzo del sector privado y por conocimiento neto de los turistas
  - E13OT: Realmente no nos benefició directamente, pues no vimos ayuda de parte de las autoridades a las agencias de viaje, lo único que puedo decir como beneficio es que las personas comenzaron a llegar poco a poco
  - E14OT: Los procesos de reactivación fueron como normas que nos pusieron, pero nuestro mismo esfuerzo nos sacó adelante.
  - E15OT: De ninguna manera, nosotros mismo buscamos como

reactivarnos

- E16OT: Los procesos de reactivación ayudaron de cierto modo, pero más fue nuestro esfuerzo.
- f) ¿Cómo cree usted que se encuentra actualmente la situación de las Agencias de viaje y Operadoras turísticas de Baños?
- E1AVD: Poco a poco nos vamos recuperando y los turistas ya están empezando a viajar.
  - E2OT: Está mejorando no es igual pero ya hay trabajo.
  - E3OT: Existe una competencia desleal
  - E4OT: Se están recuperando
  - E5OT: Pienso que estamos estancados porque no tenemos el apoyo necesario y no hay ninguna propaganda por parte del municipio, aquí cada quien hace su propia propaganda por redes sociales
  - E6OT: Ya está mejor, aunque los que vienen no gastan de la misma forma porque siguen golpeados económicamente, pero ya hacen uso de algunos productos que tenemos.
  - E7OT: Bueno en realidad cada uno ha tratado de salir adelante y pienso que si se está logrando salir por los medios que uno tiene por ofertas o publicaciones. Casi no es necesario la cámara de turismo o el ministerio de turismo
  - E8OT: Por la temporada estamos bien, pero no hay una ganancia estimada para generar un ahorro, ya que muchos se han endeudado en mantenimiento de sus equipos
  - E9OT: Se encuentran mal porque aún no logramos recuperar todo lo que perdimos durante la pandemia y bueno, el mercado extranjero aun no llega en su totalidad
  - E10OT: Va mejorando de a poco, aunque no haya 100% aun
  - E11OT: Va mejorando no es igual pero ya tenemos trabajo
  - E12OT: Es crítica por la mala gestión y competencia desleal
  - E13OT: Duro, no hay turistas para todos y es muy bajo, entonces es difícil que todos tengamos turistas a lo largo de la semana para mantener una economía estable
  - E14OT: Falta todavía una reactivación, para decir que estamos bien, pero ya la situación mejoró un poco.
  - E15OT: La verdad aún estamos reactivándonos, porque antes entre



semana había muchos extranjeros, ahora debemos esperar los fines de semana que es donde más visitas se recibe

- E16OT: Si está viniendo gente, mas nacionales pero igual lo importante es que vengan hacer actividades y consuman.

g) ¿Considera usted que Baños es un cantón resiliente? ¿Por qué? 3 razones?

- E1AVD: Somos resilientes, porque sabemos salir adelante sin importar la situación, y eso que siempre estamos en amenaza constante por el volcán. Ya es algo que nos caracteriza.
- E2OT: Por el covid, mejoramos todos los servicios, y por todas las situaciones seguimos aquí no hemos cerrado, como otros lugares.
- E3OT: Si considero que somos resilientes
- E4OT: Porque hemos mejorado nuestros servicios para que el turista se vaya con una buena experiencia y regrese o haga regresar a otras personas
- E5OT: Digamos que sí, nosotros nos mantenemos aquí así haya o no peligro del volcán, porque nosotros trabajamos del turismo y nos tenemos que adaptar a las circunstancias
- E6OT: Si, porque nosotros solitos tratamos de mover el turismo acá en Baños.
- E7OT: Si, pienso que baños es una de las potencias turísticas de ecuador, es muy conocido porque si ustedes escuchan baños todos dicen sí, sí. Es por eso por lo que yo pienso que el mismo pueblo se ha encargado de que este lugar sea conocido. entonces si una persona hizo un nuevo atractivo turístico trata de seguir implementando para poder seguir atrayendo a los turistas y que no digan a no es que es lo mismo de siempre o sea se trata siempre de innovar
- E8OT: sí, nosotros desde que las erupciones volcánicas fuertes han golpeado a las familias hemos sabido sobrellevar este problema. Hemos sido bastante perspicaces y darnos modos para que el turista se sienta atraído por este cantón
- E9OT: Si, somos resilientes porque estamos innovando siempre con la empresa privada
- E10OT: Si por la pandemia supimos sobresalir y solventar los gastos que teníamos
- E11OT: Si, somos resilientes porque es por la costumbre de convivir

con el volcán que nos hace estar preparados y reinventarnos cada vez si pasa algún desastre

- E12OT: Si, es bastante resiliente porque sobrevivieron de la quiebra
  - E13OT: Si, porque somos una ciudad bien competitiva que si ven si te va bien en algo el de lado replica. Y con la pandemia más aún porque a muchos nos tocó innovar con lo que teníamos y no estar estancados
  - E14OT: Porque las personas en pandemia buscaron alternativas como la venta de frutas y verduras, ya que no había turistas
  - E15OT: Porque las personas en pandemia buscaron alternativas como la venta de frutas y verduras, ya que no había turistas. Varias agencias tuvieron que buscar otras alternativas de turismo para cuando se reactivará el turismo en Baños
  - E16OT: Si, considero que la gente de aquí es muy luchadora y sabe salir adelante a pesar de las circunstancias duras.
- h) ¿Cree usted que ha logrado adaptarse a los cambios que se han desarrollado como resultado de la pandemia? ¿Por qué?
- E1AVD: Si, porque fueron medidas que se tomaron en un inicio para poder trabajar.
  - E2OT: Aún nos cuesta por algunas restricciones, pero si.
  - E3OT: Con el tiempo nos hemos adaptado con dificultad
  - E4OT: Si, porque nos adaptamos a las medidas de bioseguridad que se implementaron
  - E5OT: Si, porque hemos sido unidos ya que todos nos tratamos de cuidar para que no haya muchos contagios, porque vivimos del turismo y debemos dar una buena imagen
  - E6OT: Si, porque antes muchas de las agencias no tenían la necesidad de salir y enganchar a los turistas, ya que los turistas venían directamente. Ahora hemos aprendido a salir y enganchar ya que la cantidad de turistas que se recibe es menos que antes.
  - E7OT: Si toda la gente está adaptada por ejemplo los hoteles la limpieza es más minuciosa, bueno en algunos lugares turísticos como la mayoría son abiertos no exigen el uso de la mascarilla y esas cosas, pero porque son lugares abiertos, pero en sí, si se ha capacitado bastante para poder atender de mejor forma al turista
  - E8OT: Si, porque al principio con los temas de bioseguridad nos

adaptamos para cuidarnos

- E9OT: Era difícil porque casi nadie usaba las mascarillas y el distanciamiento también, pero con las vacunas ya es mejor
  - E10OT: En un inicio fue difícil, pero ahora ya no
  - E11OT: Al comienzo nos afectó, pero con las nuevas medidas es más fácil
  - E12OT: Si, porque nos adaptamos a las nuevas medidas de seguridad como uso de mascarillas. Baños actualmente es el cantón que menos usa la mascarilla y que menos contagios presenta. Ahora la gente sale con más tranquilidad
  - E13OT: Si nos hemos adaptado porque también es parte de nuestro cuidado, el uso de las mascarillas y tener conciencia, nos costó, pero era parte de un compromiso para poder trabajar
  - E14OT: Se ha adaptado de a poco con todos los procesos de medidas de bioseguridad, luego las vacunas y ahora es más libre.
  - E15OT: Si, porque antes muchas de las agencias no tenían la necesidad de salir y enganchar a los turistas, ya que los turistas venían directamente. Ahora hemos aprendido a salir y enganchar ya que la cantidad de turistas que se recibe es menos que antes
  - E16OT: Creo que sí, porque ahora hasta la atención al turista es distinto
- i) ¿Conoce usted sobre el problema que tienen las agencias de viajes con los enganchadores? ¿Qué piensa al respecto?
- E1AVD: Conozco el problema de cerca, y es algo que siempre ha estado aquí en Baños. Pero ya nadie hace nada.
  - E2OT: Es molesto ese tema, porque nadie hace nada y es una competencia desleal que nos afecta mucho.
  - E3OT: Si conozco y existe desde siempre
  - E4OT: Si conozco del tema, y pienso que este problema no se va a terminar porque no hay una ley para regular a este tipo de trabajo, ya que afecta a otros compañeros porque llevan a los turistas a las agencias de viajes y operadoras más cercanos al terminal y al no estar organizados afecta a los demás
  - E5OT: Si, eso ha existido desde los últimos 20 años y ha sido un problema que siempre afecta a nosotros las agencias reguladas

- E6OT: Si, nos sentimos afectados más que todos con los enganchadores que están en el terminal porque no permiten que el turista busque la agencia de viajes de su preferencia.
- E7OT: Se puede decir que han hecho entre comillas porque realmente ellos son los que les ganan porque les dicen a ver en donde tú trabajas, no trabajo en ningún lado entonces no existe una ley que le diga, tú vas a pagar una multa o tú vas a ir preso por hacer esto, no existe una reforma como quien dice entonces desde ahí el municipio tendría que empezar con una reforma para que vayan eliminando todo eso, mientras no haya una reforma o una ley que diga que no puede haber el enganche no va a pasar nada va a seguir en lo mismo
- E8OT: Si, yo sinceramente soy parte del problema. Pienso que este problema se volvió más político porque el problema realmente no son los enganchadores si no la manera en la que ellos trabajan sin pagar ningún impuesto y sin la educación necesaria para tratar con los turistas
- E9OT: Yo hago ese trabajo de enganchador, pero es una forma de tener trabajo también, ya nos conocemos entre todos, pero igual es peligroso
- E10OT: Es un problema desde siempre, es una plaga aquí en baños porque no hay control y con el tiempo aumentado
- E11OT: Afecta bastante porque es algo de todos los días, operan con precios demasiado bajos
- E12OT: Si, este problema afecta porque otras agencias desvalorizan su trabajo y la calidad de los servicios, muchos de ellos trabajan con guías sin licencia
- E13OT: Ellos son los causantes de la baja de precios en los tours. Es una competencia desleal porque están metidos donde está el turista. Deberían eliminarlos
- E14OT: Pienso que son una amenaza porque te quitan los turistas.
- E15OT: Si, pienso que esto afecta a muchas agencias que se encuentran lejos de la terminal ya que ahí en donde más se encuentran estos enganchadores y no respetan los espacios donde no se debe realizar este tipo de trabajo
- E16OT: Si, y pienso que es algo a lo que nos hemos acostumbrado, a pesar de que está mal. Porque con eso permitimos que los que no tienen una preparación en turismo puedan trabajar en este sector poniendo en riesgo la vida de los visitantes.

Las Agencias de Viaje y Operadores turísticos de Baños sufrieron varios cambios y adversidades desde que el estado ecuatoriano determinó el confinamiento el 12 de marzo del 2020, viéndose en la obligación de reprogramar o devolver las reservas que se habían realizado previo a la llega del COVID-19 en el Ecuador, y en algunos de los casos se vieron en la necesidad de cerrar temporalmente sus negocios. Cuando la actividad turística en el Ecuador se comenzó a reactivar, el sector de intermediación tuvo que adaptarse a las medidas de bioseguridad y planes de reactivación turística impuestos por las autoridades competentes a nivel cantonal y nacional. “... los turistas nacionales no siempre cumplen las reglas ni leyes, mientras que el turista extranjero es más obediente y delicado” (Operador Turístico, E8OT). Esta situación fue uno de los factores en los que más se trabajó durante la reactivación del turismo en Baños, pues los operadores tuvieron que cumplir de manera rigurosa con los protocolos de bioseguridad (uso de gel antibacterial, mascarillas, aforos limitados, entre otros) con la finalidad de evitar sanciones.

“(...) se han ido adaptando de a poco, sobre todo por el tema de las vacunas y medidas de bioseguridad” (Operador Turístico, E12OT). El tema de la vacunación fue uno de los procesos de más impacto en los ciudadanos ecuatorianos, ya que, el plan de vacunación ante el COVID-19 ayudó a controlar la propagación de este virus y minimizar el riesgo de muerte que en algunos casos se presentaba en personas contagiadas.

Conocer el avance comercial y económico de las Agencias de Viajes y Operadores Turísticos del cantón Baños luego de retomar sus actividades turísticas regulares, permitió entender el desarrollo que ha tenido este sector del turismo a partir del año 2021 hasta la actualidad. “(...) hemos mejorado nuestros servicios para que el turista se vaya con una buena experiencia y regrese o haga regresar a otras personas” (Operador Turístico, E16OT). Esto refleja el esfuerzo que el sector de intermediación ha hecho con la finalidad de mejorar sus servicios de acuerdo al nuevo perfil del turista, de tal modo que se cumplan con sus expectativas y necesidades.

Con la reapertura del turismo en el cantón Baños se dio a conocer el aumento de la oferta turística que ofrece este destino turístico, puesto que el sector privado

realizó grandes proyectos turísticos apostando a la innovación a través de la creación de nuevos atractivos turísticos. Debido a esta nueva oferta fue necesario que los Operadores y Agencias de viajes diseñen nuevas rutas turísticas dentro de sus servicios turísticos, en el cual los turistas tengan la posibilidad de conocer los atractivos turísticos más antiguos, hasta los más recientes. En la tabla 4 se detallan algunos de los nuevos atractivos turísticos en el cantón Baños posterior a la pandemia.

**Tabla 4**

*Nuevos atractivos turísticos del cantón Baños 2022*

<b>Nombre del atractivo turístico</b>	<b>Ubicación</b>
Las Manos de Dios	Sector de Illuchi Alto, camino a Las Antenas
La Mano de la Pachamama	Comunidad Santa Rosa de Runtún, a 20 minutos de la cabecera cantonal
Animal Park	Comunidad Santa Rosa de Runtún
Dinosaurios Park	Sector de Bellavista, en la vía hacia Santa Rosa de Runtún,

Nota: Elaboración propia

Dentro de estos nuevos atractivos turísticos se pueden realizar un sin número de actividades adicionales en la que los turistas disfrutaran de los diversos espacios fotográficos. Estos atractivos se encuentran en el sector rural y fueron creados a partir de la actual tendencia viaje, que son los destinos turísticos al aire libre. Cristhian Varela, Director de Turismo de Baños, recalcó que la municipalidad se ha comprometido con el asesoramiento técnico de cada uno de estos atractivos turísticos con la finalidad de capacitar a los emprendedores en el ámbito turístico.

Otro aspecto importante que se mencionó durante las entrevistas, es el conocer el motivo por el cual el sector de intermediación turística no ha logrado recuperarse a la par de los diferentes sectores del turismo en Baños (alojamiento, alimentación y recreación). Para ello, se analizó la perspectiva del sector público y del sector privado.

Desde la perspectiva de los propietarios de Agencias de Viajes y Operadores Turísticos, se evidencia que el impacto económico que generó el confinamiento de la población limitó a que los turistas tengan la posibilidad económica de realizar viajes, ya sean de corta o larga duración. Además, recalcan que la apertura apresurada de estos negocios turísticos sin un análisis previo del nuevo mercado, provocó que varios negocios se vieran en situaciones difíciles al darse cuenta que las dinámicas de negocio y los requerimientos del turista habían cambiado drásticamente. El nuevo perfil del turista que comenzó a llegar a Baños luego de su reapertura al turismo requería más rigurosidad en las medidas de bioseguridad y los espacios abiertos, ya que, desde su perspectiva, los servicios turísticos más apegados a la naturaleza tenían menos probabilidades de contagio.

“(...) la gente misma está golpeada económicamente y no tenemos el dinero suficiente para realizar viajes” (Operador Turístico, E5OT).

“Por la desmesurada apertura de operadores turísticos del cantón, que no hacen realmente un estudio de mercado” (Operador Turístico, E8OT).

“(...) pienso que falta una inversión del municipio para renovar los atractivos que hay en Baños que son regulados por el sector público” (Operador Turístico, E4OT).

El sector público, representado por la Dirección de Turismo de Baños menciona que las agencias de viajes y operadores turísticos “(..) se acoplaron a las medidas que se impusieron con la finalidad de reactivar la actividad turística de manera segura y responsable” (Autoridad sector público, E17SP). Con esto se puede evidenciar que los emprendedores acordaron cumplir con los reglamentos establecidos a partir del COVID-19, con la finalidad de que se les permita retomar sus actividades turísticas de manera segura para ellos y los turistas.

Desde la perspectiva del sector privado, el sector de intermediación turística se ha reactivado a su ritmo “(...) ahora ya tenemos mucha ocupación, de hecho, fuimos el primer destino turístico a nivel nacional en activarse” (Autoridad sector privado, E18SP). Es importante recalcar que para tomar como referencia el trabajo o promoción turística de otros lugares, se debe realizar un estudio de

mercado en relación al perfil del turista que visita a Baños, puesto que el tipo de turista varía según el tipo de turismo que se oferta en el lugar “(...) la gente se enfoca en copiar lo que hace el otro (...)” (Autoridad sector privado, E18SP).

La economía ecuatoriana se vio afectada por las movilizaciones a nivel nacional en junio del 2022, que ocasionaron la paralización de las actividades cotidianas y económicas, afectando de este modo al sector turístico del Ecuador “Por el paro que tuvimos a nivel nacional (...)” (Operador Turístico, E9OT). Baños, al igual que otros cantones del Ecuador dedicados mayormente a la actividad turística, tuvo que afrontar nuevamente un reto en su desarrollo turístico. Los establecimientos turísticos que comenzaron a ver cifras positivas en sus ingresos y en el movimiento del turismo en Baños luego de la eliminación de las restricciones impuestas al inicio de la pandemia, se vieron en la necesidad de buscar la manera de que estas nuevas paralizaciones no ocasionen grandes impactos económicos y turísticos, puesto que, los turistas que tenían programados diferentes tours y actividades en Baños se encontraban atrapados en otros puntos del Ecuador y al no haber transporte interno en el país, no podían llegar hacia Baños.

El Banco Central de Ecuador junto a la asistencia técnica del Banco Mundial y el apoyo de entidades públicas y privadas, estimó las pérdidas y daños ocasionados por el paro nacional entre el 13 y 30 de junio de 2022, en el que menciona que:

Los cinco sectores más afectados por las paralizaciones fueron: energía e hidrocarburos con USD 329,7 millones, comercio con USD 318,1 millones, industria con USD 227,4 millones, agricultura con USD 80,4 millones y turismo con USD 56,2 millones. Además, el monto total de pérdidas y daños equivale al salario básico de más de 2,6 millones de personas (Villarreal, 2022).

De acuerdo a estas cifras, se evidencia que el sector turístico tuvo grandes pérdidas económicas a raíz de estas paralizaciones. La provincia de Tungurahua fue declarada en estado de excepción el lunes 20 de junio del 2022 debido a la conmoción interna, al haber cierre de vías provocó que Baños al igual que otros

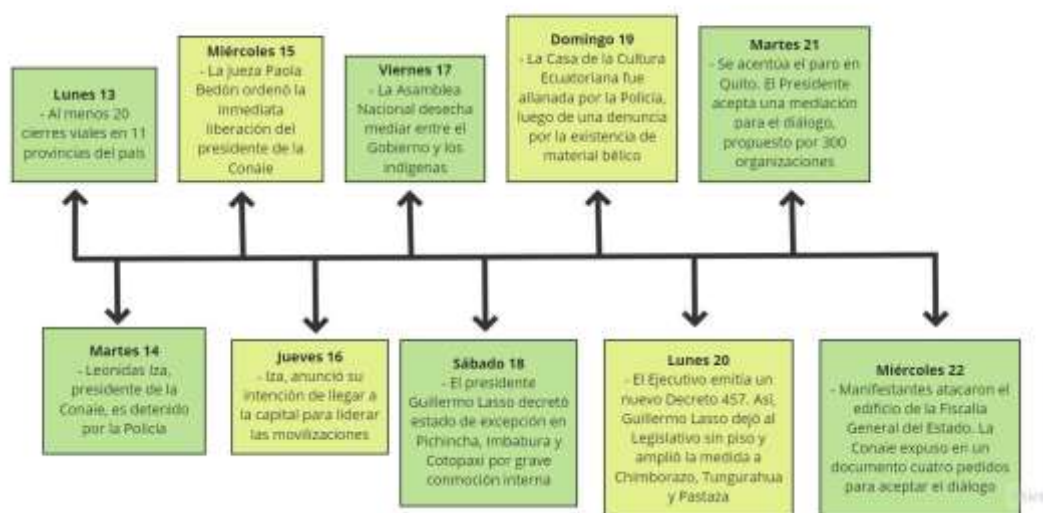


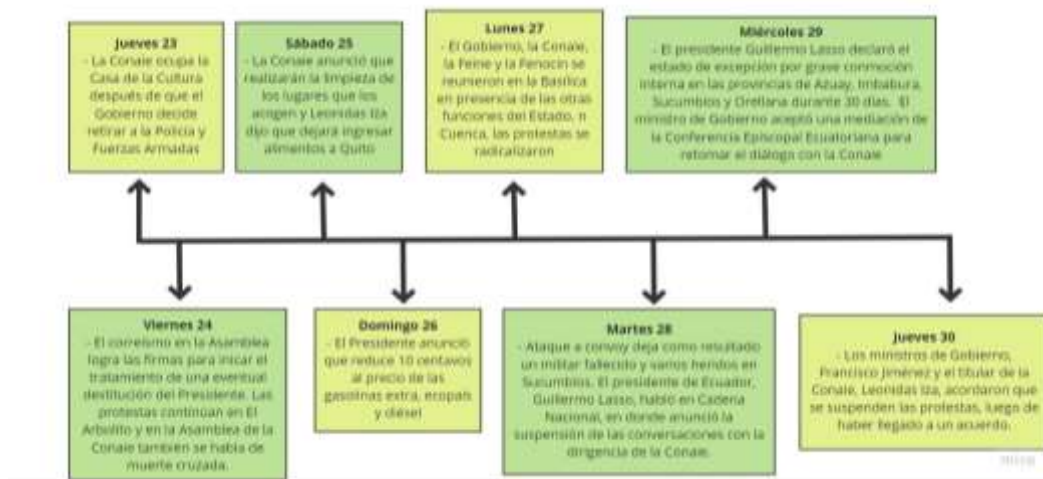
cantones que conectan la sierra con la costa, quedaran sin abastecimiento de productos de primera necesidad, así como la llegada de turistas. Cabe recalcar que el único medio de ingreso al cantón es por vía terrestre, ya que la provincia de Tungurahua no cuenta con aeropuertos, es decir, no se puede llegar hacia ningún cantón de esta provincia a través de vía aérea. En la figura 3 se proyecta una línea de tiempo de los sucesos ocurridos durante el paro nacional de junio del 2022, que tras 18 días de movilizaciones internas se logró llegar a un acuerdo y se da por terminado el paro nacional en el Ecuador.

**Figura 2**

*Cronología del Paro Nacional de junio 2022*

## PRINCIPALES HECHOS DEL PARO NACIONAL





*Nota: Elaboración propia*

### 3.4. Análisis de datos método hermenéutico.

Una investigación que considere el uso hermenéutico como metodología, debe llevar una planificación iniciando por la herramienta de recolección de datos, en este caso una entrevista semiestructurada, la que constó de preguntas de interés para los resultados de esta investigación, basados en las historias contadas por los protagonistas de las mismas para interpretar de manera global los factores de comportamiento y observación mediante el diálogo permanente.

Las entrevistas fueron realizadas en su totalidad de manera presencial, tomando en cuenta la disponibilidad de cada uno de los entrevistados. Mediante el uso de una hoja de cálculo se obtiene un análisis más minucioso de la información que se consideró relevante para la obtención de resultados en esta investigación. Además, considerando las principales preguntas e información adicional que los entrevistados argumentaron durante la entrevista.

El fenómeno de la hermenéutica, se asocia a la captación de la experiencia vivenciada. Esto se refiere a que dicha metodología se vincula a una percepción de múltiples realidades existentes, en la que cada individuo brinda su experiencia (Pacheco, 2022).

La Hermenéutica asocia elementos basados en la conversación, como medio de análisis y comprensión de vivencias específicas. Slattery (2006) propone que el desarrollo de interacción lingüística como una entrevista, permite la indagación de cierto modo que logra un acercamiento a la verdad del entrevistado. Como parte de esta metodología aparece la denominada *Fusión de Horizontes*; que hace referencia al vínculo de entrevistador y entrevistado, donde al obtener respuestas se crean nuevos significados y experiencias basados en la interpretación. Manteniendo una conversación, estos horizontes interactúan generando nuevos significados según la comprensión.

Es necesario tener presente que, al realizar un análisis hermenéutico, se debe mantener una distancia por parte del entrevistador, en cuanto a sus propios comentarios, es decir, a sus acotaciones o significados que pueden de cierta forma llegar a modificar la naturalidad de la entrevista o la perspectiva desde la realidad del entrevistado. Este tipo de relación lingüística, es el más valorado

dentro de las ciencias sociales, ya que aporta con un gran valor informativo que es proveniente de la fuente de estudio de forma directa y desde una perspectiva vivencial.

Cabe recalcar que no se puede tomar una postura, ya que es fundamental que el análisis de la información sea neutral, basado en la teoría y argumentación del testimonio de los actores entrevistados. Esto mediante las técnicas utilizadas previamente, como es la observación, la información teórica y las entrevistas.

El análisis que concierne a los resultados obtenidos de las preguntas relevantes, se tiene que para la pregunta del literal “a” se demuestra que existe una gran parte de los encuestados como una afirmación que la situación del turismo previo a la pandemia era buena, con visitas recurrentes y con uso de los diferentes atractivos por parte de los turistas.

Para la pregunta del literal “b”, la mayoría de entrevistados concuerdan en que los deportes de aventura y deportes extremos son los más buscados y ofertados por las agencias previo a la pandemia.

En el literal “c”, la pregunta demuestra que uno de los principales canales de promoción fueron las redes sociales, y dejando como una segunda opción la publicidad de boca en boca.

En el literal “d”, los nuevos atractivos turísticos que se han implementado en las agencias de turismo los constituyen los miradores, los senderos y los parques temáticos creados por la empresa privada.

Para el literal “e”, los entrevistados en su gran mayoría concuerdan que los procesos de reactivación que se han dado no han aportado significativamente, ya que creen que la autogestión fue mas importante antes que la ayuda por parte de las autoridades.

Para el literal “f”, los entrevistados opinan que su situación está mejorando poco a poco, sin embargo, mencionan que falta el apoyo por parte de las autoridades para que se mejore la publicidad no ha cambiado para que exista una mayor afluencia de turistas.

En el literal “g”, todos los entrevistados concuerdan que el cantón baños es Resiliente, ya que no solo se han mantenido en el tiempo que duró el confinamiento, sino que han sabido implementar nuevos atractivos para llamar la atención de los turistas.

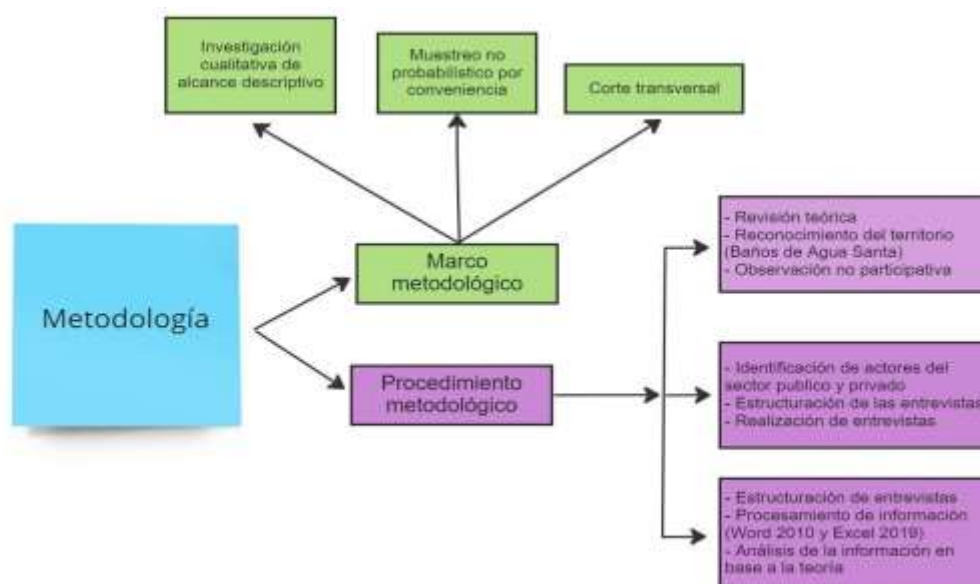
En el literal “h”, respecto a los cambios que fueron producto de la pandemia, los encuestados establecen que en un principio se les hizo difícil adaptarse, pero con el tiempo se asimiló todo y se hizo parte de la convivencia diaria.

En el literal “i”, respecto a los enganchadores, la mayoría conoce la situación bajo la que se encuentran, tomándola como competencia desleal y que las autoridades deben establecer reglamento y normativas que impidan la proliferación de este tipo de personas para que las operadoras turísticas se manejen de una mejor manera y con publicidad que sea la adecuada para evitar que se produzcan estafas.

En la figura 3 se sintetiza la metodología de investigación que fue utilizada para el proceso de recolección, interpretación y análisis de las entrevistas.

**Figura 3**

*Metodología utilizada para la investigación*



Nota: Elaboración propia



### Conclusiones

Situaciones inesperadas como el confinamiento por la pandemia del COVID-19 y las movilizaciones en junio del 2022, fueron dos de los factores que limitaron el desarrollo de la actividad turística en Baños de Agua Santa. Sin embargo, los baneños mostraron la capacidad que tienen de poder recuperarse de situaciones adversas, puesto que, al vivir con la presencia del Volcán Tungurahua de alguna manera les ha ayudado a no rendirse ante situaciones negativas.

El accionar de las autoridades del sector público y privado en relación a la reactivación turística fue fundamental para que el desarrollo del turismo tenga resultados positivos. Puesto que, al implementar planes de reactivación turísticas, planes de vacunación y medidas de bioseguridad mostraron al turista que Baños se preparó para que la visita sea de manera segura, cuidando tanto la salud de los turistas como de la población.

Tras el estudio, se notó que el número de agencias y operadores turísticos en Baños disminuyó en relación al año 2019. A causa del déficit financiero que afrontaron varios negocios comerciales, varios se vieron en la necesidad de cerrar sus locales y buscar nuevos emprendimientos que les permitan recuperarse de los estragos de la emergencia sanitaria.

Pese a la situación debido al COVID-19, los emprendedores baneños apostaron por la innovación, construyendo y ampliando su oferta turística a través de nuevos atractivos turísticos en el cantón. Estos emprendimientos estuvieron enfocados a las nuevas necesidades del turista, pues, a raíz de la pandemia los turistas buscan lugares más apegados a la naturaleza.

Respondiendo a la pregunta de investigación, los procesos de reactivación turística ligados a la resiliencia de las agencias de viajes y operadores de turismo en Baños de Agua Santa son:

- apostar a la innovación turística
- fomentar las capacitaciones turísticas para analizar los cambios del mercado turístico a raíz de la pandemia
- la adaptabilidad de los baneños para comercializar la nueva oferta turística

- promoción turística a través de la red social Tiktok
- la obtención de reconocimientos y premios a la excelencia turística post COVID-19.

Finalmente, se concluye que la primera hipótesis planteada se rechaza, puesto que las Agencias de Viajes y Operadores Turísticos de Baños han logrado una pronta recuperación en relación a otros cantones, al ser uno de los primeros cantones del Ecuador en recibir a turistas posterior al confinamiento, este sector del turismo realizó ajustes a sus servicios con la finalidad de recuperar su estabilidad económica y comercial.

Por último, se reafirma la segunda hipótesis, puesto que la población baneña ha adoptado desde hace muchos años atrás una mentalidad perseverante que les ha permitido sobrellevar las adversidades de la vida cotidiana.



### Recomendaciones

De la experiencia recogida en este trabajo, se puede observar una realidad latente en el cantón Baños que deja a propios y extraños asombrados por el arduo esfuerzo que hicieron y continúan haciendo los emprendedores del sector turístico en general para sobrellevar la pandemia y sus estragos. Sin embargo, la falta de organización y el poco apoyo proveniente del sector público en temas como seguridad, competencia desleal, estandarización de precios, publicidad, entre otros aspectos han hecho que la reactivación turística de Baños como destino sea gradualmente difícil.

Se recomienda hacer una investigación a fondo, respecto a la informalidad existente en la operación turística del cantón. Puesto que, se pudo observar que las personas que forman parte de una competencia desleal, conocidos como los *enganchadores*. En las entrevistas de campo realizadas la mayoría de entrevistados comentó que no es un problema actual, si no que viene ya desde varios años atrás. Las autoridades pertinentes son las encargadas de tomar acciones legales y erradicar esta problemática que no sólo incomoda a los propietarios de varios negocios, sino también a los turistas que arriban al destino.

Por otro lado, se recomienda, que por parte de la Dirección de turismo de Baños se brinden capacitaciones más seguidas, sobre temas como: atención al cliente, marketing, análisis de mercado, entre otros, ya que se considera que hay que reivindicarse en todos los aspectos para poder alcanzar un mayor impacto turístico. De igual forma, se debe brindar un servicio de calidad que le aumente valor agregado a la oferta existente.

Se recomienda que se lleve un control de entradas de turistas y qué servicios ocupan para poder analizar la situación turística de Baños; de igual forma el conocer cuál es la oferta con más demanda. Con esos datos se puede obtener un panorama real de las necesidades del cantón y donde se puede mejorar.

En cuanto a los propietarios de agencias y operadoras de turismo, se sugiere brindar un servicio de atención al cliente más personalizado, donde el turista se sienta en confianza de expresar sus requerimientos de manera individual y se

cumplan sus requerimientos al igual que sus expectativas. Es primordial iniciar con preguntas básicas sobre qué es lo que le interesa conocer y no bombardear con información de actividades que a lo mejor no son de interés del turista.

A la Cámara de Turismo de Baños, aconsejamos apoyar a todos sus socios y no priorizar al sector de alojamiento. Además, buscar la forma de que los operadores y agencias turísticas se articulen entre ellas, de tal modo que trabajen en conjunto donde todos ganen. Hacer que sus diferentes socios lleguen a acuerdos de promoción, tarifas, etc.; permite que los diferentes actores del turismo se apoyen y hasta se recomienden entre ellos.

Finalmente poner mayor énfasis en el trabajo en conjunto que se puede hacer con una vinculación correcta del sector público, privado y académico en pro del turismo del cantón. Fusionar las ideas de promoción turística para que tengan alcance no solo a nivel nacional sino internacional. Hacer uso de los recursos públicos para mejorar vialidad, infraestructura, entre otros aspectos; que harían que Baños sea un destino turístico de categoría y sobresalir sobre otros destinos por su buena gestión.

### Referencias

- Cruz C. (2021). *Resiliencia: Cómo desarrollar la fuerza mental para superar cualquier situación difícil y vivir una vida mejor (primera edición)*. U.S.A
- Bermejo Sánchez, E. M. (2021). Impacto de la red social Tiktok: Influencia como medio de comunicación desde el confinamiento por Covid-19.  
[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126185/1/PER\\_BERMEJOS%C3%81NCHEZ\\_TFG.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126185/1/PER_BERMEJOS%C3%81NCHEZ_TFG.pdf?sequence=1)
- Diario Los Andes. (28 de noviembre del 2021). *Tungurahua obtuvo 5 premios en turismo*. <https://www.diariolosandes.com.ec/tungurahua-obtuvo-cinco-premios-en-turismo/>
- Evans B. y Reid J. (2016). *Una vida en Resiliencia: El arte de vivir en peligro (primera edición español)*. Fondo de cultura económica.
- Forés A. (2012). *La Resiliencia* (cuarta edición). España: Grafime.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, GAD Municipal Baños de Agua Santa 2019 - 2023*.  
[https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2020/agosto2020/PD\\_OT\\_2019-2023.pdf](https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2020/agosto2020/PD_OT_2019-2023.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños. (julio, 2021). Boletines de prensa julio 2021.  
[https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2021/julio2021/BOL\\_ETINE\\_DE\\_PRENSA\\_JULIO\\_2021.pdf](https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2021/julio2021/BOL_ETINE_DE_PRENSA_JULIO_2021.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños. (17 de mayo del 2020a). Ampliación de plazos.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños. (8 de octubre del 2020b). Ordenanza protocolos.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños. (26 de noviembre del 2020c). Transportes turísticos.

- Guerra, P. (2020). *Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia*. INNOVA Research Journal, 5(3.2), 134–150.  
<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1564>
- Irigoyen M. (2004). *Hermenéutica: analogía y discurso*. (primera edición).  
Universidad Autónoma de México.
- Llugsha, V. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19* (primera edición). Ediciones Abya Yala
- Ministerio de Salud Pública. (2021). *Plan de Vacunación cubre a más de 44 mil personas del sector turístico y de la construcción*.  
<https://www.salud.gob.ec/plan-de-vacunacion-cubre-a-mas-de-44-mil-personas-del-sector-turistico-y-de-la-construccion/>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan de Reactivación Turística 2020*.  
[https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2021a). *Baños, un carismático y tranquilo lugar al pie de un volcán*. <https://www.turismo.gob.ec/banos-un-carismatico-y-tranquilo-lugar-al-pie-de-un-volcan/>
- Ministerio de Turismo. (2021b). *Servicios de turismo, Catastro turístico nacional*.  
<https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>
- Ministerio de Turismo. (2021c). *Servicios de turismo, Comportamiento COVID Versión Final*. [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL\\_JSP.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2021d). *Visualizador de ventas, Tungurahua, Baños de Agua Santa 2019 - 2021*. <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>

Organización Mundial del Turismo. (2021). *El impacto de la Covid19 en Turismo Mundial*. UNWTO.

Pacheco, C. y Fossa, P. (2022). *Cuatro aproximaciones a la experiencia subjetiva desde la metodología de investigación fenomenológica hermenéutica*. Revista de investigación en psicología. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-74752022000100135&script=sci\\_arttext#B8](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-74752022000100135&script=sci_arttext#B8)

Palacios, M. y Navarro, S. (2011) *Análisis e interpretación de entrevistas desde una perspectiva hermenéutica*. [https://www.academia.edu/10410408/An%C3%A1lisis\\_e\\_interpretaci%C3%B3n\\_de\\_entrevistas\\_desde\\_una\\_perspectiva\\_hermen%C3%A9utica\\_Reflexiones\\_post\\_investigaci%C3%B3n\\_a\\_partir\\_de\\_un\\_estudio\\_de\\_caso\\_](https://www.academia.edu/10410408/An%C3%A1lisis_e_interpretaci%C3%B3n_de_entrevistas_desde_una_perspectiva_hermen%C3%A9utica_Reflexiones_post_investigaci%C3%B3n_a_partir_de_un_estudio_de_caso_)

Perez, L. (28 de noviembre del 2019). *Cronología del paro en Ecuador, y lo que vino después*. DW News. <https://www.dw.com/es/cronolog%C3%ADa-del-paro-en-ecuador-y-lo-que-vino-despu%C3%A9s/a-51456988>

- Packer, M. (1985). *La investigación hermenéutica en el estudio de la conducta humana*. American Psychologist, 40(10), 1-25. <https://www.ersilias.com/wp-content/uploads/2018/09/La-investigacionhermeneutica-en-el-estudio-de-la-conducta-humana.pdf>
- Revista Ekos. (16 de noviembre del 2022). *Reconocimiento Mejores Lugares para Visitar*. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/reconocimiento-mejores-lugares-para-visitar>
- Sánchez M., Terán E., Marín M., Marín G. & Illescas M. (2021). *La Covid-19 y el sector turístico en España: Impacto sobre el comportamiento del consumidor turístico*. Editorial Universidad de Almería.
- Slattery, P. (2006). *Curriculum Development in the Postmodern Era*, (2nd ed). Taylor & Francis.  
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203826140/curriculum-development-postmodern-era-patrick-slattery-patrick-slattery?refId=de07d5a9-ac6d-4c6d-9218-56c0a4be724b&context=ubx>
- Toledo, M. (2021). *Green World Journal: Estrategias post-COVID 19 para reactivar el Turismo local en el Ecuador: Caso provincia de Tungurahua*, 4 (1), 6 - 7. <https://www.greenworldjournal.com>
- Villareal, F. (01 de octubre del 2022). *Estimación de pérdidas y daños ocasionados por el paro nacional de junio de 2022*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/publicaciones/editoriales/item/1520-estimacion-de-perdidas-y-danos-ocasionados-por-el-paro-nacional-de-junio-de-2022>

**Anexos****Anexo 1: Diseño de tesis aprobado**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**  
**CARRERA DE TURISMO REDISEÑO**

**Línea de investigación: Planificación turística en espacios geográficos  
locales y nacionales.**

**Campo específico UNESCO: 5909.99 Políticas Turísticas**

**LOS PROCESOS DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN BAÑOS DE  
AGUA SANTA LIGADOS A LA RESILIENCIA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES  
EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA POR COVID-19**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:** Licenciado/a  
en Turismo

**TUTOR**

**MGS. MARIA ISABEL ELJURI**

**AUTORAS**

**CONNIE XIOMARA MENÉNDEZ PRECIADO**

**ARIANA SOFÍA AGUIRRE LAZO**

**CUENCA - ECUADOR**

**Noviembre del 2021**

**1. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por COVID – 19.

## **2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE/CORREO ELECTRÓNICO**

Connie Xiomara Menéndez Preciado / conniex.menendez@ucuenca.edu.ec

Ariana Sofía Aguirre Lazo / ariana.aguirre@ucuenca.edu.ec

## **3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Las agencias de viajes y operadoras turísticas a nivel mundial se vieron afectadas debido al impacto social y económico que enfrentó el sector turístico a raíz de la pandemia. Para lo cual tuvieron que atravesar un proceso de adaptación frente a los cambios y medidas de bioseguridad que se establecieron a nivel mundial, para dar inicio a la reactivación turística de manera segura. Es así que Baños al ser un cantón potencialmente turístico no dudo en aplicar el Plan de Reactivación Turística que el Ministerio de Turismo dispuso como primer paso a la reactivación turística del país. El objetivo de esta investigación es conocer la capacidad de resiliencia que las agencias de viajes y operadoras turísticas tienen frente a los cambios constantes del turismo a raíz del COVID-19 y los procesos de reactivación turística que han aplicado.

**Palabras clave:** Turismo, agencias de viaje, resiliencia, adaptación, Covid-19.

### **Pregunta de investigación:**

¿Cuáles son los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por COVID – 19?

## **4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Ecuador es un país con mucha diversidad natural, así como cultural, lo cual podría servir para convertirse en un destino turístico excepcional, con un gran potencial para el crecimiento económico a través del turismo. Particularmente, en el centro del país se encuentra el cantón Baños de Agua Santa, ubicado en la provincia de Tungurahua, que es uno de los destinos



turísticos más hermosos y visitados del Ecuador (Ministerio de Turismo, 2021a). Las actividades socio-económicas del cantón Baños de Agua Santa se ven reflejadas en la Población Económicamente Activa (PEA) según el Plan de Ordenamiento Territorial (GAD Municipal de Baños, 2019), y se concentra en un 48% en tres ramas de actividad dentro del cantón, en agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (23%); comercio al por mayor y menor (14,5%); y en actividades de alojamiento y servicio de comidas (11,2%). De manera especial, el turismo es una actividad muy desarrollada en esta área del país, siendo uno de los más diversos del país, por lo que brinda aventura, descanso y diversión para quienes lo visitan y es considerado como el único lugar del Ecuador apto para practicar varios deportes y visitar sus atractivos turísticos.

Sin embargo, el sector turístico ha resultado ser muy afectado por la irrupción de la pandemia provocada por el COVID-19. Las medidas de restricción que se han impuesto en todos los países para evitar la propagación del virus, han dejado a las operadoras de turismo al borde de la quiebra. Según la Organización Mundial del Turismo (2020), este sector es uno de los más afectados, ya que, en los periodos más fuertes de la crisis sanitaria, los aviones estuvieron en tierra, los hoteles cerrados y las restricciones de viaje evolucionan de acuerdo al comportamiento del virus.

En el caso de Baños de Agua Santa, al manejarse en gran parte por el turismo, el sector turístico empezó a buscar nuevas herramientas de trabajo hasta asegurarse de que la crisis sanitaria estuviera en un nivel bajo y así poder volver a operar. Según datos del Ministerio de Turismo (2021d), el cantón Baños en el año 2020 recaudó un total de 0,5 millones de dólares en actividades relacionadas con actividades de operación e intermediación turística, es decir, recaudó 0,3 millones de dólares menos que el año anterior, a diferencia de otros subsectores de turismo que registran incrementos en sus ingresos, tal es el caso de restaurantes e incluso del alojamiento (Garrido-Cornejo, Cabanilla, Molina, & Villagrán, 2021) en el transcurso de ese año.

Las agencias de viaje tienen diferentes dinámicas de operación y éstas dependen del estado de los servicios de ofertas turísticas. Sin embargo, un factor que se volvió tendencia y que limitó el uso de las agencias de viaje y propuso el turismo individual, fue el uso de internet y redes sociales, en el que youtubers e influencers aparecen con recomendaciones de viaje sin el uso de

agencias dedicadas a este efecto. A pesar de aquello, las diferentes agencias de viaje, han realizado otras actividades para mantenerse en el mercado demostrando resiliencia, aunque aún no está determinado como exactamente fue el proceso que llevó a este estado.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo pretende conocer los procesos de reactivación turística y determinar la resiliencia que a las agencias de viaje les han permitido mantenerse en el tiempo a pesar de las adversidades que ha presentado la pandemia y sus restricciones.

## **5. MARCO TEÓRICO**

### **5.1. Covid-19 y el turismo**

El impacto del Covid-19 en el turismo mundial, redujo el flujo de turistas y, ante una expansión vertiginosa de este virus por todo el mundo, los gobiernos se han visto obligados a tomar medidas y estrategias respecto al área de la salud, que han incluido prohibiciones de viaje, restricciones de movilidad y un confinamiento total a nivel mundial establecido como cuarentena (Sánchez M., Terán E., Marín M., Marín G. & Illescas M., 2021).

De entre los sectores más afectados se destaca el sector turismo, ya que en cierta parte los negocios relacionados con este sector incluidos hoteles, restaurantes, atracciones turísticas, cruceros, aerolíneas y otros medios de transporte, agencias de viaje y operadores turísticos, se han visto seriamente afectados, en el que han tenido que sufrir una reducción significativa de la actividad o incluso llegando al punto de insolvencia, declarándose en quiebra. En este sentido la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020), estima que el costo de la crisis derivada del Covid-19 hasta mayo era ya tres veces superior a la recesión económica del 2009. Es así que los datos emitidos por esta organización, determinan que los viajeros internacionales hasta julio del 2020, se redujo en un 98% respecto al mismo período del 2019, y por ende una pérdida de al menos 320.000 millones de dólares en ingresos (OMT, 2020).

### **5.2. Comportamiento del turismo previo y posterior al Covid-19 en el Ecuador**

El comportamiento del turismo a nivel del Ecuador, previo a la pandemia, estaba marcado por los viajes que se realizaban interiormente en el que la frecuencia de viaje estaba marcada entre dos a tres veces al año, en su mayor parte con la familia y seguido por los viajes organizados por amigos o conocidos, en el que los viajes de turismo duraban entre dos a cuatro días, según una encuesta realizada por el Ministerio de Turismo en la construcción del estudio de comportamiento del turismo nacional pre y post COVID-19 del año 2020 (Ministerio de Turismo, 2020c).

Los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) se han visto involucrados directamente en tres instancias frente a la crisis por el Covid-19 (Llugsha, 2021):

- Observar y estudiar el impacto que se dio en sus territorios a partir del Covid-19.
- Investigar cuales son los tipos de reactivación y los principales retos.
- Acompañar a las empresas turísticas con asistencia y ayudas específicas para enfrentar el 2021 como el año de una posible reactivación parcial del sistema productivo del turismo.

Como resultado de la crisis sanitaria por el Covid-19, el comportamiento de los viajeros y su planificación con respecto al turismo en el Ecuador ha cambiado drásticamente, en el que la mayor parte de los viajeros prefirió limitarse viajar para evitar el contagio en las etapas iniciales de la pandemia. Sin embargo, en algunos casos seguía latente la disponibilidad de viajar y realizar turismo interno. Para el año 2021, el Gobierno del Ecuador extendió el Plan de Vacunación 9/100 al sector turístico y de la construcción, a escala nacional, a fin de apuntalar la reactivación económica y productiva del país (Ministerio de Salud Pública, 2021).

La preferencia de destinos y tipos de turismo a nivel local, se refleja en que los consumidores post pandemia se inclinan por lugares que presentan un buen nivel de higiene mediante protocolos de bioseguridad, destinos menos conocidos, viajes cortos a espacios abiertos donde se mantenga el contacto con la naturaleza y turismo espiritual o místico (Llugsha, 2021).

### **5.3. Reactivación turística**

Frente a la situación de la pandemia, el Ministerio de Turismo (2020) publicó a inicios del mes de agosto del 2020 el Plan de Reactivación Turística, el cual tiene como objetivo generar una reapertura de la actividad turística del Ecuador de manera ordenada y de forma segura mediante protocolos de bioseguridad que eviten el incremento de contagios para los prestadores de servicios turísticos, sus habitantes y especialmente para los turistas.

Habiendo terminado un año 2020 con severos perjuicios en la economía ecuatoriana, para el año 2021 las empresas de toda índole comercial han tenido que diseñar nuevas estrategias de negocios y acoplarse a la nueva realidad para lograr conjuntamente un equilibrio y lograr un normal o equilibrado comportamiento comercial de los productos y servicios.

En el artículo publicado por Guerra (2020), habla acerca de la turistificación y la gentrificación como métodos para la reactivación turística de ciudades, en el que describe que la gentrificación turística desplaza a los residentes habituales por turistas. De igual manera, la turistificación como un concepto reciente, en el que se muestra un cambio en las zonas urbanas, para potenciar el creciente negocio turístico.

Mediante el plan de reactivación, el cantón Baños comenzó a reactivar poco a poco su actividad turística, en conjunto a las nuevas modalidades de bioseguridad como llevar mascarilla, hacer uso de gel o alcohol antibacterial, mantener el distanciamiento, evitar aglomeraciones, entre otras, protocolos que se han implementado a nivel mundial como planes de reactivación turística.

#### **5.4. Estado de Resiliencia**

Según Cruz, “la resiliencia es una manera de recuperarse de situaciones adversas” (2021, p. 4), frase que intenta explicar que es lo que permite que una persona se recupere ante una adversidad mientras que otras se ven invadidas por sentimientos de desesperanza y abandono. Para efectos del turismo, muchas de las empresas han encontrado un método adaptativo para facilitar un mejor desarrollo para seguir proyectándose a futuro a pesar de cruzar acontecimientos desestabilizadores como fueron las medidas restrictivas por el Covid-19, encontrándose con condiciones de vida difíciles y padecimiento de

afecciones graves en torno a lo psicológico por el encierro y el decaimiento del negocio.

Cuando nos encontramos con situaciones que parecen no tener salida, la resiliencia nos invita a desbloquearse, realizar un análisis en retrospectiva y tratar de encontrar unas nuevas posibilidades de solución frente a las problemáticas (Forés, 2012). Muchas de las empresas de turismo han tratado de resistir una pandemia que dejó destrozado a este sector empresarial, mientras que otras han utilizado el estado de resiliencia para sobresalir con nuevos enfoques y adaptarse al nuevo giro de negocio.

La resiliencia es más que un llamado a incrementar la vigilancia ante ataques inminentes y la preparación ante ellos; alienta a aprender de las catástrofes para que las sociedades respondan mejor a un destino que puede ser peor y que se muestra en un panorama latente (Evans B. y Reid J., 2016).

#### **5.5. Agencias de Viaje y Operadores Turísticos del cantón Baños de Agua Santa**

La base de datos del Ministerio de Turismo (2021b) muestra que en el sector de operación e intermediación turística del cantón Baños, se encuentran 101 empresas clasificadas como: Operador turístico, Agencia de Viajes y Agencia de Viajes Dual. La gran mayoría de las empresas se encuentra registrada como Operador Turístico (93) y el resto entre Agencia de Viajes y Agencia de Viajes Dual (8), datos que reflejan que el turismo es la principal fuente de sustento del cantón Baños de Agua Santa siendo los operadores turísticos los que tienen más acogida para un área territorial pequeña como es el cantón Baños. Los operadores turísticos son los generadores de turismo local en Baños de Agua Santa, mientras que las Agencias de Viajes generan un turismo ya sea local, nacional o internacional.

### **6. OBJETIVOS**

#### **6.1. General:**

- Conocer los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes.

#### **6.2. Específicos:**

1. Describir las dinámicas de las agencias de viajes y operadoras turísticas antes y durante la pandemia.
2. Identificar los procesos de reactivación turística que han propuesto las agencias de viajes y operadoras.
3. Explorar los procesos de resiliencia derivados de la crisis pandémica en las agencias de viajes y operadoras turísticas del cantón Baños de Agua Santa.

## 7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se elige es cualitativo, de alcance descriptivo y de corte transversal. Con el enfoque cualitativo se determinará una realidad dinámica y compuesta por varias situaciones del contexto estudiado de tipo transversal ya que analiza datos de variables recopilados en un periodo de tiempo sobre la población objetivo.

Para poder cumplir con el primer objetivo se pretende realizar una entrevista semiestructurada con un muestreo intencional a las agencias de viaje y operadoras turísticas, con el fin de descubrir las dinámicas que utilizaron para adaptarse al escenario provocado por el Covid-19. Así como también se tendrá presente el uso de instrumentos de investigación o fuentes secundarias.

De una forma similar para cumplir con el segundo y tercer objetivo, se pretende realizar una entrevista semiestructurada realizando un muestreo aleatorio no probabilístico a conveniencia a los actores involucrados, para explorar los procesos de resiliencia derivados de la crisis pandémica.

Para poder llevar a cabo el análisis de los datos obtenidos, se utilizará el método hermenéutico el cual nos permite generar redes semánticas para el análisis e interpretación de la información recogida, y como lograr la comprensión en su propio contexto (Irigoyen M., 2004), a través del software ATLAS.ti versión 7.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Cruz C. (2021). *Resiliencia: Cómo desarrollar la fuerza mental para superar cualquier situación difícil y vivir una vida mejor (primera edición)*. U.S.A

- Evans B. y Reid J. (2016). *Una vida en Resiliencia: El arte de vivir en peligro (primera edición español)*. México: Fondo de cultura económica.
- Forés A. (2012). *La Resiliencia (cuarta edición)*. España: Grafime.
- GAD Municipal de Baños. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, GAD Municipal Baños de Agua Santa 2019 - 2023*. Recuperado de [https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2020/agosto2020/PDOT\\_2019-2023.pdf](https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2020/agosto2020/PDOT_2019-2023.pdf)
- Guerra, P. (2020). *Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia*. *INNOVA Research Journal*, 5(3.2), 134–150. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1564>
- Irigoyen M. (2004). *Hermenéutica: analogía y discurso. (primera edición)*. México: Universidad Autónoma de México.
- Llugsha, V. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19 (primera edición)*. Ecuador, Quito: Ediciones Abya Yala
- Ministerio de Salud Pública. (2021). *Plan de Vacunación cubre a más de 44 mil personas del sector turístico y de la construcción*. Recuperado de <https://www.salud.gob.ec/plan-de-vacunacion-cubre-a-mas-de-44-mil-personas-del-sector-turistico-y-de-la-construccion/>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan de Reactivación Turística 2020*. Recuperado de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2021a). *Baños, un carismático y tranquilo lugar al pie de un volcán*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/banos-un-carismatico-y-tranquilo-lugar-al-pie-de-un-volcan/>
- Ministerio de Turismo. (2021b). *Servicios de turismo, Catastro turístico nacional*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>
- Ministerio de Turismo. (2021c). *Servicios de turismo, Comportamiento COVID Versión Final*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo->

cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL\_JSP.pdf

Ministerio de Turismo. (2021d). *Visualizador de ventas, Tungurahua, Baños de Agua Santa 2019 - 2021*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>

Organización Mundial del Turismo. (2021). El impacto de la Covid19 en Turismo Mundial. *UNWTO*.

Sánchez M., Terán E., Marín M., Marín G. & Illescas M. (2021). *La Covid-19 y el sector turístico en España: Impacto sobre el comportamiento del consumidor turístico*. España, Almería: Editorial Universidad de Almería.



## 9. TALENTO HUMANO

El presente proyecto estará conformado por 2 investigadores principales, así como también la asesoría del tutor técnico que acompañará en la revisión del mismo.

**Tabla 1**

*Talento Humano*

<b>Recurso</b>	<b>Dedicación</b>	<b>Valor Total \$</b>
<b>Director</b>	1 horas Semana / 6 meses	288,00
<b>Estudiantes</b>	20 horas Semana / 6 meses (por cada estudiante)	2.550,00
<b>TOTAL</b>		2.838,00

## 10. RECURSOS MATERIALES

“Los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por Covid-19”.

**Tabla 2**

*Recursos materiales*

<b>CANTIDAD</b>	<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
500 u.	Hojas papel bond	\$ 5
12 u.	Esferos de colores	\$ 3
2 u.	Tabla para notas	\$ 8
2 u.	Kit de bioseguridad (mascarilla, alcohol, visores, etc.)	\$ 20
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 36</b>

## 11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

“Los procesos de reactivación turística del cantón baños de agua santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por Covid-19”.

**Tabla 3**

*Cronograma de actividades*

ACTIVIDAD	Meses					
	1	2	3	4	5	6
Recolección y organización de la información	x					
Discusión y análisis de la información previa		x				
Trabajo de campo			x	x		
Integración de la información de acuerdo a los objetivos				x		
Redacción del trabajo					x	
Revisión final						x

## 12. PRESUPUESTO

“Los procesos de reactivación turística del cantón baños de agua santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por Covid-19”.

**Tabla 4**

*Presupuesto*

CONCEPTO	APORTE ESTUDIANTE	OTROS APORTES	VALOR TOTAL
<b>Gastos de movilización</b>			
Transporte, Subsistencias, Alojamiento	\$ 500		\$ 500
<b>Gastos de la investigación</b>			
Material de escritorio	\$ 50		\$ 50
<b>Equipos, laboratorios y maquinaria</b>			
Computador y accesorios	\$ 500		\$ 500
<b>Total</b>			\$ 1050

## 13. ESQUEMA

Índice

Resumen

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

**CAPÍTULO 1: Fundamentación Teórica.**

- 1.1. Comportamiento del turismo previo y posterior al Covid-19 en Baños de Agua Santa
- 1.2. Proceso de reactivación turística en Baños de Agua Santa
- 1.3. Resiliencia y turismo en Baños de Agua Santa

## **CAPÍTULO 2: Agencias de Viaje y Operadores Turísticos del cantón Baños de Agua Santa, su situación.**

- 2.1. Autoridades de turismo del cantón Baños de Agua Santa y la reactivación turística
- 2.2. Agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa y las dinámicas del negocio de turismo.
- 2.3. Procesos de resiliencia derivados de la crisis pandémica en las Autoridades y agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa.

## **CAPÍTULO 3: Exploración de los procesos de resiliencia de las Agencias de Viaje y Operadores Turísticos del cantón Baños de Agua Santa.**

- 3.1. Identificación de las Agencias de Viaje y Operadoras Turísticas del muestreo aleatorio.
- 3.2. Obtención de datos de las Agencias de viajes del cantón Baños de Agua Santa.
- 3.3. ATLAS.ti 7: análisis de datos método hermenéutico.
- 3.4. Resultados de la exploración de los procesos de resiliencia.

## **Conclusiones**

## **Bibliografía**

## **Anexos**

**Anexo 2:** Carta de respaldo de información de la dirección de turismo del GAD municipal del cantón Baños de Agua Santa.



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
UNIVERSIDAD DE CUENCA

**CARTA DE RESPALDO DE INFORMACIÓN**

Cuenca, 14 de diciembre del 2021

Señor,

Mgs. Cristhian Percy Varela Alarcón

**DIRECTOR DE TURISMO DEL GAD MUNICIPAL DE BAÑOS**

En mi condición de **Director de turismo**, manifiesto nuestro respaldo a la estudiante *Connie Xiomara Menéndez Preciado* con número de cedula 070672555-3 y la estudiante *Ariana Sofía Aguirre Lazo* con número 010539414-2, estudiantes del séptimo ciclo de la carrera de Turismo Rediseño de la Universidad de Cuenca, las cuales están en proceso de realización del proyecto de integración curricular con el tema *Análisis sobre los procesos de reactivación turística de las agencias de viajes y operadoras turísticas luego de la crisis sanitaria por el covid-19. Caso de estudio: cantón baños de agua santa, provincia de Tungurahua.*

Nuestro respaldo se expresará en que las estudiantes anteriormente señaladas dispongan de la información necesaria en lo que a la **Dirección de Turismo del GAD Municipal del Cantón Baños de Agua Santa** se refiere, para poder obtener un respaldo netamente de información para el desarrollo del proyecto a investigar.

Como **Dirección de Turismo** que desarrolla sus funciones en el cantón Baños de Agua Santa, nos comprometemos a brindar toda la información que las estudiantes requieran y/o soliciten para su proyecto de investigación dentro del cantón.

Cordialmente,

Firma

**Cristhian Percy Varela Alarcón**

**C.I. 1802973352**

**Director de Turismo GAD Municipal de Baños**



**Anexo 3: Consentimiento para realizar las entrevistas**

**Proyecto: “Los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por Covid-19”.**

**Consentimiento Informado para entrevista a profundidad**

Buenos días, mi nombre es Connie Menéndez y el de mi compañera es Sofía Aguirre, somos investigadoras del proyecto perteneciente a Turismo Rediseño. Estamos realizando una investigación para conocer sobre los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por covid-19. Para ello, estamos realizando entrevistas a autoridades y representantes del sector turístico del cantón Baños.

**¿En qué consiste su participación?**

Si usted acepta, le haremos preguntas relacionadas a la situación previa y actual del turismo en el cantón Baños en relación a la pandemia, los procesos de reactivación turística, la situación previa y actual de las agencias de viajes y operadoras turística de Baños a raíz de la pandemia, el perfil del turista previo y actual al Covid-19, la resiliencia de los Baños, entre otros temas. Se espera que la entrevista dure de 20 a 30 minutos aproximadamente. Puede terminar su participación en el momento que usted desee. Si durante su participación usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. La conversación será grabada y resguardada por el equipo de investigación.

**¿Cómo se manejará la privacidad de su opinión?**

La información que usted nos proporcione será confidencial, anónima, resguardada y solamente usada por el equipo investigador para los fines de este estudio. No será pública ni utilizada para otros propósitos. Se escribirán informes y publicaciones, pero su identidad no será revelada y no será posible identificar que usted nos dio esta información.

**Beneficios y Riesgos**

Los riesgos de participar en este estudio son mínimos. Podría suceder que a usted le incomode contestar alguna pregunta. En ese caso, recuerde que puede dejar de contestar cualquier pregunta y que puede opinar libremente. Si decide

participar, estará contribuyendo a generar conocimientos muy importantes sobre la situación de las agencias de viaje y los procesos de reactivación turística ligados a la resiliencia con relación al Covid-19. Su participación es voluntaria y puede decidir no participar o dejar de participar en cualquier momento.

**Consentimiento**

Yo, \_\_\_\_\_, con  
identificación número \_\_\_\_\_, de la escuela:  
\_\_\_\_\_, de la ciudad/país:  
\_\_\_\_\_; entendí las explicaciones anteriores sobre la entrevista  
en la que desean que participe como parte del estudio que la Universidad de  
Cuenca quiere hacer y acepto participar de forma voluntaria no he caído en  
coerción, coacción, amenaza, fraude, engaño, manipulación o cualquier otro tipo  
de presión en este estudio.

*Nombre del participante*                      *C.I.*    *Firma*    *Fecha*    *Hora y Lugar*

*Nombre del facilitador*                      *C.I.*    *Firma*    *Fecha*    *Hora y Lugar*

*Nombre del observador*                      *C.I.*    *Firma*    *Fecha*    *Hora y Lugar*

**Anexo 4:** Diseño de las entrevistas semiestructuradas

**Proyecto:** “Los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por COVID-19”.

**FORMATO DE ENTREVISTA PARA AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURISTICOS DE BAÑOS DE AGUA SANTA**

Entrevistador(a): \_\_\_\_\_

Fecha: //20

Cargo de actor clave: \_\_\_\_\_

Cantón/Comuna/Municipio: \_\_\_\_\_

País: \_\_\_\_\_

**Objetivo General:** Conocer los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes.

**Objetivos específicos:**

- Describir las dinámicas de las agencias de viajes y operadoras turísticas antes y durante la pandemia.
- Identificar los procesos de reactivación turística que han propuesto las agencias de viajes y operadoras.
- Explorar los procesos de resiliencia derivados de la crisis pandémica en las agencias de viajes y operadoras turísticas del cantón Baños de Agua Santa.

**Presentación**

Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Somos estudiantes de la Universidad de Cuenca. Estamos realizando entrevistas para conocer más sobre los procesos de reactivación turística ligados a la resiliencia de las agencias de viajes y operadoras turística del cantón Baños. La entrevista durará entre 20 y 30 minutos aproximadamente. Nos gustaría conocer su opinión acerca de la situación previa a la pandemia y la actual del turismo en el cantón Baños, los procesos de reactivación turística, los cambios del turista a raíz de la pandemia, entre otras. Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a

grabar la entrevista y a tomar algunas notas. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Tiene usted alguna duda? ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista? ¿Podemos comenzar?

**Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales para conocer quién es usted...**

Datos generales

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad o fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Ocupación actual – Tiempo que lleva en este cargo: \_\_\_\_\_

Nivel máximo de estudios: (Universitario, Diversificado, Básicos, Primaria, Sin educación).

**Hablemos un poco del turismo previo y posterior al COVID-19...**

1. ¿Cómo describiría la situación del turismo en Baños de Agua Santa previo a la pandemia iniciada en marzo 2020 en Ecuador?
2. ¿Cómo era el comportamiento del perfil del turista previo a la pandemia?
3. ¿Cuáles eran los servicios que ofertaba usted antes de pandemia?
4. ¿Cuáles fueron los principales inconvenientes que usted atravesó a con la pandemia desde el punto de vista de la operación de su negocio?
5. ¿Cuáles fueron los canales de promoción y comercialización de sus servicios antes de la pandemia?
6. ¿Cómo describiría la situación actual del turismo en Baños de Agua Santa a raíz del COVID-19?
7. ¿Cómo describiría el comportamiento del perfil actual del turista que visita Baños posterior a la pandemia?
8. ¿Cuáles son los canales de promoción y comercialización ahora utiliza en su negocio para poder ofertar sus servicios? (fb, lg, pag web)
9. ¿Qué nueva oferta de atractivos turísticos ha aumentado en sus servicios?



10. ¿Qué procesos y/o estrategias implemento para la reactivación laboral y turística de su negocio?
11. ¿Tuvo que reducir la tarifa de sus servicios luego de la pandemia? Si, no, por qué
12. ¿Se ha asociado a otros sectores del turismo para innovar y/o mejorar su oferta de servicios?

**Ahora hablaremos sobre los procesos de reactivación turística ligados a la resiliencia de Baños y el sector de Intermediación Turística...**

**PROCESOS DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA**

13. ¿Tiene conocimiento sobre los planes de reactivación turística que se implementaron nivel nacional y cantonal?
14. ¿Qué apoyo ha sentido Usted como empresario en este proceso de reactivación?
15. ¿De qué manera cree que estos procesos de reactivación beneficiaron a las agencias de viajes y operadoras turísticas de este cantón luego de la reactivación turística?
16. ¿Cómo ve el rol de los gremios, cámara de turismo, MINTUR y/o autoridades en el tema de la reactivación turística?
17. ¿Cómo cree usted que se encuentra actualmente la situación de las Agencias de viaje y Operadoras turísticas de Baños?
18. ¿Qué tendencia ve usted como empresario antes y después de la pandemia? (Mercado objetivo, duración de viajes, preferencia de actividades)
19. ¿Conoce usted sobre el plan de emergencia en caso de una erupción volcánica?
20. ¿Qué medidas a tomado Usted en función de ellas?

**RESILIENCIA**

21. ¿Considera usted que Baños es un cantón resiliente? ¿Por qué? 3 razones
22. ¿Cree usted que ha logrado adaptarse a los cambios que se han desarrollado como resultado de la pandemia? ¿Por qué?

23. Usted, ¿Considera que el sector de intermediación turística ha sabido adaptarse a los requerimientos del turismo actual?

**Por último, me gustaría saber...**

24. Según el último reporte de ventas del MINTUR 2022, el sector de Intermediación es uno de los sectores que menos se ha recuperado económicamente en comparación a años previos al COVID-19, ¿A qué cree usted que se debe este suceso?
25. ¿Qué alternativas o sugerencias propone usted para mejorar la reactivación de este sector?
26. ¿Conoce usted sobre el problema que tienen las agencias de viajes con los enganchadores? ¿Qué piensa al respecto?
27. Si conoce sobre este problema ¿De qué manera cree usted que las autoridades les han apoyado?
28. ¿Le pareció oportuno o correcto las decisiones tomadas por las autoridades para reactivar la actividad turística dentro del cantón?

**¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista? ¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?**

**Proyecto: “Los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por COVID-19”.**

**FORMATO DE ENTREVISTA ENCARGADO DE LA DIRECCIÓN DE TURISMO EN BAÑOS**

Entrevistador(a): \_\_\_\_\_

Fecha: //20

Cargo de actor clave: \_\_\_\_\_

Cantón/Comuna/Municipio: \_\_\_\_\_

País: \_\_\_\_\_

**Objetivo General:** Conocer los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes.

**Objetivos específicos:**

- Describir las dinámicas de las agencias de viajes y operadoras turísticas antes y durante la pandemia.
- Identificar los procesos de reactivación turística que han propuesto las agencias de viajes y operadoras.
- Explorar los procesos de resiliencia derivados de la crisis pandémica en las agencias de viajes y operadoras turísticas del cantón Baños de Agua Santa.

**Presentación**

Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Somos estudiantes de la Universidad de Cuenca. Estamos realizando entrevistas para conocer más sobre los procesos de reactivación turística ligados a la resiliencia de las agencias de viajes y operadoras turística del cantón Baños. La entrevista durará entre 20 y 30 minutos aproximadamente. Nos gustaría conocer su opinión acerca de la situación previa a la pandemia y la actual del turismo en el cantón Baños, los procesos de reactivación turística, los cambios del turista a raíz de la pandemia, entre otras. Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar la entrevista y a tomar algunas notas. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Tiene usted alguna duda?, ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista?, ¿Podemos comenzar?

**Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales para conocer quién es usted...**

Datos generales

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad o fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Ocupación actual: \_\_\_\_\_

¿Cuánto tiempo está en este cargo? \_\_\_\_\_

¿Cuáles son sus funciones? \_\_\_\_\_

¿Qué ha desarrollado en materia del turismo antes, durante y posterior a la pandemia?

### **Hablemos un poco del turismo previo y posterior al COVID-19...**

1. ¿Cómo describiría la situación del turismo en Baños de Agua Santa previo a la pandemia iniciada en marzo 2020 en Ecuador?
2. ¿Cómo era el comportamiento del perfil del turista previo a la pandemia?
3. ¿De qué manera ustedes como autoridades de turismo han respaldado al sector de intermediación turística de este cantón previo a la pandemia?
4. ¿Cuáles fueron los canales de promoción y comercialización del turismo en Baños de Agua Santa?
5. ¿Cómo describiría la situación actual del turismo en Baños de Agua Santa a raíz del COVID-19?
6. ¿Cuál era la cifra promedio de turistas que recibía Baños antes de la pandemia iniciada en marzo 2020 en Ecuador? Y ¿Cuánto ha variado esta cifra luego del COVID?
7. ¿Cómo describiría el comportamiento del perfil actual del turista que visita Baños posterior a la pandemia?
8. ¿De qué manera ustedes como autoridades de turismo han respaldado al sector de intermediación turística de este cantón para la reactivación turística en tiempos de pandemia?

### **Ahora hablaremos sobre los procesos de reactivación turística ligados a la resiliencia de Baños y el sector de Intermediación Turística...**

#### **PROCESOS DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA**

9. ¿Cuándo se reabrieron y cuales fueron los protocolos de bioseguridad para la reactivación turística? ¿Desde cuándo?
10. Con la reactivación de la actividad turística a nivel mundial, ¿Cuáles han sido los planes de reactivación turística que se implementaron en Baños a raíz de la pandemia?
11. ¿Estos procesos estaban a conocimiento público de la población Baneña? ¿Y de qué forma se dieron a conocer?
12. ¿Cómo fue construido el plan de reactivación turística? ¿Quiénes participaron?
13. ¿De qué manera estos procesos beneficiaron a las agencias de viajes y operadoras turísticas de este cantón luego de la reactivación turística?
14. ¿Cómo cree Usted que se encuentra actualmente la situación de las Agencias de viaje y Operadoras turísticas de Baños?
15. ¿Conoce usted sobre los enganchadores? ¿Qué piensa al respecto?
16. Si conoce de ellos, ¿Qué han hecho ustedes como autoridades ante esta situación?
17. ¿Han dictaminado alguna ordenanza respecto al turismo?
18. ¿Han obtenido una respuesta positiva con la implementación de estos procesos de reactivación? ¿Como se evidencia?

#### RESILIENCIA

19. ¿Considera usted que Baños es un cantón resiliente? ¿Por qué? 3 razones
20. Usted, ¿Considera que el sector de intermediación turística ha sabido adaptarse a los requerimientos del turismo actual? Si, no, ¿por qué?

#### Por último, me gustaría saber...

21. Según el último reporte de ventas del MINTUR 2022, el sector de Intermediación es uno de los sectores que menos se ha recuperado económicamente en comparación a años previos al COVID-19, ¿A qué cree usted que se debe este suceso?
22. ¿Qué alternativas o sugerencias propone usted para mejorar la reactivación de este sector?

¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista? ¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?

**Proyecto:** “Los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes en el contexto de la pandemia por COVID-19”.

**FORMATO DE ENTREVISTA ENCARGADO DE LA CAMARA DE TURISMO BAÑOS**

Entrevistador(a): \_\_\_\_\_

Fecha: / /20

Cargo de actor clave: \_\_\_\_\_

Cantón/Comuna/Municipio: \_\_\_\_\_

País: \_\_\_\_\_

**Objetivo General:** Conocer los procesos de reactivación turística del cantón Baños de Agua Santa ligados a la resiliencia de las agencias de viajes.

**Objetivos específicos:**

- Describir las dinámicas de las agencias de viajes y operadoras turísticas antes y durante la pandemia.
- Identificar los procesos de reactivación turística que han propuesto las agencias de viajes y operadoras.
- Explorar los procesos de resiliencia derivados de la crisis pandémica en las agencias de viajes y operadoras turísticas del cantón Baños de Agua Santa.

**Presentación**

Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Somos estudiantes de la Universidad de Cuenca. Estamos realizando entrevistas para conocer más sobre los procesos de reactivación turística ligados a la resiliencia de las agencias de viajes y operadoras turística del cantón Baños. La entrevista durará entre 20 y 30 minutos aproximadamente. Nos gustaría conocer su opinión acerca de la

situación previa a la pandemia y la actual del turismo en el cantón Baños, los procesos de reactivación turística, los cambios del turista a raíz de la pandemia, entre otras. Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar la entrevista y a tomar algunas notas. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Tiene usted alguna duda?, ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista?, ¿Podemos comenzar?

**Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales para conocer quién es usted...**

Datos generales

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad o fecha de nacimiento: \_\_\_\_\_

Ocupación actual: \_\_\_\_\_

¿Cuánto tiempo está en este cargo? \_\_\_\_\_

¿Cuáles son sus funciones? \_\_\_\_\_

¿Qué ha desarrollado en materia del turismo antes, durante y posterior a la pandemia?

**Hablemos un poco del turismo previo y posterior al COVID-19...**

1. ¿Cómo describiría la situación del turismo en Baños de Agua Santa previo a la pandemia iniciada en marzo 2020 en Ecuador?
2. ¿Cómo era el comportamiento del perfil del turista previo a la pandemia?
3. ¿De qué manera ustedes como autoridades de turismo han respaldado al sector de intermediación turística de este cantón previo a la pandemia?

4. ¿Cuáles fueron los canales de promoción y comercialización del turismo en Baños de Agua Santa?
5. ¿Cómo describiría la situación actual del turismo en Baños de Agua Santa a raíz del COVID-19?
6. ¿Cuál era la cifra promedio de turistas que recibía Baños antes de la pandemia iniciada en marzo 2020 en Ecuador? Y ¿Cuánto ha variado esta cifra luego del COVID?
7. ¿Cómo describiría el comportamiento del perfil actual del turista que visita Baños posterior a la pandemia?
8. ¿De qué manera ustedes como autoridades de turismo han respaldado al sector de intermediación turística de este cantón para la reactivación turística en tiempos de pandemia?

**Ahora hablaremos sobre los procesos de reactivación turística ligados a la resiliencia de Baños y el sector de Intermediación Turística...**

**PROCESOS DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA**

9. ¿Cuándo se reabrieron y cuáles fueron los protocolos de bioseguridad para la reactivación turística? ¿Desde cuándo?
10. Con la reactivación de la actividad turística a nivel mundial, ¿Cuáles han sido los planes de reactivación turística que se implementaron en Baños a raíz de la pandemia?
11. ¿Estos procesos estaban a conocimiento público de la población Baneña? ¿Y de qué forma se dieron a conocer?
12. ¿Cómo fue construido el plan de reactivación turística? ¿Quiénes participaron?
13. ¿De qué manera estos procesos beneficiaron a las agencias de viajes y operadoras turísticas de este cantón luego de la reactivación turística?
14. ¿Cómo cree Usted que se encuentra actualmente la situación de las Agencias de viaje y Operadoras turísticas de Baños?
15. ¿Conoce usted sobre los enganchadores? ¿Qué piensa al respecto?
16. Si conoce de ellos, ¿Qué han hecho ustedes como autoridades ante esta situación?



17. ¿Han obtenido una respuesta positiva con la implementación de estos procesos de reactivación? ¿Como se evidencia?

#### RESILIENCIA

18. ¿Considera usted que Baños es un cantón resiliente? ¿Por qué? 3 razones
19. Usted, ¿Considera que el sector de intermediación turística ha sabido adaptarse a los requerimientos del turismo actual? Si, no, ¿por qué?

#### **Por último, me gustaría saber...**

20. Según el último reporte de ventas del MINTUR 2022, el sector de Intermediación es uno de los sectores que menos se ha recuperado económicamente en comparación a años previos al COVID-19, ¿A qué cree usted que se debe este suceso?
21. ¿Qué alternativas o sugerencias propone usted para mejorar la reactivación de este sector?

**¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista? ¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?**

**Anexo 5:** Evidencia fotográfica de las entrevistas realizadas por Sofía Aguirre a las Agencias de Viajes y Operadores turísticos del Cantón Baños de Agua Santa.



**Anexo 6:** Evidencia fotográfica de las entrevistas realizadas por Xiomara Menéndez a las Agencias de Viajes y Operadores turísticos del Cantón Baños de Agua Santa.





**Anexo 7:** Evidencia fotográfica de la presencia de *un enganchador* a la llegada de los buses de transporte terrestre en el terminal de Baños.



**Anexo 8:** Evidencia fotográfica de las tarifas mínimas de deportes de aventura impuesta por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Baños de Agua Santa.

## **Anexo 9: Reconocimientos que ha obtenido el cantón Baños de Agua Santa.**



