



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**LAS AGUAS TERMALES Y EL IMPACTO TURÍSTICO.**

**DISEÑO DE UNA GUÍA TURÍSTICA DE LAS AGUAS TERMALES DE LA  
PROVINCIA DE PICHINCHA**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Turística y Hotelera**

**Autora: Román Cuenca Ana Cristina**

**Asesor: Ing. Blanca Jiménez D.**

**Quito, Octubre 2013**



## **DECLARATORIA**

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Ana Cristina Román Cuenca

CC: 172562172-4



## **CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL**

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Román Cuenca Ana Cristina, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración turística y hotelera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “LAS AGUAS TERMALES Y SU IMPACTO TURÍSTICO. DISEÑO DE UNA GUÍA TURISTICA DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA.”, el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad

Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno;

d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 19 días del mes de Abril del dos mil trece.

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 172562172-4

CEDENTE

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

## **DEDICATORIA**

A mí querida madrecita María por su apoyo incondicional.

A mi familia en general, porque me han brindado su gran apoyo.

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

A mi querida madrecita María quien es lo más apreciado que tengo y gracias a ella he podido obtener grandes logros y triunfos, por el gran esfuerzo y dedicación que ha puesto sobre mí y me ha demostrado en cada momento todo el amor y la confianza que ha depositado en el transcurso de mi vida ya que sin ella no hubiera logrado todo esto.

A mi padre por ser la fuerza y apoyo de la familia.

A mis hermanos y hermanas quienes con su apoyo, cariño y confianza, hemos hecho que la familia sea lo mejor en cada momento que hemos pasado llenos de felicidad y tristeza y a pesar de todo siempre somos unidos. A mi hermana Jenny gracias por sus consejos y el apoyo enorme que me ha dado para la realización de mi proyecto.

A mi negrito Mauro por demostrarme el gran amor incondicional que me ha dado y por apoyarme para continuar y nunca renunciar a mi vida académica

A la profe Friktzia y la Ing. Blanca por su apoyo, ideas y correcciones que me ha dado a mi proyecto.

Y gracias a todos los que me han brindado su ayuda y colaboración para la realización de mi proyecto.

## ÍNDICE

**Pág.**

### PORTADA

### CARATULA

|                                                             |              |
|-------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO.....</b>                 | <b>ii</b>    |
| <b>DECLARATORIA.....</b>                                    | <b>iii</b>   |
| <b>CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL</b> | <b>iv</b>    |
| <b>DEDICATORIA.....</b>                                     | <b>vii</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO.....</b>                                  | <b>viii</b>  |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>                              | <b>xvii</b>  |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>                                | <b>xviii</b> |
| <b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>                               | <b>xix</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                        | <b>xx</b>    |
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>                                    | <b>xxi</b>   |

|                                          |          |
|------------------------------------------|----------|
| <b>CAPÍTULO I.....</b>                   | <b>1</b> |
| 1 Antecedentes.....                      | 1        |
| 1.1 Contexto.....                        | 3        |
| 1.2 Justificación.....                   | 4        |
| 1.3 Definición del Problema Central..... | 5        |
| 1.3.1 Espina de Pescado.....             | 7        |

ix



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

|                                                |           |
|------------------------------------------------|-----------|
| <b>TULO II.....</b>                            | <b>8</b>  |
| 2 Análisis de Involucrados.....                | 8         |
| 2.1 Mapeo de Involucrados.....                 | 8         |
| 2.1.1 Mapeo de Involucrados Directos.....      | 9         |
| 2.1.2 Mapeo de Involucrado Indirectos.....     | 9         |
| 2.2 Matriz de Análisis de Involucrados.....    | 10        |
| 2.2.1 Análisis de Involucrados Directos.....   | 10        |
| 2.2.2 Análisis de Involucrados Indirectos..... | 12        |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>                       | <b>13</b> |
| 3 Problema y Objetivos.....                    | 13        |
| 3.1 Árbol de Problemas.....                    | 13        |
| 3.2 Árbol de Objetivos.....                    | 14        |
| 3.2.1 Análisis del Árbol de Objetivos.....     | 15        |

|                         |                                                                 |           |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.2.2                   | Cuadro de Análisis de Objetivos.....                            | 16        |
| <br>                    |                                                                 |           |
| <b>CAPÍTULO IV.....</b> |                                                                 | <b>17</b> |
| 4                       | Análisis de Alternativas.....                                   | 17        |
| 4.1                     | Matriz de Análisis de Alternativas.....                         | 17        |
| 4.1.1                   | Valor Total del Análisis de Alternativas.....                   | 18        |
| 4.1.2                   | Análisis de Alternativas por Rango.....                         | 18        |
| 4.1.3                   | Análisis.....                                                   | 19        |
| 4.2                     | Diagrama de Estrategias.....                                    | 19        |
| 4.3                     | Matriz de Marco Lógico.....                                     | 20        |
| V.....                  |                                                                 | 21        |
|                         | Propuesta.....                                                  | 21        |
| 5.1                     | Antecedentes (De la Herramienta que Propone como Solución)..... | 21        |

|                         |                                                                |           |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.1.1                   | ¿Qué es una Guía Turística o Guía de Viajes?.....              |           |
|                         | 21                                                             |           |
| 5.1.2                   | Tipos de Guías de Viajes.....                                  |           |
|                         | 21                                                             |           |
| 5.1.3                   | Historia de la Guía de Viajes.....                             |           |
|                         | 21                                                             |           |
| 5.2                     | Descripción (De la Herramienta que Propone como Solución)..... | 24        |
| 5.2.1                   | Descripción Física de la Guía Turística.....                   |           |
|                         | 24                                                             |           |
| 5.2.2                   | Partes de la Guía Turística.....                               |           |
|                         | 25                                                             |           |
| 5.2.3                   | Índices de las Páginas Internas de la Guía Turística.....      |           |
|                         | 26                                                             |           |
| 5.3                     | Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta.....     | 28        |
| <b>CAPÍTULO VI.....</b> |                                                                | <b>32</b> |
| 6                       | Aspectos Administrativos.....                                  | 32        |
| 6.1                     | Recursos Humanos.....                                          |           |
|                         | 32                                                             |           |
| 6.1.1                   | Gráfico Recursos Humanos.....                                  | 32        |

|                                       |            |
|---------------------------------------|------------|
| 6.2 Recurso Material.....             | 33         |
| 6.2.1 Gráfico Material.....           | Recurso 33 |
| 6.3 Recurso Técnico.....              | 34         |
| 6.3.1 Gráfico Técnico.....            | Recurso 34 |
| 6.4 Recurso Financiero.....           | 35         |
| 6.4.1 Gráfico Financiero.....         | Recurso 35 |
| 6.5 Presupuesto.....                  | 36         |
| 6.6 Cronograma.....                   | 37         |
| <b>TULO VII.....</b>                  | <b>38</b>  |
| 7 Conclusiones y Recomendaciones..... | 38         |
| 7.1 Conclusiones.....                 | 38         |
| 7.2 Recomendaciones.....              | 39         |

|                                                                                  |           |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>8 BIBLIOGRAFÍA.....</b>                                                       | <b>40</b> |
| <b>9 ANEXOS.....</b>                                                             | <b>43</b> |
| <b>ANEXO A: Mapa de Pichincha.....</b>                                           | <b>44</b> |
| <b>ANEXO B: Mapa de ubicación de las Aguas Termales de Pichincha.....</b>        | <b>45</b> |
| <b>ANEXO C: Gráfico de yacimiento Hidrotermal.....</b>                           | <b>46</b> |
| <b>ANEXO D: Clasificación y Componentes Químicos de las Aguas Termales.....</b>  | <b>47</b> |
| <b>ANEXO E: Enfermedades crónicas beneficiadas por la Balneoterapia.....</b>     | <b>48</b> |
| <b>ANEXO F: Clasificación de las Aguas Minerales, según Barabino Amadeo.....</b> | <b>49</b> |
| <b>ANEXO G: Efectos de las Aguas Termales en el Cuerpo Humano.....</b>           | <b>50</b> |
| <b>ANEXO H: Recomendaciones general para el uso de las Aguas Termales.....</b>   | <b>51</b> |
| <b>ANEXO I: Encuesta.....</b>                                                    | <b>52</b> |
| <b>ANEXO J: Tabulación de la Encuesta.....</b>                                   | <b>53</b> |
| <b>ANEXO K: Balneario Cunuyacu.....</b>                                          | <b>63</b> |
| <b>ANEXO L: Balneario Rumiloma.....</b>                                          | <b>64</b> |
| <b>ANEXO M: Balneario San Pedro del Tingo.....</b>                               | <b>65</b> |
| <b>ANEXO N: Balneario Centro Activo V-Ushimana.....</b>                          | <b>66</b> |
| <b>ANEXO Ñ: Balneario Fuentes Cristalinas.....</b>                               | <b>67</b> |

x

v



|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| <b>ANEXO O:</b> Balneario La Merced..... | 68 |
| <b>ANEXO P:</b> Balneario Ilaló.....     | 69 |

x

v

i

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| <b>ANEXO Q:</b> Balneario Mineral The Tesalia Springs Company..... | 70 |
| <b>ANEXO R:</b> Balneario La Calera.....                           | 71 |
| <b>ANEXO S:</b> Balneario Igshigto.....                            | 72 |
| <b>ANEXO T:</b> Balneario ElPisque.....                            | 73 |
| <b>ANEXO U:</b> Balneario Oyacachi.....                            | 74 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                              |             |
|----------------------------------------------|-------------|
|                                              | <b>pág.</b> |
| <b>FIGURA 1</b>                              |             |
| Espina de pescado.....                       | 7           |
| <b>FIGURA 2</b>                              |             |
| Mapeo de involucrados.....                   | 8           |
| <b>FIGURA 3</b>                              |             |
| Árbol de problemas.....                      | 13          |
| <b>FIGURA 4</b>                              |             |
| Árbol de objetivos.....                      | 14          |
| <b>FIGURA 5</b>                              |             |
| Cuadro de análisis de objetivos.....         | 16          |
| <b>FIGURA 6</b>                              |             |
| Valor total de análisis de alternativas..... | 18          |
| <b>FIGURA 7</b>                              |             |
| Análisis de alternativas por rangos.....     | 18          |
| <b>FIGURA 8</b>                              |             |
| Diagrama de estrategias.....                 | 19          |
|                                              | xvii        |

## FIGURA 9

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Portada de la guía turística de las Aguas Termales de Pichincha..... | 25 |
|----------------------------------------------------------------------|----|

## FIGURA 10

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Logotipo de la guía turística de las Aguas Termales de Pichincha..... | 25 |
|-----------------------------------------------------------------------|----|

## FIGURA 11

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Grafica recursos humanos..... | 28 |
|-------------------------------|----|

## FIGURA 12

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| Grafica recursos materiales..... | 29 |
|----------------------------------|----|

## FIGURA 13

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Grafica recursos técnicos..... | 30 |
|--------------------------------|----|

## FIGURA 14

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Grafica recurso financiero..... | 31 |
|---------------------------------|----|

## ÍNDICE DE TABLAS

**pág.**

### TABLA 1

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Causas y efectos del problema..... | 6 |
|------------------------------------|---|

### TABLA 2

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Mapeo de involucrados directos..... | 9 |
|-------------------------------------|---|

### TABLA 3

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Mapeo de involucrados indirectos..... | 9 |
|---------------------------------------|---|

### TABLA 4

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Matriz de análisis de alternativas..... | 17 |
|-----------------------------------------|----|

### TABLA 5

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Matriz marco lógico..... | 19 |
|--------------------------|----|

xviii

## **TABLA 6**

|                       |    |
|-----------------------|----|
| Recursos humanos..... | 32 |
|-----------------------|----|

## **TABLA 7**

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Recursos materiales..... | 33 |
|--------------------------|----|

## **TABLA 8**

|                        |    |
|------------------------|----|
| Recursos técnicos..... | 34 |
|------------------------|----|

## **TABLA 9**

|                           |    |
|---------------------------|----|
| Recursos financieros..... | 35 |
|---------------------------|----|

## **TABLA 10**

|                  |    |
|------------------|----|
| Presupuesto..... | 36 |
|------------------|----|

## **TABLA 11**

|                 |    |
|-----------------|----|
| Cronograma..... | 37 |
|-----------------|----|

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto realiza un análisis de investigación, desarrollo e innovación de las Aguas Termales de la provincia de Pichincha, en las que se ha basado mediante conocimientos ya existentes, estableciendo nuevo procesos o ideas para mejorar la investigación autentica. Así mismo hace énfasis en la necesidad y problemas que se presentan en los diferentes balnearios de aguas termales dando diferentes soluciones para mejorar el ingreso de turistas hacia estos sitios turísticos poco conocidos, mejorando también del ingreso económico de las comunidades así como para los municipios cantonales de la provincia.

En el capítulo primero se detalla antecedentes ya existentes sobre el tema de las aguas termales así como el problema y situación que presentan actualmente en la provincia.

Capítulo dos, se describe claramente las personas o instituciones que están involucradas directamente o indirectamente tomando como beneficio este proyecto. Capítulo tercero, se detalla mediante cuadros con causas y efectos de los problemas que surgen en el proyecto para así poder presentar objetivos o soluciones para que se mejore el nivel turístico de este sector. Capítulo cuarto se identifica las soluciones para el problema que se dan en las aguas termales para luego aplicar las posibles estrategias para mejorar y solucionar el problema. Capítulo quinto, descripción de la guía turística como herramienta principal para la difusión de las aguas termales, dando a conocer su historia y procedencia de una guía de viajes. Capítulo sexto, se detalla de forma clara los recursos que se utilizaron para realizar el proyecto así como el presupuesto que se dio para la realización de este mismo, tomando en cuenta el tiempo que se obtuvo para crear este proyecto. Capítulo séptimo, se presentan las conclusiones y recomendaciones a las que se llegaron con el estudio de este proyecto.

## **ABSTRACT**

This project makes an analysis of research, development and innovation of the Thermal Waters of the province of Pichincha, which is based using existing knowledge, establishing new processes or ideas for improving research authenticates. It also emphasizes the need and problems encountered in different hot springs giving different solutions to improve the income of tourists to these little-known tourist sites, also improving economic income of the communities as well as cantonal municipalities of the province.

In the first chapter is detailed existing background on the subject of thermal waters and the presenting problem and current situation in the province. Chapter two describes clearly the persons or institutions involved directly or indirectly on the benefit this project. Chapter Three, outlined by boxes with causes and effects of the problems encountered in the project in order to provide objectives and solutions to improve the level of this sector tourism. Chapter four identifies the solutions to the problem that occur in the thermal waters and then apply the possible strategies to improve and solve the problem. Chapter fifth describing of the tourist guide as the main tool for the dissemination of the thermal waters, revealing its history and origin of a travel guide. Chapter six is detailed in a clear the resource used for the project and the budget that was given to the realization of this right, taking into account the time it got to create this project. Chapter Seven, presents conclusions and recommendations to those who came to the study of this project.

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como principal propósito de estudio, mejorar la afluencia de turistas hacia las aguas termales. En concreto , la investigación que presentamos se ha desarrollado mediante investigaciones, en la que se da a conocer los problemas actuales de los balnearios de las aguas termales de la provincia de Pichincha, para el desarrollo de este proyecto se realizó cuadros, análisis, matrices y gráficos para poder obtener las conclusiones de estudio tomando en cuenta las falencias que hay en los sitios turísticos tanto en su infraestructura, servicio, información así como las entidades encargadas de su desarrollo turístico. ´

Este presente proyecto pretende mejorar la información para que se desarrolle la demanda turística hacia los balnearios termales para ayudar a las comunidades y propietario de las piscinas.

Como objetivo principal es Fomentar a los turistas tanto nacionales como extranjeros a preferir las visitas a las aguas termales. Dicho objetivo se desglosa en otros de carácter secundario:

- Recopilar información actualizada y útil al turista para facilitar su visita a las fuentes de aguas termales de cualquier cantón de la provincia de pichincha
- Identificar las necesidades del sector.
- Determinar las preferencias de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Teniendo presentes estos objetivos, el desarrollo del trabajo se ha estructurado en siete capítulos de información y un bloque de anexos, dando a conocer los posibles beneficios y soluciones que trae el proyecto.

## CAPÍTULO I

### 1. Antecedentes

- **TEMA: LIBRO “GUÍA DE LAS AGUAS TERMALES DEL ECUADOR”**

AUTOR: Fundación Federne

AÑO: 1995

INSTITUCIÓN: Universidad Tecnológica Equinoccial

CONCLUSIÓN: El marco teórico de esta tesis constituye una fuente importante ya que muestra de forma clara y precisa la ubicación y situación geográfica de las aguas termales y su historia.

- **TEMA: TESIS “LAS AGUAS TERMALES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA Y SU IMPACTO TURÍSTICO”**

AUTOR: Arévalo Lorena, Zanipattni, Rodny.

AÑO: 1998

INSTITUCIÓN: Universidad Tecnológica Equinoccial

CONCLUSIÓN: la información presentada en el marco teórico, definiciones y conceptos aportan significativamente en el desarrollo del presente trabajo de tesis.

- **TEMA: TESIS” ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE PISCINAS DE AGUAS DE AGUAS TERMALES EN ALUNCHAN, COMUNIDAD DE RUMICHINCHA, PARROQUIA CUSUBAMBA CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI**

AUTOR: Navas Moscoso, Mariela Fernanda

AÑO: 2010

INSTITUCIÓN: Universidad Tecnológica Equinoccial

CONCLUSIÓN: El marco teórico constituye una herramienta de investigación importante por la información presentada.

- **TEMA: LIBRO “INVENTARIO DE LAS AGUAS MINERALES MEDICINAL DEL ECUADOR”**

AUTOR: Prof. Dr. Muñoz José

AÑO: 1959

INSTITUCIÓN: Biblioteca Central del Ecuador

CONCLUSIÓN: la información del desarrollo de la hidrología médica, la composición mineral de las aguas es un aporte sustancial para la investigación a desarrollar.

- **TEMA: LIBRO “GUÍAS DE LAS AGUAS MINERALES DEL ECUADOR”**

AUTOR: Prof. Dr. Muñoz José

AÑO: 1968

INSTITUCIÓN: Biblioteca Central del Ecuador

CONCLUSIÓN: la forma de presentar y describir los lugares de interés turísticos como lo son las aguas termales, permiten tener una clara idea para la elaboración de la guía.

- **TEMA: LIBRO “AGUAS MINERALES Y NOCIONES DE HIDROLOGÍA GENERAL”**

AUTOR: Prof. Dr. Muñoz José

AÑO: 1949

INSTITUCIÓN: Biblioteca Central del Ecuador

CONCLUSIÓN: el embozo histórico del mundo y del Ecuador, causas nociones generales de hidrología y el origen de las aguas minerales y termales, serán de gran aporte para contextualizar el tema del presente trabajo de tesis.

No existen documentos, libros, proyectos e investigaciones actuales de las Aguas Termales ya que los últimos estudios realizados fueron por el Ministerio de Turismo a fines del siglo pasado.

### **1.1. Contexto**

La provincia de Pichincha se encuentra ubicada al norte del país, en la zona geográfica conocida como sierra. La provincia consta de ocho cantones y su capital administrativa es la ciudad de Quito . Es el mayor centro administrativo, económico, financiero y comercial del Ecuador. (wikipedia)

Presenta una gran historia colonial donde los residentes nacionales y los visitantes extranjeros encuentran siempre un lugar para trabajar, gozar y recordar.

Sin duda Pichincha es una provincia con un sin número de atractivos turísticos, entre ellos las termas naturales o piscinas de aguas termales las cuales son fuentes de aguas minerales que proceden de capas subterráneas de la Tierra que se encuentran a mayor temperatura. El origen de las fuentes termales surge desde la época antigua en Grecia y Roma a fines del siglo V como sitios de terapias de salud, lo que originó complejas instalaciones en la ciudad, ofreciendo baños de vapor y piscinas (albercas) mixtas de agua caliente, templada y fría, convirtiéndose en lugares ideales para el recreo y la relación social.

En la Edad Media La iglesia cristiana los consideró como lugares de mala reputación, sin embargo la mayoría de las ciudades medievales las utilizaban como forma de aseo personal, disminuyendo así la frecuencia de visita por parte de la población.

En los siglos XVIII y XIX, las clases acomodadas viajaban a ciertos balnearios, convirtiendo en grandes complejos turísticos, que además de las fuentes termales ofrecían hoteles de lujo, tiendas, salas de concierto o casinos. (google)

El baño en aguas termales aumenta la temperatura del cuerpo, matando gérmenes, virus, aumenta la circulación sanguínea y la oxigenación. Este aumento en la temperatura ayuda a disolver y eliminar las toxinas del cuerpo. Hay enfermedades del cuerpo que pueden tener una marcada mejoría por baños en aguas termales y en algunas ocasiones también ayudan en la cura de heridas y de otras lesiones de la piel (geosalud)

El Ecuador es un país privilegiado en cuanto a la presencia de termas localizadas en el callejón interandino ya que se determinó que existen 60 fuentes de aguas termales y minerales medicinales. (INAMHI)

Las aguas termales de la provincia están localizadas en varias áreas principales: Cayambe, Ilaló, Machachi, Tumbaco, Alangasí, Guangopolo.

## **1.2 Justificación**

La provincia de Pichincha al ser una de las provincias más importantes de la sierra ecuatoriana, presenta un gran incremento turístico basado en los atractivos culturales y naturales de sus diferentes cantones o sectores donde se han ido desarrollando una gran afluencia de turistas, pero a pesar de la falta de conocimiento de los lugares que se pueden visitar se ha dejado de lado la visita de las fuentes a las aguas termales por lo que al lograr un mejoramiento en estos sitios ayudaríamos a incrementar el turismo así mismo al aumento del ingreso económico de los pobladores de la zona. Por lo que este proyecto se enfocará en la elaboración de una guía turística de las aguas termales dando a conocer la gran variedad de Fuentes termales en los

diferentes sectores de la provincia, así se facilitara a los turistas buscar diferentes puntos de visita que no sean los tradicionales.

Al elaborar una guía diferente y nueva en el sector turístico se lograría dar nuevas alternativas u opciones de visita ya sea para ocio, salud o trabajo por lo que generaría y facilitaría llegar a nuevos destinos turísticos para todo tipo de turistas nacionales y extranjeros.

Además de proponer una alternativa distinta de visita a las fuentes de aguas termales. También se constituye en un valioso aporte para la generación de nuevas fuentes de trabajo encaminado al desarrollo socio- cultural de los habitantes del sector y la satisfacción de los clientes frecuentes, de turistas, y visitantes en general, que merecen cubrir sus necesidades especialmente de recuperación de salud y belleza.

Al realizar la guía turística se buscarán varias fuentes de información e investigación y se recopilará la documentación necesaria, lo que ayudará a desarrollar estos importantes atractivos turísticos dando así oportunidad a los turistas para conocer nuevos sitios de interés en beneficio de la población involucrada.

### **1.3 Definición del problema central (Matriz T)**

El Ecuador es uno de los países más hermosos y biodiversos del mundo, su diversidad cultural, natural, gastronómica lo convierten en uno de los países cultural y tradicionalmente mejor conservados.

Ecuador con sus 4 regiones: costa, sierra, amazonia e insular, esconde secretos ancestrales en cada región y cada pueblo, los que cuentan con una historia que les caracteriza y no se diga la flora y fauna tan diversa que da al país la categoría de mega diverso.

La provincia de Pichincha es relevante porque en ella se encuentra la capital del Ecuador, Quito. Posee una gran variedad de lugares turísticos, entre ellos las aguas termales constituyéndose en una de las provincias con mayor presencia de este tipo de atractivo turístico. Lamentablemente por falta de información y de difusión las aguas termales son poco conocidas en nuestro país, en algunos casos esto causa la desaparición de las mismas y en otros el deterioro de la infraestructura ocasionando la disminución de la afluencia turística.

Por eso la guía turística ayudaría a difundir las aguas termales no sólo entre los turistas extranjeros sino también los turistas nacionales, esto generaría mayor interés por parte de las entidades públicas de la zona y de los Ministerios involucrados.

**Tabla 1. Causa y efecto del problema**

| CAUSA                                                 | EFEECTO                                                        |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Falta de difusión            | ▪ Desconocimiento                                              |
| <input type="checkbox"/> Mala conservación            | <input type="checkbox"/> Deterioro de la infraestructura       |
| <input type="checkbox"/> Vías de acceso en mal estado | <input type="checkbox"/> Disminución de la afluencia turística |

**Fuente:** Román (2013)

### **Delimitación del problema**

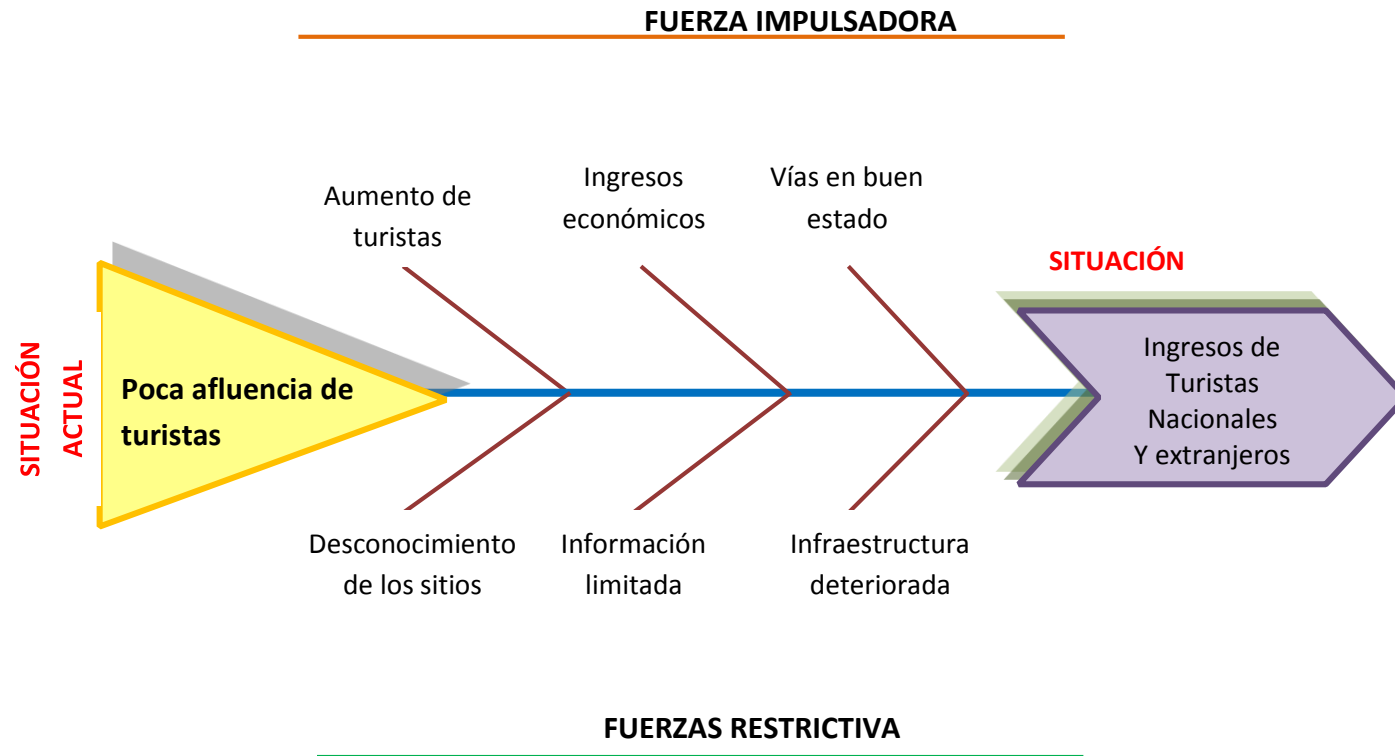
**Campo:** turismo

**Área:** información

**Aspecto:** turístico

**Tema:** Diseño de una guía turística de las aguas termales en la provincia de Pichincha

### 1.3.1 Espina de pescado



**Figura 1. Espina de pescado**

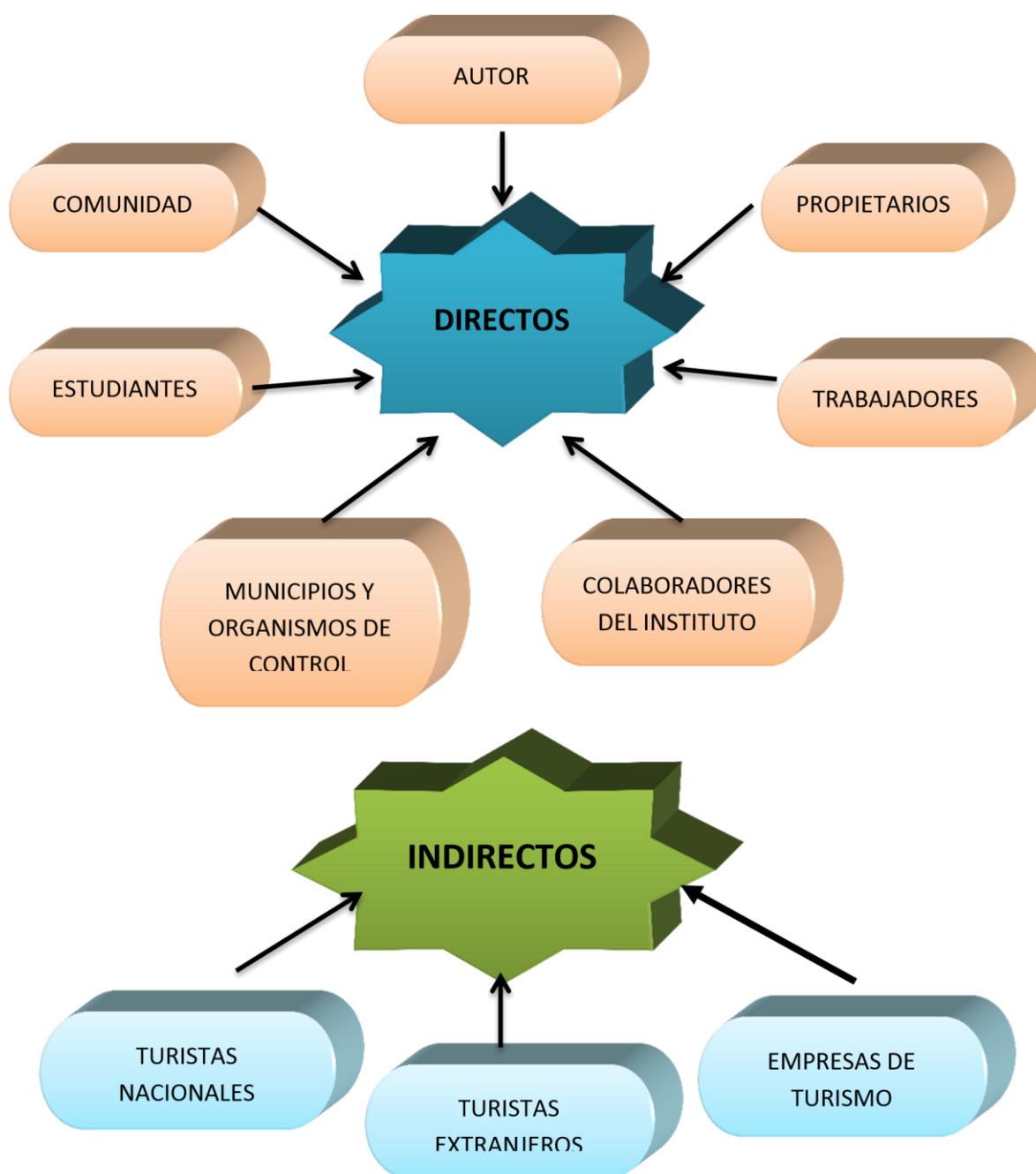
**Fuente: Román (2013)**

Las Aguas Termales y el Impacto Turístico. Diseño de una guía Turística de las Aguas Termales de la Provincia de Pichincha (2013)

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis de Involucrados

#### 2.1. Mapeo de involucrados



**Figura 2. Mapeo de involucrados**  
**Fuente: Román (2013)**

**2.1.1 Tabla 2. Mapeo de Involucrados Directos**

| DIRECTOS                                | DESCRIPCIÓN                                                         |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>AUTOR</b>                            | Oportunidad de venta de propuesta<br>Ampliar conocimientos del tema |
| <b>COMUNIDAD</b>                        | Creación de puestos de trabajo                                      |
| <b>PROPIETARIOS</b>                     | Ingresos económicos mejorados                                       |
| <b>ESTUDIANTES DE TURISMO</b>           | Desarrollo de nuevos proyectos y pasantías                          |
| <b>TRABAJADORES DE LAS FUENTES</b>      | Mejora de ingresos familiares                                       |
| <b>MUNICIPIO Y ENTIDADES DE CONTROL</b> | Ingresos económicos y desarrollo turístico                          |
| <b>COLABORADORES DEL INSTITUTO</b>      | Desarrollo y apoyo a nuevos proyectos                               |

Fuente: Román (2013)

**2.1.2 Tabla 3. Mapeo de Involucrados Indirectos**

| INDIRECTOS                  | DESCRIPCIÓN                               |
|-----------------------------|-------------------------------------------|
| <b>TURISTAS NACIONALES</b>  | Aumento de afluencia turística            |
| <b>TURISTAS EXTRANJEROS</b> | Incremento de visitantes extranjeros      |
| <b>EMPRESAS DE TURISMO</b>  | Inclusión de nuevos atractivos turísticos |

Fuente: Román (2013)

## **2.2. Matriz de análisis de involucrados**

Estas personas significan fuerzas importantes para el desarrollo del proyecto ya que están involucradas directamente e indirectamente con esta nueva iniciativa, como primer punto tenemos:

### **2.2.1 Análisis involucrados directos**

El autor, quien mediante su análisis, desarrolla una nueva forma de contribuir a la solución del gran problema que se está presentando en las Fuentes de Aguas Termales, por la falta de afluencia de turistas nacionales y extranjeros, esto se lograra que mejore con la elaboración de la guía, como forma de difusión para el conocimiento de estos atractivos naturales.

La comunidad cumple un papel fundamental ya que se generarían fuentes de empleo para las personas que viven o residen cerca del balneario, logrando así el incremento del ingreso económico a cada familia.

El propietario de los complejos termales, se ha perjudicado debido a la falta de difusión lo que ha generado el deterioro de la infraestructura y los servicios ofertados. Los propietarios han dejado a un lado la actividad turística para dedicarse a otras labores, lo que ha ocasionado que las fuentes termales se pierdan o se deterioren. El desarrollo de la guía ayudaría a mejorar la oferta de estos establecimientos, en consecuencia aumentarían los ingresos de turistas a cada establecimiento.

Las entidades educativas que se dedican al turismo no colaboran a que los estudiantes realicen pasantías pre-profesionales en sitios turísticos como las aguas termales ya que al ser un sector poco conocido, no se lo toma en cuenta como un lugar de conocimiento laboral.

Los estudiantes de turismo buscan también ser parte del desarrollo turístico, con la difusión de esta oferta turística, se podría aportar con la creación e implementación de nuevos proyectos y soluciones viables para la mejora de estos lugares turísticos.

Por la falta de la afluencia de turistas a los balnearios, se han presentado problemas ya que al ser los ingresos económicos muy bajos en varios establecimientos, se han tenido que realizar recortes de personal. Con la mayor afluencia turística a los balnearios, los ingresos aumentarían y la economía de los trabajadores ya no estaría en riesgo ni sus puestos de trabajo.

Los municipios, entidades cantonales y gubernamentales han demostrado despreocupación y falta de interés en los balnearios ya sea por la falta de recursos económicos o por una mala administración por lo que las personas encargadas de estos sitios no tienen ayuda y buscan otras fuentes de apoyo. Al mejorar estos lugares los turistas no solo visitarían los balnearios sino el cantón, comunidad o parroquias beneficiando no sólo a los lugares en cuestión si no a el sector en general, lo cual generaría mayor interés por parte de las autoridades.

Al ser el ITSCO y los docentes los encargados de dirigir nuestros proyectos, se involucran en el desarrollo e implementación de los mismos; logrando de esta manera el fortalecimiento institucional y su aporte al desarrollo de la actividad turística en beneficio de la sociedad en general y de las futuras generaciones profesionales en la actividad turística

### **2.2.2 Análisis Involucrados indirectos**

Con la creación de la guía y su difusión, se daría una alternativa de visita a turistas nacionales, logrando una mayor concurrencia a destinos diferentes y atractivos como son las aguas termales.

Los turistas extranjeros son clientes que buscan realizar turismo diferente ya que les gusta disfrutar otro tipo de turismo y no el convencional, así que las fuentes termales son un buen destino de diversión para que los turistas conozcan y sientan los beneficios que presta un baño termal.

Las agencias de viaje y las empresas turísticas cumplen un papel fundamental en el desarrollo del presente proyecto ya que son los gestores de la actividad turística organizada. Al mejorar la oferta turística de los balnearios de aguas termales se espera que las empresas prestadoras de turismo las tomen en cuenta como destino turístico en sus paquetes u ofertas promocionale.



## **CAPÍTULO III**

### **3. Problemas y objetivos**

#### **3.1 Árbol de problemas**

El árbol de problemas determina o condiciona el resto del proyecto, por lo tanto un análisis y estructuración correcta de este punto conlleva a una planificación adecuada del proyecto, detallando lo siguiente:

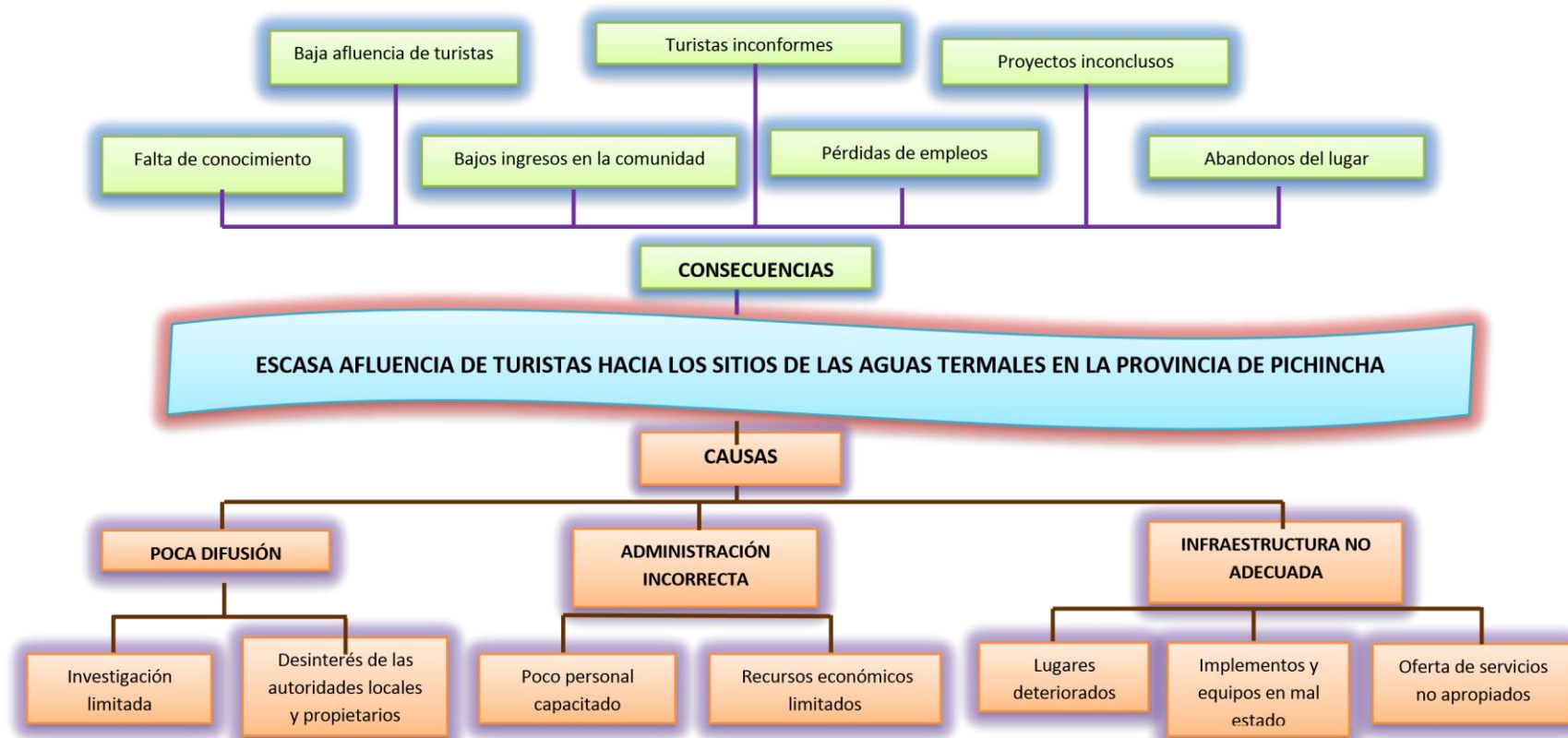


Figura 3. Árbol de problemas  
Fuente: Román (2013)



### 3.2 Árbol de objetivos

Llamado también análisis de objetivos o análisis de soluciones, es la descripción de una situación que podría darse luego de solucionar los problemas detectados en el árbol de problemas. Es una condición hipotética futura redactada en forma positiva o ya lograda en la que se detectaron las siguientes:



Figura 4. Árbol de objetivos  
Fuente: Román (2013)

### **3.2.1 Análisis del árbol de objetivos**

El diseño de una guía turística ayudara a que las fuente de Aguas Termales se desarrollen como un nuevo atractivo natural en los diferentes cantones de la provincia de Pichincha tomando en cuenta los objetivos que favorecerá directamente a las fuentes termales y solucionara los problemas que contrae actualmente en estos sitios turísticos.

El incremento de los turistas hacia los sitios de las aguas termales de la provincia de Pichincha es el principal objetivo que se busca al desarrollar la guía de las Aguas Termales.

Al tener el acceso a una buena información se lograría que los turistas tomen como nueva opción visitar las fuentes termales, así aumentaría el ingreso de turistas tanto nacionales y extranjeros, que buscan opciones diferentes de entretenimiento y descanso.

Las fuentes de Aguas Termales tengan una buena demanda de turistas mejoraría los ingresos económicos por ende aumentaría las fuentes de trabajo dando como prioridad al contrato de personas del mismo cantón, mejorando así sus estatus económicos y su forma de vida de cada poblador.

La elaboración de la guía turística los encargados de los balnearios buscarían la manera para mejorar la calidad de servicio que ofrecería a los turistas por lo cual comenzarían capacitando muy exhaustivamente a cada empleado del lugar para que ofrezca de mejor manera todos los servicios que tiene cada fuente termal tomando como hincapié la buena presencia y trato al cliente sabiendo que el trabajador es la primera imagen del lugar.

Cada administrador y encargados de los complejos termales deben tener en cuenta que la imagen de un atractivo siempre va hacer la infraestructura del lugar y los espacios

15

---

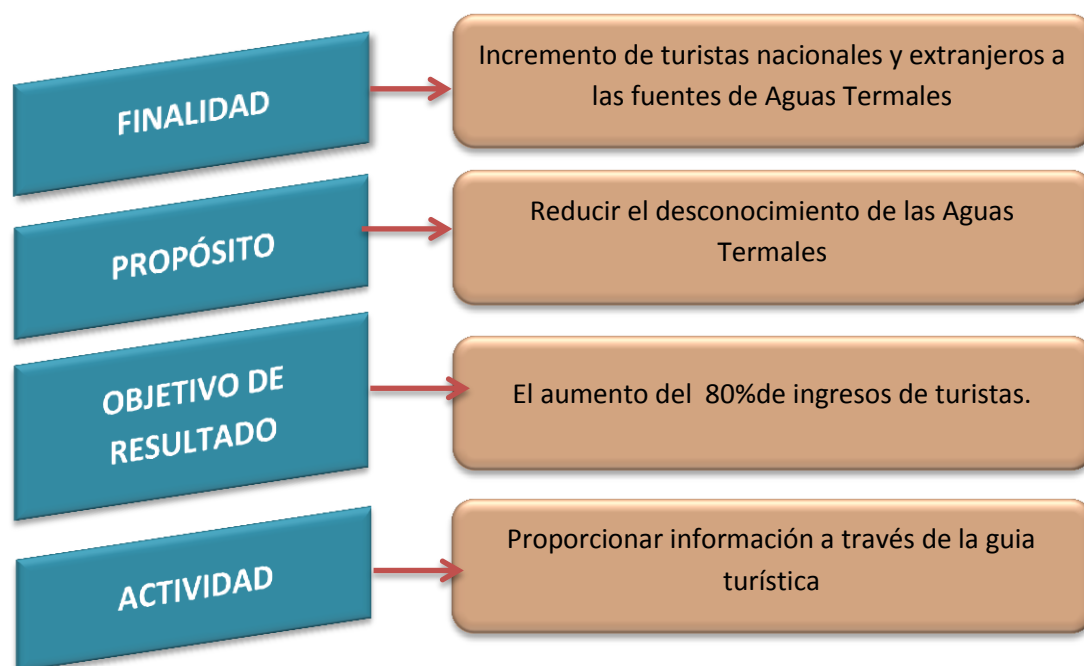
Las Aguas Termales y el Impacto Turístico. Diseño de una guía Turística de las Aguas Termales de la Provincia de Pichincha (2013)



arquitectónicos rodeadas a ella, por lo que el mejoramiento de estos sitios y el buen equipamiento que presten deben ser de calidad y así optarían por ser parte del lugar y sentirse cómodos al estar en un ambiente acogedor y tranquilo, lo que los turistas quedarían muy conformes con la visita a las fuentes de Aguas Termales.

El principal apoyo para el buen surgimiento de complejos termales como públicas ( gobiernos locales, ministerios y la comunidad etc.) y privadas (agencias de viajes, empresas de servicios turísticos etc. ) son muy importantes ya que con ellos se lograría mejorar los espacios turísticos cercanos a las aguas termales tomando como referencia las vías de acceso hacia estos sitios ya que el turista busca buena accesibilidad, comodidad, tranquilidad, seguridad y espacios en donde pueda estar y compartir con su familia sin preocupaciones del peligro u otros factores que trunque su visita.

### **3.2.2 Cuadro de análisis de Objetivos**



**Figura 5. Cuadro de análisis de Objetivos**  
**Fuente: Román (2013)**



## **CAPÍTULO IV**

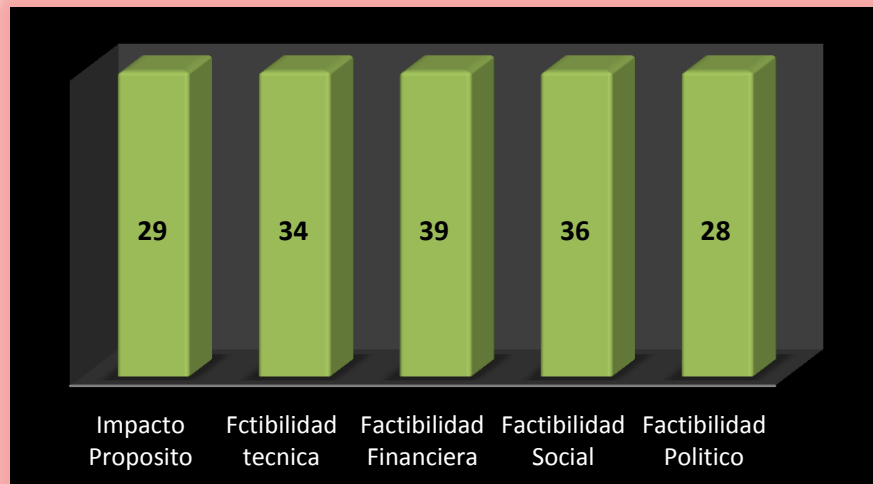
### **4. Análisis de alternativas 4.1**

**Tabla 4. Matriz de análisis de alternativas**

| MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALT                    |                            |                      |                         | RANGOS    |           |            |            |
|----------------------------------------------|----------------------------|----------------------|-------------------------|-----------|-----------|------------|------------|
| OBJETIVOS                                    | Impacto sobre el Propósito | Factibilidad Técnica | Factibilidad Financiera | 1 - 5     | Muy Baja  | Total      | Categorías |
|                                              |                            |                      |                         | 6 - 11    | Baja      |            |            |
|                                              |                            |                      |                         | 12 - 20   | Alta      |            |            |
|                                              |                            |                      |                         | 21 - 25   | Muy Alta  |            |            |
| Acceso a buena información                   | 3                          | 3                    | 4                       |           |           | 16         | Alta       |
| Plazas de trabajos incrementados             | 2                          | 3                    | 4                       | 4         | 3         | 16         | Alta       |
| Personal capacitado                          | 3                          | 4                    | 3                       | 3         | 3         | 16         | Alta       |
| Infraestructura y equipos adecuados          | 3                          | 4                    | 4                       | 4         | 2         | 17         | Alta       |
| Interés de entidades públicas y privadas     | 2                          | 2                    | 3                       | 2         | 3         | 12         | Alta       |
| Ingreso de turistas nacionales y extranjeros | 3                          | 4                    | 5                       | 4         | 3         | 19         | Alta       |
| Ingresos económicos mejorados                | 3                          | 4                    | 5                       | 4         | 3         | 19         | Alta       |
| Servicios perfeccionados                     | 3                          | 3                    | 4                       | 3         | 3         | 16         | Alta       |
| Turistas conformes                           | 4                          | 4                    | 4                       | 4         | 3         | 19         | Alta       |
| Vías y accesos en buen estado                | 3                          | 3                    | 3                       | 4         | 3         | 16         | Alta       |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>29</b>                  | <b>34</b>            | <b>39</b>               | <b>36</b> | <b>28</b> | <b>166</b> |            |

**Fuente:**  
**Román**  
**(2013)**

#### 4.1.1 Valor total de análisis de Alternativas,



**Figura 6. Valor total de análisis de alternativas**  
Fuente: Román (2013)

#### 4.1.2 Análisis de Alternativas por rango



**Figura 7. Análisis de Alternativas por rango**  
Fuente: Román (2013)

#### 4.1.3 Análisis

Cada objetivo que se plantea para el proyecto son impactos factibles de rango alto ya que están propuestas para que se pueda obtener un gran nivel de aceptabilidad así se pueden obtener un beneficio a través de este proyecto en las aguas termales

Siendo como la más baja la factibilidad política ya que los gobiernos, municipio y entidades privadas no toman interés en estos complejos por diferentes causas.

La factibilidad más alta es la financiera ya que al tener un mejoramiento en estos sitios, incrementaría notablemente los ingresos económicos para todos los beneficiarios directos de los complejos de las Aguas Termales. **4.2 Diagrama de estrategias**



**Figura 8. Diagrama de estrategias**  
Fuente: Román (2013)

#### 4.3 Tabla 5. Matriz de marco lógico

|                                                                                                         | INDICADORES                                                   | MEDIOS DE VERIFICACIÓN                                           | SUPUESTOS                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <b>FINALIDAD</b><br><br>Incremento de turistas nacionales y extranjeros a las fuentes de Aguas Termales | ➤ Guia Turística                                              | ➤ Investigación de campo<br>➤ libros                             | ➤ Apoyo de los municipios cantonales y de la provincia |
| <b>PROPÓSITO</b><br><br>Reducir el desconocimiento de las Aguas Termales                                | ➤ difusión de las Fuentes de Aguas Termales                   | ➤ Investigación participativa                                    | ➤ Apoyo del ministerio de turismo                      |
| <b>COMPONENTES</b><br><br>Mejoramiento arquitectónico de los Balnearios                                 | ➤ Correcta información de los sitios que hay fuentes termales | ➤ Buenas fuentes de información                                  | ➤ Apoyo de los propietarios y de la comunidad          |
| <b>ACTIVIDADES</b><br><br>Proporcionar información de las aguas Termales                                | ➤ Incremento de la visita de turistas                         | ➤ Libros<br>➤ Entrevistas con los administradores y propietarios | ➤ Apoyo de toda la comunidad involucrada               |

Fuente: Román (2013)

## CAPÍTULO V

### 5. Propuesta

#### 5.1 Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución).

##### 5.1.1 ¿Qué es una Guía Turística o Guía de Viaje?

Es un libro para turistas o viajeros que proporciona detalles sobre una localidad o área geográfica, un destino turístico o un itinerario en particular. Es el equivalente escrito de un guía turístico.

##### 5.1.2 Tipos de Guía de Viajes

Existen diversos tipos de guías turísticas que pueden centrarse en diversos aspectos del viaje, desde el viaje de aventura al viaje de relajación o estar dirigidas a viajeros con presupuestos más altos o más bajos. Otras se centran en intereses particulares y preocupaciones de ciertos grupos sociales, visuales que contienen gran cantidad de imágenes del destino y otras más enfocadas en las informaciones prácticas del viaje.

##### 5.1.3 Historia de la Guía de Viajes

###### Mundo Árabe Medieval

Con el establecimiento de caza del tesoro como industria importante a partir de alrededor del siglo IX. Muchas guías turísticas para los viajeros en busca de los artefactos, de los monumentos y de los tesoros del cercano este antiguos fueron escritas por cazadores de tesoros y los alquimistas árabes experimentados que fueron superventas en el mundo árabe medieval. Éste era particularmente el caso en el Egipto árabe, donde las antigüedades egipcias antiguas fueron altamente valoradas por los primero egiptólogos

### **Primera Guerra Mundial**

La guía turística del turista moderno fue inventada por separado por Karl Baedeker en Alemania (1835) y por John Murray III en Inglaterra (1836).

Baedeker y Murray produjeron la guía impersonal, objetiva; los trabajos anteriores a éstos combinaban información efectiva y la reflexión sentimental personal. Las guías turísticas de Baedeker y Murray eran enormemente populares y eran recursos estándar para los viajeros bien entrados el siglo XX.

Los dos redactores de los títulos de lengua inglesa de Baedeker salieron de la compañía y adquirieron las derechos a los manuales de Murray. Las guías turísticas resultantes, llamadas guías azules para distinguirlas de las Baedekers de cubierta roja, constituyen una de las series principales de guías turísticas de buena parte del siglo XX y todavía se publican en la actualidad.

### **Segunda Guerra Mundial**

Dos nuevos nombres emergieron que combinaron perspectivas europeas y americanas en viaje internacional. Eugene Fodor, un autor de artículos del viaje húngaro de nacimiento, escribió guías turísticas que presentaron a las audiencias de lectura inglesa a Europa continental. Arthur Frommer, soldado americano colocado en Europa durante la Guerra de Corea, utilizó su experiencia viajera alrededor del continente como base para escribir (1957), que presentó a lectores opciones para viajes de bajo presupuesto en Europa. Las guías turísticas de ambos autores se convirtieron en las fundaciones para series extensas cubriendo finalmente destinos de todo el mundo

## MUNDO DIGITAL

Con la aparición de la tecnología digital, muchos editores dieron vuelta a la distribución electrónica, además o en vez de la publicación impresa. Esto puede tomar la forma de documentos transferibles para leer en un ordenador portátil o un dispositivo manual como la PDA o iPod o información en línea accesible vía una página web. Esto permitió a los editores mantener la información de esta guía turística más al día. Las guías tradicionales Lonely Planet, Rough Guides y In Your Pocket Guides y los recién llegado tales como Schmap está ofreciendo ahora las guías del viaje para ser descargadas directamente.

Con la llegada del iPhone y los Smartphone, aparecen nuevas aplicaciones que toman en cuenta las funcionalidades de esos dispositivos móviles: Existen nuevas aplicaciones de viaje como las de mTrip, que ofrecen funciones de itinerarios personalizados para ciudades, GPS y mapas, realidad aumentada, publicar y compartir.

Las nuevas guías en línea e interactivas tales como Tripadvisor, Wikitravel, World66, Travellerspoint y Vesconte permiten a los viajeros individuales compartir sus propias experiencias y aportar información a la guía. Wikitravel, Travellerspoint y World66 tienen todo el contenido de sus guías actualizable por los usuarios y ponen la información en sus guías disponible como contenido abierto, libre para que otros lo utilicen. (wikipedia)

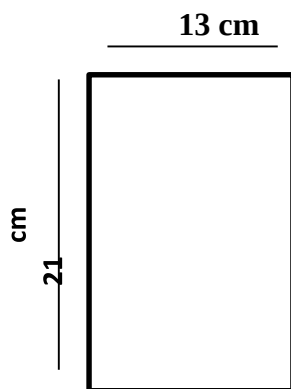
### **5.2 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)**

La guía turística como una nueva propuesta para fomentar el turismo de las aguas termales de pichincha tienen un diseño muy llamativo implantado por un diseño innovador y

llamativos para la adquisición de todo tipo de turistas que van en busca a obtener información de un sitio de las diferentes fuentes termales.

### 5.2.1 Descripción física de la Guía Turística

- El tamaño de la guía es de 21 x 13 cm.

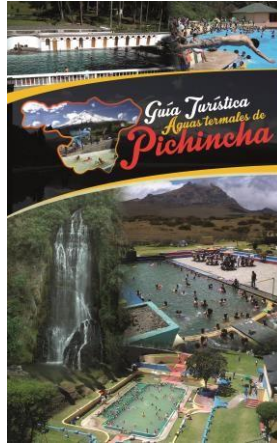


- Portada y contraportada está elaborada con papel couche de 150gr
- La Pasta es plastificada brillante.
- Páginas internas elaborada con papel bond
- Full color
- Encuadernado
- Consta de 63 pág.

La guía turística cuenta con varias secciones, cada una de ellas contiene información básica de cada lugar con su respectiva simbología turística, ubicación geográfica, sitios de interés, mapas, hoteles, restaurantes, imágenes y publicidad.

### 5.2.2 Partes de la guía turística:

- Portada.- diseñado es personalizado con imágenes claras de balnearios de Pichincha
- Nombre de la Guía.- Guía Turística Aguas Termales de Pichincha.



**Figura 9. Portada de la Guía Turística de las Aguas Termales de Pichincha**

Fuente: Román (2013)

- Logotipo.- el logo es personalizado.



**Figura 10. Logotipo de la Guía Turística de las Aguas Termales de Pichincha**

Fuente: Román (2013)

- Mapa.- es el perfil de la provincia de Pichincha.
  - Montaña.- callejón andino lo que da origen a los brotes de aguas termales.
  - Piscina.- todas los balnearios existentes en Pichincha
  - Color de las letras.- representan a la bandera de la provincia de Pichincha
- Páginas internas.- contienen toda la información de cada sitio turístico y de las Aguas Termales de la provincia e ilustraciones de carácter turístico y ecológico.
  - Contraportada.- imagen de un sitio natural

### **5.2.3 Índice de las páginas internas de la guía turística**

1. A nuestros lectores
2. Información general del viaje
3. Distancias Km del Ecuador

4. Mapa del Ecuador
5. Mapa turístico de Pichincha
6. Bienvenida a Pichincha
7. Mapa político y vial de Pichincha
8. Cantón distrito metropolitano de Quito
  - Datos generales
9. Ruta de Quito Tour Bus
10. Sitios de interés
  - Centro Histórico
  - Mitad del mundo
  - Panecillo
  - Teleférico
  - Zoológico de Guayllabamba
11. Aguas termales de Quito
  - Cunuyacu - Ubicación Geográfica
  - Rumiloma - Ubicación Geográfica
  - San Pedro del Tingo - Ubicación Geográfica
  - V-Ushimana - Ubicación Geográfica
  - Fuentes Cristalinas - Ubicación Geográfica
  
  - La Merced - Ubicación Geográfica
  - Ilaló - Ubicación Geográfica
12. Hoteles
13. Restaurantes
14. Cantón Mejía

- Datos Generales

#### 15. Mapa Cantón Mejía

#### 16. Sitios de Interés

- Iglesia Matriz de Machachi
- Refugio de Vida Silvestre Paschoa
- Parque Nacional Cotopaxi
- Volcán Rumiñahui
- Estación del Tren Tambillo
- Diablo de Tandapi

#### 17. Aguas Termales Cantón Mejía

- The Tesalia Springs Company - Ubicación Geográfica
- La Calera- ubicación Geográfica

#### 18. Hoteles

#### 19. Restaurantes

#### 20. Cantón Cayambe

- Datos Generales

#### 21. Mapa Cantón Cayambe

#### 22. Sitios de Interés

- Volcán Cayambe
- Museo Arqueológico Cayambe
- Laguna de San Marcos
- Parque Nacional Cayambe – Coca
- Iglesia matriz de Cayambe
- Monumento de la Mitad del Mundo

### 23. Aguas Termales del Cantón Cayambe

- El Pisque - Ubicación Geográfica
- Oyacachi - Ubicación Geográfica
- Igshigto - Ubicación Geográfica

### 24. Hoteles

### 25. Restaurantes

### 26. Medidas de conservación

### 27. Información Útil

### 28. Notas

## 5.3 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

Al crear un nuevo medio de información sobre las aguas termales de pichincha, da origen a que los nuevos turistas tomen como nueva opción diferente las aguas Termales.

Los supuestos adquirentes de este proyecto que se está desarrollando sobre las Aguas Termales de Pichincha tenemos las empresas públicas y privadas.

### **Públicas**

- ❖ **Ministerio de Turismo:** como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control de los diferentes sitios turísticos ayudando a que esta propuesta sea una nueva alternativa para que las Aguas Termales de los cantones no vayan desapareciendo como a estado sucediendo.
- ❖ **Puntos de información turística:** están ubicados en lugares estratégicos de la ciudad para brindar ayuda a los visitantes a sacar el mayor provecho posible de su estadía en

Quito y sus alrededores y que mejor si en estos sitios se da la información de las Aguas Termales para que el turista conozca estos lugares.

- ❖ **Municipios Cantonales:** al ser una institución autónoma está encaminada a satisfacer y mejorar las necesidades básicas de la comunidad por el cual muchas del balneario de los diferentes cantones necesitan el apoyo primordial de esta entidad para mejorar la infraestructura del balneario públicos que hay en cada cantón.
- ❖ **Gobierno Municipal de Pichincha:** Es la institución que contribuye a mejorar permanentemente la calidad de vida de la comunidad y a satisfacer las demandas de toda la población, mejorando constantemente la prestación de servicios del pueblo. Muchos de los balnearios tienen un acceso de vías en mal estado por lo que al turista le incomoda llegar hacia estos lugares por lo que al mejorar, el turista se siente cómodo y satisfecho de su estadía en los diferentes sitios turísticos.
- ❖ **Fondo de Promoción Turística del Ecuador:** ayudaría a promocionar las nuevas tendencias turísticas de cada sector ya que los turistas van en busca de esas nuevas tendencias para hacer de su visita algo innovador y de satisfacción. Así podremos dar nuestra guía como nuevos sitios de visita.
- ❖ **Información turística en las Terminales Terrestres:** al ser el lugar de arribo de turistas de diferentes partes del Ecuador información turística para dirigirse a nuevos destinos es decir turistas de las costa u orientes quieren hacer turismo en la sierra, buscando nuevas alternativas turísticas y que mejor difundir las Aguas termales para que aumente el ingreso de turistas hacia estos balnearios.
- ❖ **Comunidades:** son un punto principal para difundir un lugar turístico ya que su organización ayudaría a que promociones sus sitios turísticos de cada sector sabiendo

que al impulsar sus destinos turísticos están ayudando a que mejore la calidad económica de sus familias y de la propia comunidad.

### **Privadas**

- ❖ **Tour operadoras:** son empresas que ofrecen productos o servicios turísticos y podrían ser el pilar fundamental para la difusión de la guía turística.
- ❖ **Agencias de Viajes:** empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes.
- ❖ **Hoteles:** son puntos estratégicos para difundir destinos turísticos a los huéspedes que también les gusta saber los diferentes sitios que hay en la ciudad.
- ❖ **Tiendas Turísticas:** establecimientos que ofrecen todo con respecto al turismo en la que los turistas ingresan para obtener recuerdos o información del lugar.
- ❖ **Prestadores de Servicio Online:** la tendencia moderna y actual se maneja todo con la tecnología y los turistas antes de viajar buscan alternativas turísticas para ir y el principal medio de difusión son estos proveedores que ayudan a la difusión de nuevos destinos.
- ❖ **Aeropuerto:** al ser un lugar de demanda principal de turistas nacionales y extranjeros, es el rincón de difusión turística más grande en el que el turista al no conocer los destinos

turísticos van en busca de guías turísticas o de información para realizar un turismo satisfactorio.

- ❖ **Instituciones Educativas de Turismo:** muchos de los jóvenes que estudian turismo necesitan saber todos los destinos que tiene el país, la facilidad que tienen para conocer y llegar a un sitio turístico es mediante a una guías, folletos y revista turísticas para informarse bien sobre los distintos destinos turísticos.

Todas estas entidades y empresas públicas podrían ser parte de la adquisición y distribución de la guía turística de las Aguas Termales de Pichincha hacia los turistas nacionales y extranjeros. Tomando en cuenta que es una nueva iniciativa de turismo en beneficios a todos los sitios turísticos que están teniendo problemas por la falta de ingresos turísticos hacia las Aguas Termales.

## CAPÍTULO VI

### 6. Aspectos Administrativos

#### 6.1 Recursos

##### 6.1.1 Tabla 6. Recursos Humanos

| RECURSOS HUMANOS       |      |
|------------------------|------|
| Investigador           | 100% |
| Tutor                  | 85%  |
| Profesora de Proyectos | 50%  |
| Lector                 | 25%  |
| Itur                   | 75%  |
| Comunidad              | 15%  |
| Compañeros             | 5%   |
| Diseñador gráfico      | 40%  |

Fuente: Román (2013)

##### 6.1.1.1 Gráfica de Recursos Humanos



Figura 11. Gráfica de Recursos Humanos

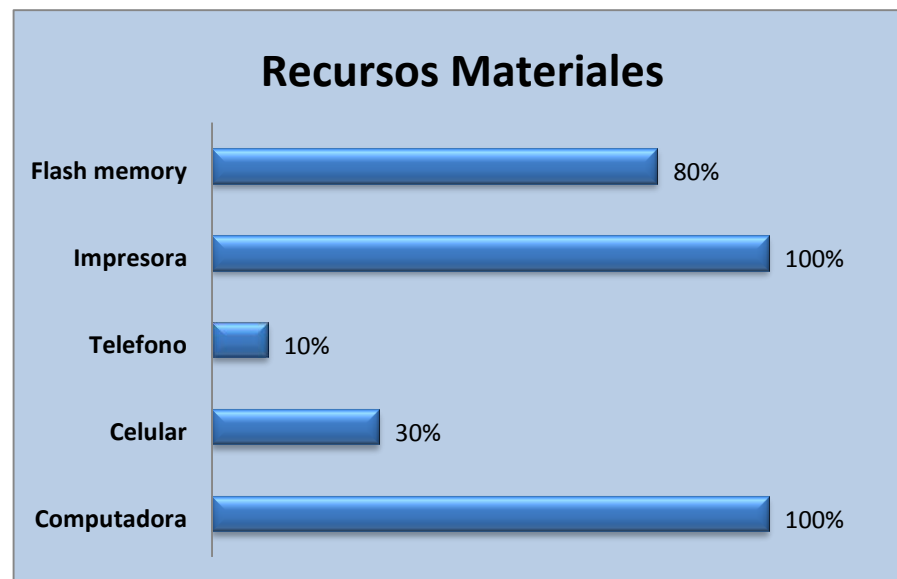
Fuente: Román (2013)

## 6.2 Tabla 7. Recursos Materiales

| RECURSOS MATERIALES |      |
|---------------------|------|
| Papel bond          | 100% |
| Internet            | 50%  |
| Transporte          | 100% |
| Grapas              | 10%  |
| Diseño gráfico      | 99%  |

Fuente: Román (2013)

### 6.2.1 Gráfica de Recursos Materiales



**Figura 12. Gráfica de Recursos Materiales**  
Fuente: Román (2013)

### 6.3 Tabla 8. Recursos Técnicos

| RECURSOS TÉCNICOS  |      |
|--------------------|------|
| Computadora        | 100% |
| Celular            | 30%  |
| Teléfono           | 10%  |
| Impresora          | 100% |
| Flash memory       | 80%  |
| Cámara fotográfica | 65%  |

Fuente: Román (2013)

#### 6.3.1 Gráfica de Recursos Técnicos

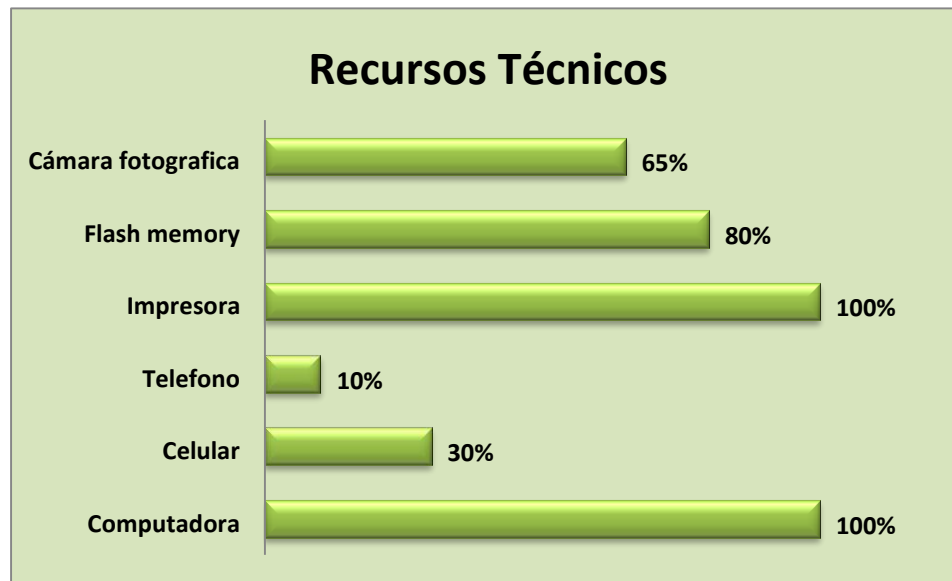


Figura 13. Gráfica de Recursos Técnicos

Fuente: Román (2013)

#### 6.4 Tabla 9. Recursos Financieros

| RECURSOS FINANCIEROS |      |
|----------------------|------|
| Dinero               | 100% |
| Préstamo             | 50%  |

Fuente: Román (2013)

##### 6.4.1 Gráfica de Recursos Financieros

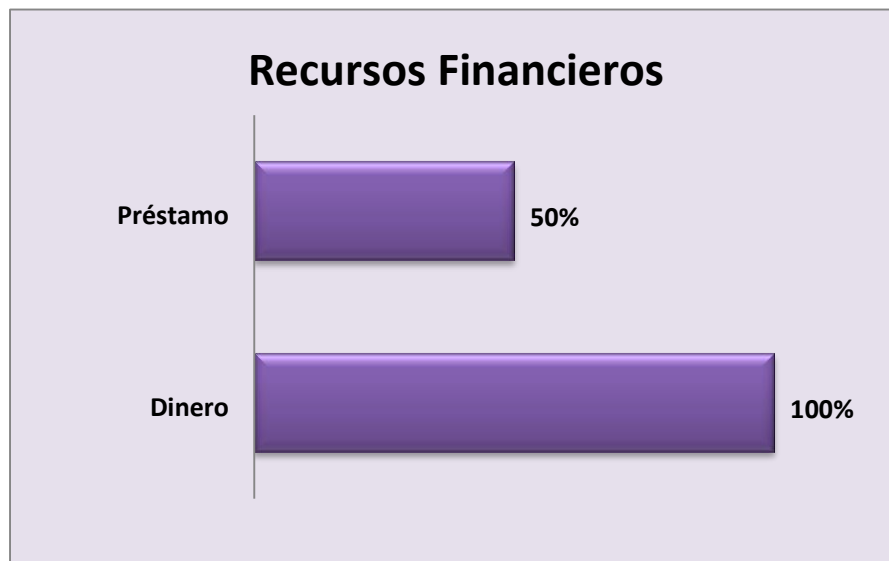


Figura 14. Gráfica de Recursos Financieros  
Fuente: Román (2013)

#### 6.5 Tabla 10. Presupuesto

|                                 | DESCRIPCIÓN         | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---------------------------------|---------------------|-----------------|--------------|
| <b>RECURSOS HUMANOS</b>         |                     |                 |              |
| <b>NO REMUNERADOS</b>           |                     |                 |              |
| Visitas Institucionales         | Universidad UTE     | \$ 0.00         | \$ 0.00      |
| Trabajo de Titulación           | Ana Cristina Román  | \$ 0.00         | \$ 0.00      |
| <b>REMUNERADAS</b>              |                     |                 |              |
| Tutorías                        | Ing. Blanca Jiménez | \$200.00        | \$200.00     |
| Seminario pre-profesional       | ITSCO               | \$500.00        | \$500.00     |
| Diseñador grafico               | Ricardo             | \$30.00         | \$30.00      |
| <b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b> |                     |                 |              |



|                             |                       |              |                   |
|-----------------------------|-----------------------|--------------|-------------------|
| Hojas de papel Bond         | 2 resmas A4 75gr      | \$ 4.00      | \$ 8.00           |
| Cartuchos impresora         | Hp 3und               | \$ 4.00      | \$ 12.00          |
| Guia turística              | 5 guias en couche     | \$18.00      | \$90.00           |
| Empastado                   | 1 unid. pasta verde   | \$25.00      | \$25.00           |
| Anillado                    | 1 unid tesis          | \$2.50       | \$2.50            |
| Grapas                      | 1und Gr               | \$ 1.00      | \$ 1.00           |
| Flash memory                | 1und Kingston 8GB     | \$ 15.00     | \$ 15.00          |
| Internet                    | Claro                 | \$ 22.00     | \$ 22.00          |
| <b>MAQUINARIA Y MUEBLES</b> |                       |              |                   |
| Laptop                      | 1 unid HP             | \$ 800.00    | \$ 800.00         |
| Impresora                   | 1 unid HP Deskjet 280 | \$ 30.00     | \$ 30.00          |
| Cámara Fotográfica          | 1und Sony S500        | \$ 150.00    | \$ 150.00         |
| <b>LOGÍSTICA</b>            |                       |              |                   |
| Transporte                  | Bus 6 meses           | \$ 0.25      | \$ 50.00          |
| Alimentación                | Almuerzo              | \$ 2.50      | \$25.00           |
|                             |                       | <b>TOTAL</b> | <b>\$1.948.62</b> |

Fuente: Román (2013)



## 6.6 Tabla 11. Cronograma

| N   | ACTIVIDAD                                               | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE |
|-----|---------------------------------------------------------|---------|-----------|-----------|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|
|     | <b>CAPÍTULO I</b>                                       |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 1   | Antecedentes                                            |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 1.1 | - Contexto                                              |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 1.2 | - Justificación                                         |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 1.3 | - Definición del problema central                       |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
|     | <b>CAPÍTULO II</b>                                      |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 2   | Análisis de involucrados                                |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 2.1 | - Mapeo de involucrados                                 |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 2.2 | - matriz de análisis de involucrados                    |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
|     | <b>CAPÍTULO III</b>                                     |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 3   | Problemas y objetivos                                   |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 3.1 | - Árbol de problemas                                    |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 3.2 | - Árbol de objetivos                                    |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
|     | <b>CAPÍTULO IV</b>                                      |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 4   | Análisis de alternativas                                |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 4.1 | - Matriz de análisis de alternativas                    |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 4.2 | - matriz de análisis de impacto de los objetivos        |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 4.3 | - diagrama de estrategias                               |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 4.4 | - matriz de marco lógico                                |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
|     | <b>CAPÍTULO V</b>                                       |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 5   | propuesta                                               |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 5.1 | - antecedentes                                          |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 5.2 | - descripción                                           |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 5.3 | - formulación del proceso de aplicación de la propuesta |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
|     | <b>CAPÍTULO VI</b>                                      |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 6   | Aspectos administrativos                                |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 6.1 | - recursos                                              |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 6.2 | - presupuesto                                           |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 6.3 | - cronograma                                            |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
|     | <b>CAPÍTULO VII</b>                                     |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 7   | Conclusiones y recomendaciones                          |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
| 7.1 | - recomendaciones                                       |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
|     | <b>Finalización del proyecto</b>                        |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |
|     | <b>Presentación y sustentación del proyecto</b>         |         |           |           |       |         |       |       |      |       |       |        |            |         |

Fuente: Román (2013)

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

Es factible que las personas de la provincia de Pichincha deben tener un conocimiento sobre los balnearios de aguas termales ya que como conclusión tenemos:

- ❖ Las personas no conocen mucho de los balnearios por lo que buscan otra forma de hacer turismo.
- ❖ A pesar de contar con recursos naturales suficientes para desarrollarse turísticamente no se está aprovechando al máximo su potencial turístico.
- ❖ Al realizar una guía se fomentará el turismo en la provincia y en el canto al que pertenece los balnearios
- ❖ Hay poco conocimiento sobre los balnearios lo cual favorece y ayuda a que la guía sea una buena alternativa de desarrollo de turístico en este campo.
- ❖ El mejoramiento de un balneario favorecería el crecimiento económico tanto de la zona como para el estado y así aumentaría la afluencia de turistas hacia estos lugares.
- ❖ De acuerdo con el estudio de mercado realizado encontramos que la falta de información hace que los turistas no conozcan las diversas fuentes termales.
- ❖ la falta de mantenimiento de las instalaciones y el mal manejo administrativo de los balnearios hacen que den un aspecto negativo al lugar.

## 7.2 Recomendaciones

- ❖ Los diferentes lugares en las que se encuentran los balnearios deben dar una buena información de calidad hacia los turistas.
- ❖ El estado debería preocuparse por dar buena infraestructura vial para el buen acceso hacia los balnearios que se encuentra en lugares muy escondidos, así se desarrollaría de mejor manera el turismo en los diferentes cantones.
- ❖ El pueblo o comunidad que forma parte de un proyecto turístico sobre un balneario deben ayudar a conservar, mantener y proteger estos lugares.
- ❖ Las diferentes entidades públicas y privadas deben buscar otras alternativas turísticas las que no sean las convencionales así podrían dar oportunidad para aquellos nuevos atractivos.
- ❖ El Ministerio de Turismo con sus diferentes subsecretarías deben realizar campañas para lograr la sustitución del turismo de los ecuatorianos en el exterior por turismo interior.
- ❖ Debe emprenderse programas de promoción del lugar que incluya una buena señalización, publicidad y centros que proporcionen información veraz al turista que desee acudir al complejo.

## BIBLIOGRAFÍAS

- ARÉVALO, L; y ZANIPATTNI; RODNY. (1998), tesis, " las aguas termales de la provincia de Pichincha y su impacto turístico".
- FUNDACIÓN FEDERNE. (1995), "guía de las aguas termales del Ecuador"
- MUÑOZ, José.(1957), "compendio de hidrología general y aplicada"; quito-ecuador
- MUÑOZ, José.(1975), "Aguas Minerales y Termalismo Social"; Editorial Universitaria; Quito-Ecuador
- MUÑOZ, José.(1959), "inventario de las aguas minerales medicinal del Ecuador"
- MUÑOZ, José.(1968), "guías de las aguas minerales del Ecuador"
- MUÑOZ, José.(1949), "aguas minerales y nociones de hidrología general"; talleres Gráficas Nacionales; Quito-Ecuador
- SALAS, Rodrigo (2012), "La gran guía", Quito-Ecuador
- Fundación Wikimedia, Inc. (2013); Provincia de Pichincha. Recuperado de : [http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Pichincha](http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Pichincha)
- Geosalud,(2012)las.aguas.termal.y.sus.propiedades.en.el.cuerpo.humano;Recupera do...de:[http://geosalud.com/aguas\\_termal/aguas\\_termal.htm](http://geosalud.com/aguas_termal/aguas_termal.htm)
- Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI)
- Aquicito,(2013),Balnearios.Recuperado.de:<http://www.quito.com.ec/parroquias/index>

.php?option=com\_content&view=category&id=100&Itemid=3

- Viajandox,(2013),TermasdeOyacachi.Recuperadode:<http://www.viajandox.com/napo/termas-oyacachi-el-chaco.htm>
- Fundacion,Wikimedia,Inc.(2013);Aguas.Termes.Recuperadode:[http://es.wikipedia.org/wiki/Aguas\\_termes](http://es.wikipedia.org/wiki/Aguas_termes)
- Viatermal. (2011); Aguas Termes. Recuperado de : <http://viatermal.com/aguatermal>
- Captur.(2011);MapaTuristicodePichincha.Recuperadode;[http://www.captur.travel/web2011/info\\_turistica/mapas\\_pichincha/mapaTuristico.html](http://www.captur.travel/web2011/info_turistica/mapas_pichincha/mapaTuristico.html)
- Termalismo Uruguay. (2012); Historia de las Aguas Termes. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/termalismouruguay/the-team/que-son-las-aguas-termes/historia-de-las-aguas-termes>
- Wolf T., (1892) Geografía y Geología del Ecuador. Alemania, Leipzig.
- Geología-y-Recursos-del-Ecuador.(2011).Aguas-termes,minerales-y-naturales-demanantial-en-el-Ecuador.Recuperadode:<http://www.geologiaecuador.com/2011/04/aguas-termesminerales-y-naturales-de.html>



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

# ANEXOS

---

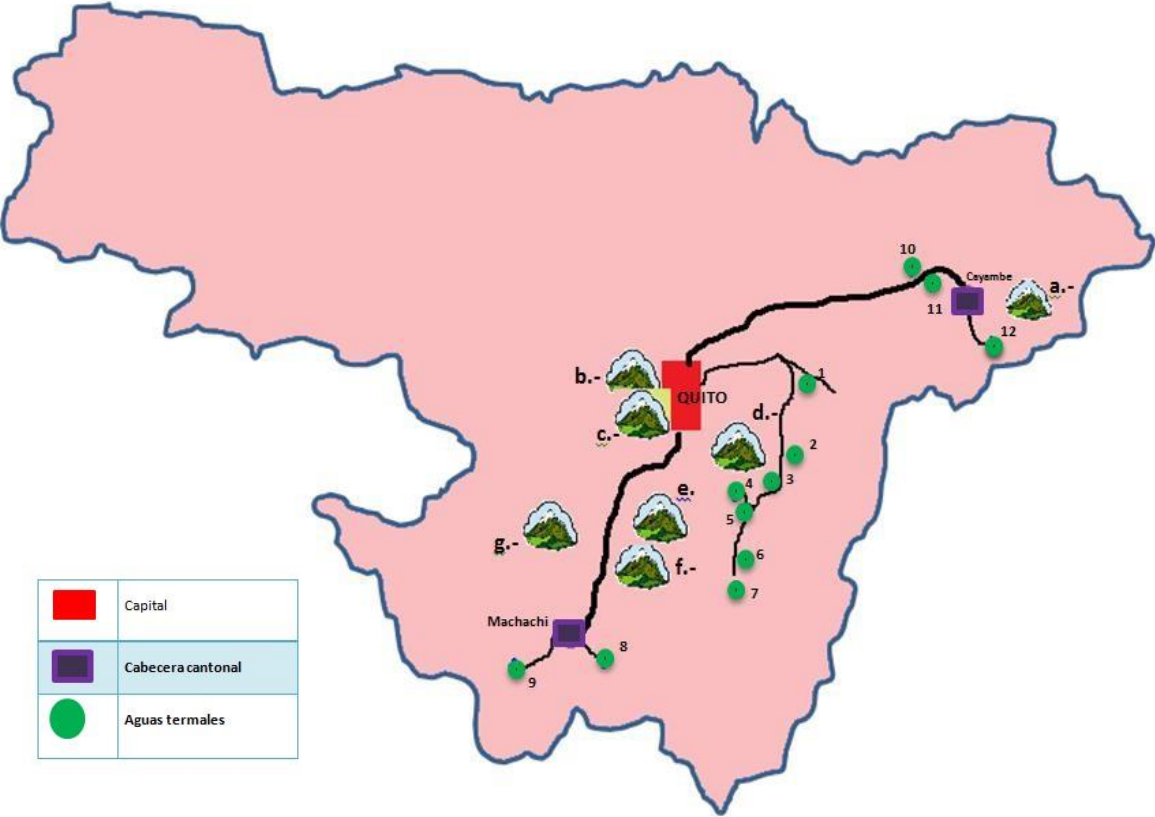


## ANEXO A MAPA DE PICHINCHA





ANEXO B MAPA DE UBICACIÓN DE LAS AGUAS TERMALES

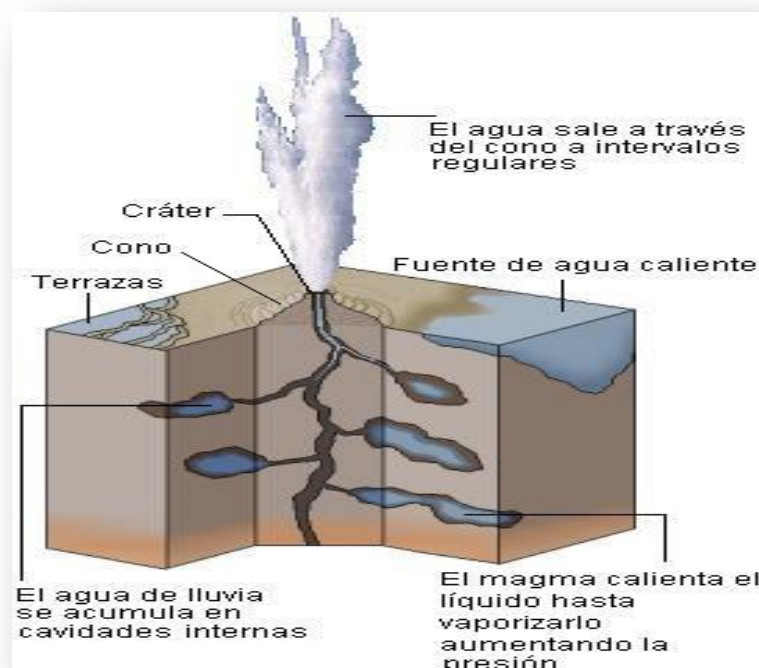
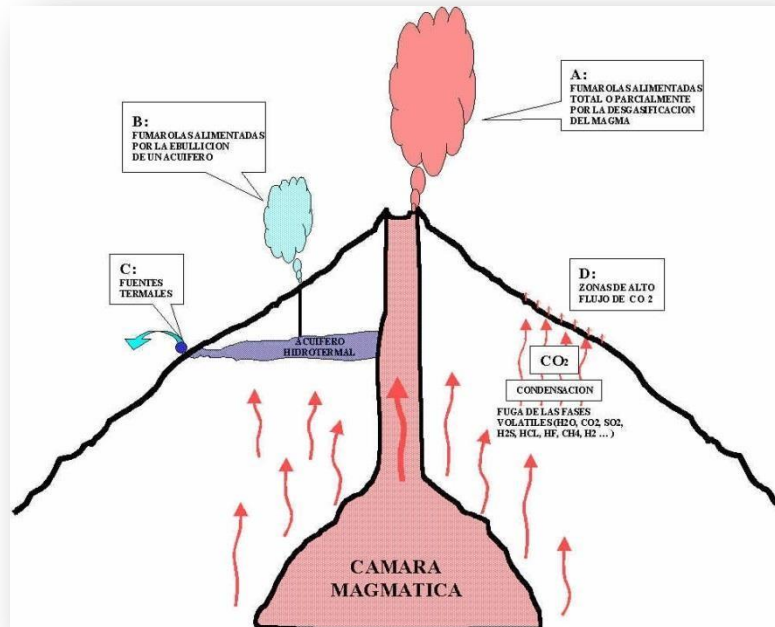


| AGUAS TERMALES                  |     | VOLCANES     |           |
|---------------------------------|-----|--------------|-----------|
| 1.- CUNUYACU                    | a.- | CAYAMBE      | 5.790 mts |
| 2.- RUMILOMA                    | b.- | R. PICHINCHA | 4.794 mts |
| 3.- SAN PEDRO DEL TINGO         | c.- | G. PICHINCHA | 4.675 mts |
| 4.- V-USHIMANA                  | d.- | ILALO        | 3.185 mts |
| 5.- FUENTES CRISTALINAS         | e.- | PASOCHOA     | 4.199 mts |
| 6.- LA MERCED                   | f.- | RUMIÑAHUI    | 4.712 mts |
| 7.- ILALO                       | g.- | ATACAZO      | 4.457 mts |
| 8.- THE TESALIA SPRINGS COMPANY |     |              |           |
| 9.- LA CALERA                   |     |              |           |
| 10.- PISQUE                     |     |              |           |
| 11.- IGHIGTO                    |     |              |           |
| 12.- OYACACHI                   |     |              |           |



## ANEXO C

### YACIMIENTO HIDROTHERMAL



## ANEXO D

### CLASIFICACIÓN Y COMPONENTES QUÍMICOS DE LAS

## AGUAS TERMALES

| CLASIFICACIÓN SEGÚN SU TEMPERATURA |                |
|------------------------------------|----------------|
| <b>Aguas Frías</b>                 | Menos de 20 °C |
| <b>Aguas Hipo termales</b>         | 20-35 °C       |
| <b>Agua Meso termales</b>          | 35-45 °C       |
| <b>Aguas Hipertermales</b>         | 45-100 °C      |
| <b>Aguas Supertermales</b>         | 100-150 °C     |

| CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LAS AGUAS TERMALES |                                                                      |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>MAGMÁTICAS</b>                             | nacen de filones metálicos o eruptivos y la temperatura son elevadas |
| <b>TELÚRICAS</b>                              | Aparecen en cualquier lugar.                                         |

| COMPONENTES QUÍMICOS DE LAS AGUAS TERMALES |                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>MAGMÁTICAS</b>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsénico</li> <li>• Boro</li> <li>• Bromo</li> <li>• Cobre</li> <li>• Fosforo</li> <li>• Nitrógeno</li> </ul> |
| <b>TELÚRICAS</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bicarbonatos</li> <li>• Cloruros</li> <li>• Sales</li> <li>• Cal</li> </ul>                                   |

## ANEXO E

## ENFERMEDADES CRÓNICAS BENEFICIADAS POR LA BALNEOTERAPIA

- ☐ Psoriasis
- ☐ dermatitis
- ☐ enfermedades por hongos.
- ☐ Curación de heridas
- ☐ Lesiones de la piel
- ☐ Enfermedades reumáticas crónicas
- ☐ La recuperación funcional de la neuroparálisis central y periférica
- ☐ enfermedades metabólicas como la diabetes, la obesidad y la gota
- ☐ Problemas gastrointestinales crónicos
- ☐ Enfermedades respiratorias leves
- ☐ Problemas de la circulación
- ☐ Enfermedades crónicas de la piel
- ☐ Enfermedades relacionadas con el estrés y otras de tipo psicosomático
- ☐ Secuelas de trauma
- ☐ Enfermedades ginecológicas crónicas.

## ANEXO F

## CLASIFICACIÓN DE LAS AGUAS MINERALES, SEGÚN BARABINO AMADEO

| DE ACCIÓN FISIOLÓGICA | Modalidad       | Aguas correspondientes                                          |
|-----------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>DIGESTIVA</b>      | Eupéptica       | Acídulas, alcalinas,                                            |
|                       |                 | Cloruradas, sulfuradas                                          |
|                       | Purgativa       | Cloruradas (acción suave)                                       |
|                       |                 | Sulfurosas                                                      |
|                       |                 | Sulfatadas                                                      |
|                       | Alterante       | Bromuradas                                                      |
|                       |                 | Ioduradas                                                       |
| <b>CARDIOVASCULAR</b> | Estimulante     | Cloruradas                                                      |
|                       |                 | Sulfurosas                                                      |
|                       | Diluyente       | Alcalinas (en altas dosis)                                      |
|                       | Reconstituyente | Acídulas                                                        |
|                       |                 | Ferruginosas                                                    |
| <b>RESPIRATORIA</b>   | Sedativa        | Acídulas                                                        |
|                       | Alterante       | Alcalinas, ferruginosas, ioduradas y sulfurosas                 |
| <b>URINARIA</b>       | Diluyente       | Acídulas, cloruradas, sulfurosas, sulfatadas (de base alcalina) |
|                       | Estimulantes    | Alcalinas                                                       |
| <b>GENITAL</b>        | Estimulante     | Alcalinas, sulfurosas, ferruginosas                             |
|                       | Emenagoga       | Sulfurosas                                                      |
|                       | Específica      | Ioduradas, sulfurosas, bromuradas                               |
|                       | modificadora    | Ioduradas                                                       |
|                       | Sedante         | Sulfatadas                                                      |
| <b>NERVIOSA</b>       | Estimulante     | Acídulas, alcalinas, sulfurosas                                 |

## ANEXO G

### EFFECTOS DE LAS AGUAS TERMALES EN EL CUERPO HUMANO

- ☐ matando gérmenes y virus
- ☐ aumenta la presión hidrostática del cuerpo
- ☐ aumenta la circulación sanguínea y la oxigenación
- ☐ aumento en la temperatura ayuda a disolver y eliminar las toxinas del cuerpo.
- ☐ mejora la alimentación de los tejidos del cuerpo en general
- ☐ aumenta el metabolismo
- ☐ estimula las secreciones del tracto digestivo y del hígado
- ☐ ayuda a la digestión
- ☐ normaliza las funciones de las glándulas endocrinas
- ☐ normaliza el sistema nervioso autonómico del cuerpo
- ☐ mejoramiento y estímulo del sistema inmune
- ☐ relajación mental

## ANEXO H

---

### RECOMENDACIONES GENERALES PARA EL USO DE LAS AGUAS TERMALES



Siempre es mejor consultar con su médico antes de utilizar la terapia con aguas termales en caso de que se encuentre embarazada o tenga alguna enfermedad.



Evite bañarse solo en aguas termales, los adultos mayores las deben de usar con precaución y no las utilice si se encuentra bajo el efecto del alcohol o alguna droga.



Si toma medicamentos para enfermedades del corazón tenga cuidado.



No se sobrecaliente, manténgase bien hidratado y si padece de enfermedades de la piel que sean contagiosas, utilice piscinas privada

## ANEXO I

### INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

#### ENCUESTA

#### DATOS

MASCULINO

☐

FEMENINO

☐

1. ¿conoce usted los balnearios de aguas termales de la provincia de pichincha?  
1-2 ☐ 3 o más ☐ ninguna ☐
2. le gustaría conocer balnearios de aguas termales en la provincia de pichincha  
Si ☐ no ☐
3. ¿con qué frecuencia visita los balnearios de aguas termales?  
Casi siempre ☐ frecuentemente ☐ rara vez ☐ nunca ☐
4. ¿con quién visita usted los balnearios de aguas termales?  
Pareja ☐ familia ☐ amigos ☐ otros ☐
5. ¿por qué motivo visita los balnearios de aguas termales?  
Medicinal ☐ curativo ☐ recreativo ☐
6. los balnearios de aguas termales que ha visitado. ¿la información que existe es de buena calidad?  
Si ☐ no ☐
7. cuando usted viaja a un balneario de aguas termales. ¿en qué medio de transporte lo hace?  
Publico ☐ privado ☐ otros ☐
8. usted cree que la infraestructura de los balnearios de aguas termales de la provincia de pichincha son:  
Excelente ☐ buena ☐ regular ☐ mala ☐
9. ¿cuál de los siguientes medios de comunicación, ayudaría a mejorar la información de las aguas termales?

Radio

☐ folletos

☐ televisión

Guías turísticas

☐ web

☐ otros

☐

10. ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar a un balneario de aguas termales?

\$ 1-2

☐

\$ 3-4

☐

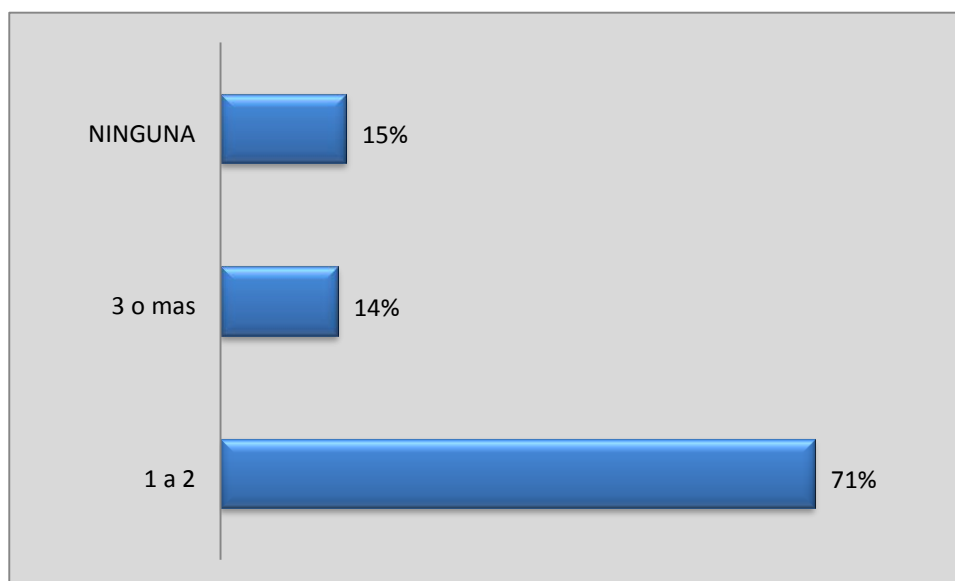
\$ 5 o ☐ más

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**  
**ANEXO J TABULACIÓN DE**  
**LA ENCUESTA**

**PREGUNTA 1**

¿Conoce usted los balnearios de aguas termales de la provincia de pichincha?

|                |            |      |
|----------------|------------|------|
| <b>1 -2</b>    | 17         | 71 % |
| <b>3 o mas</b> | 87         | 14 % |
| <b>NINGUNA</b> | 19         | 15 % |
| <b>TOTAL</b>   | <b>123</b> |      |



**Conclusión**

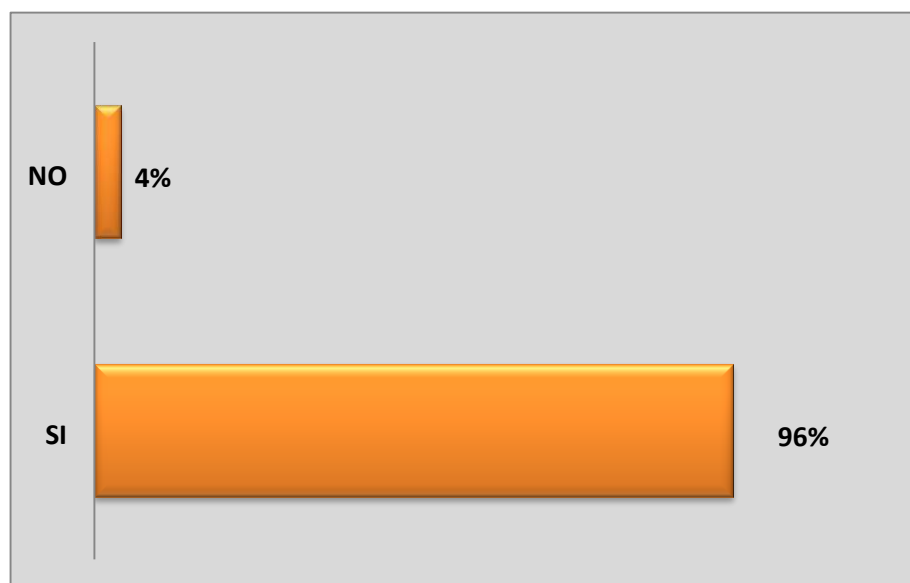
La mayoría de los encuestados conocen muy poco los balnearios que se encuentran en la provincia de Pichincha por lo cual al realizar, crear, diseñar una guía turística

de las aguas termales ara que aumente el conocimiento de los turistas que buscan otra alternativa de viaje

## PREGUNTA 2

¿Le gustaría conocer balnearios de aguas termales en la provincia de Pichincha?

|              |     |     |
|--------------|-----|-----|
| <b>SI</b>    | 115 | 96% |
| <b>NO</b>    | 8   | 4%  |
| <b>TOTAL</b> | 123 |     |



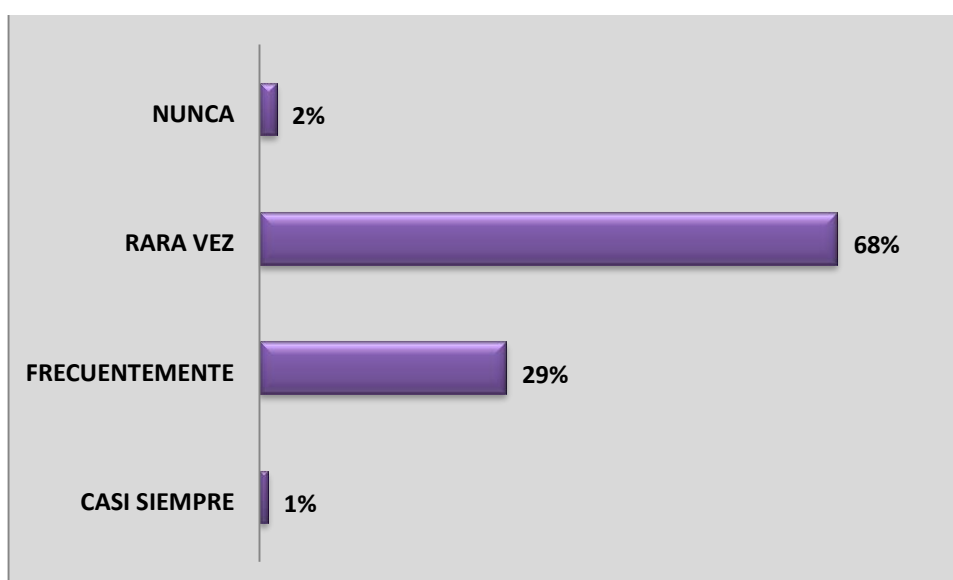
### Conclusión

La mayoría de los encuestados quieren conocer los balnearios termales que se encuentran en la provincia de Pichincha por lo cual al realizar la guía turística de las aguas termales va a beneficiar a los turistas para que conozcan nuevas alternativa de viaje

### PREGUNTA 3

¿Con que frecuencia visita los balnearios de aguas termales?

|                         |     |      |
|-------------------------|-----|------|
| <b>CASI SIEMPRE</b>     | 3   | 1%   |
| <b>FRECUEMENTEMENTE</b> | 25  | 29%  |
| <b>RARA VEZ</b>         | 84  | 68 % |
| <b>NUNCA</b>            | 11  | 2%   |
| <b>TOTAL</b>            | 123 |      |



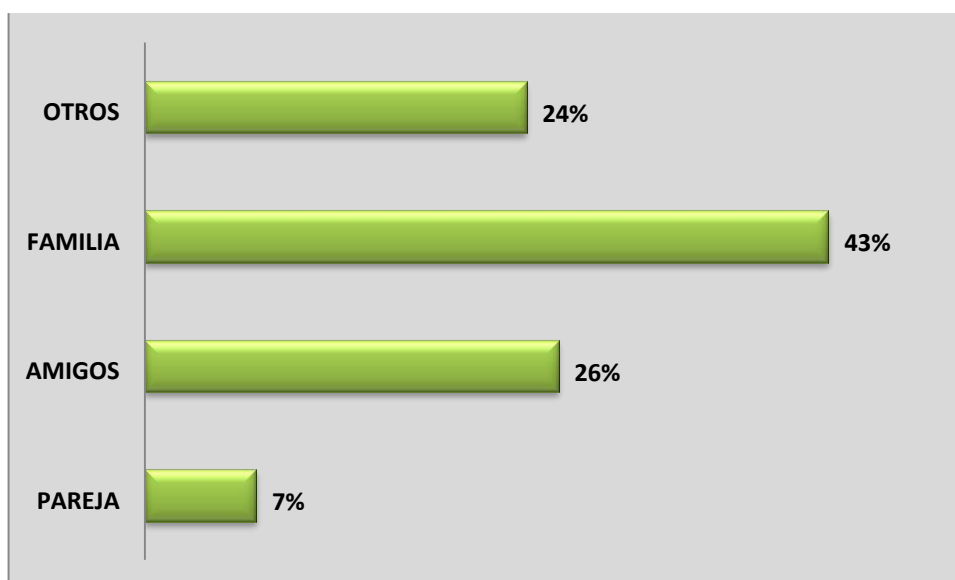
### Conclusión

con la encuesta la mayoría de personas no visitan mucho a los balnearios por diferentes motivos ya sea por la falta de conocimiento de los diferentes lugares que existen y con la ayuda de la guía se podría aumentar las visitas hacia los balnearios

## PREGUNTA 4

¿Con quién visita usted los balnearios de aguas termales?

|                |     |      |
|----------------|-----|------|
| <b>PAREJA</b>  | 8   | 7 %  |
| <b>AMIGOS</b>  | 31  | 26 % |
| <b>FAMILIA</b> | 53  | 43 % |
| <b>OTROS</b>   | 31  | 24 % |
| <b>TOTAL</b>   | 123 |      |



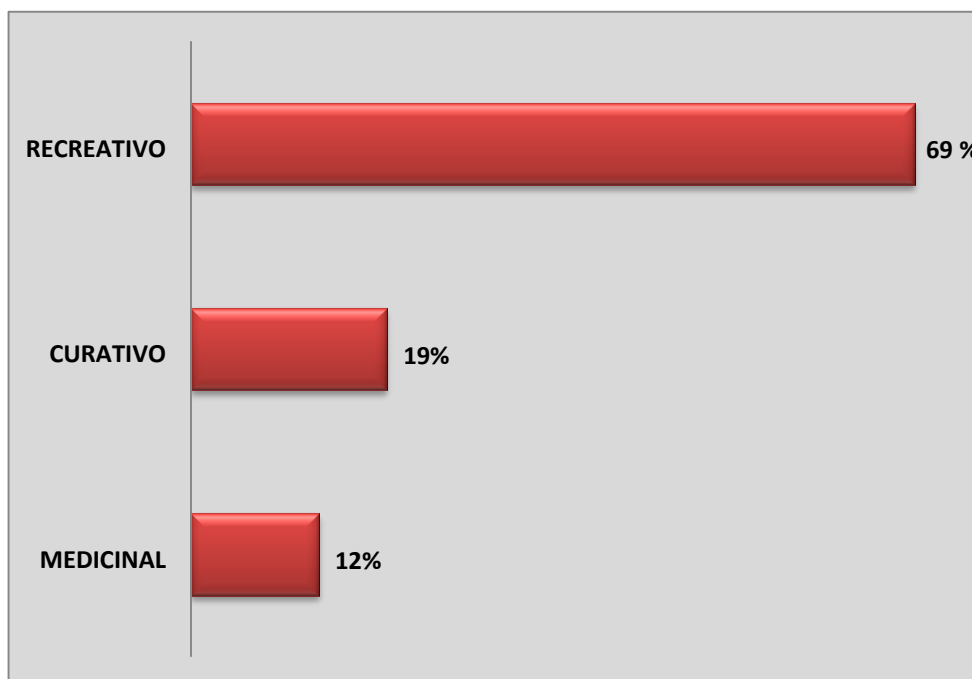
## Conclusión

las personas prefieren visitar más entre tres personas ya sea por diferentes motivos, pero lo que se busca es que el ingreso sea en grupos de familias por el cual el ingreso económico sería más alto , así se fomentaría que aumente la cantidad o demanda turística hacia estos lugares

## PREGUNTA 5

¿Por qué motivo visita los balnearios de aguas termales?

|                   |     |     |
|-------------------|-----|-----|
| <b>MEDICINAL</b>  | 15  | 12% |
| <b>CURATIVO</b>   | 23  | 19% |
| <b>RECREATIVO</b> | 85  | 69% |
| <b>TOTAL</b>      | 123 |     |



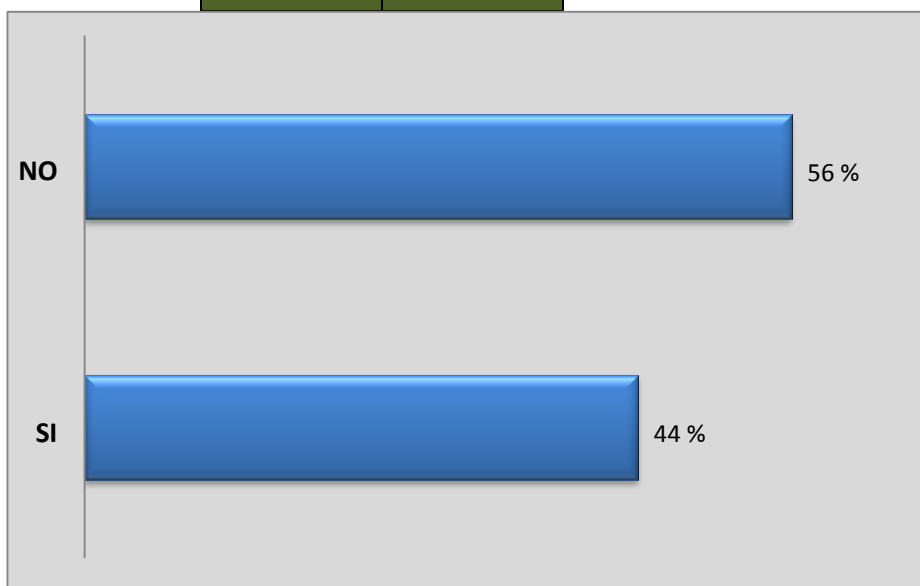
## Conclusión

La gran cantidad de personas visita más por motivo de recreación, ocio o distracción buscando una forma de relax para dejar a un lado el stress de la vida cotidiana. La mayoría de adultos en cambio buscan en el balneario una forma de medicina o curación para tratar sus enfermedades por lo que utilizan a las piscinas como ayuda a sus dificultades de vida.

## PREGUNTA 6

Los balnearios de aguas termales que ha visitado. ¿La información que existe es de buena calidad?

|              |            |     |
|--------------|------------|-----|
| SI           | 54         | 44% |
| NO           | 69         | 56% |
| <b>TOTAL</b> | <b>123</b> |     |



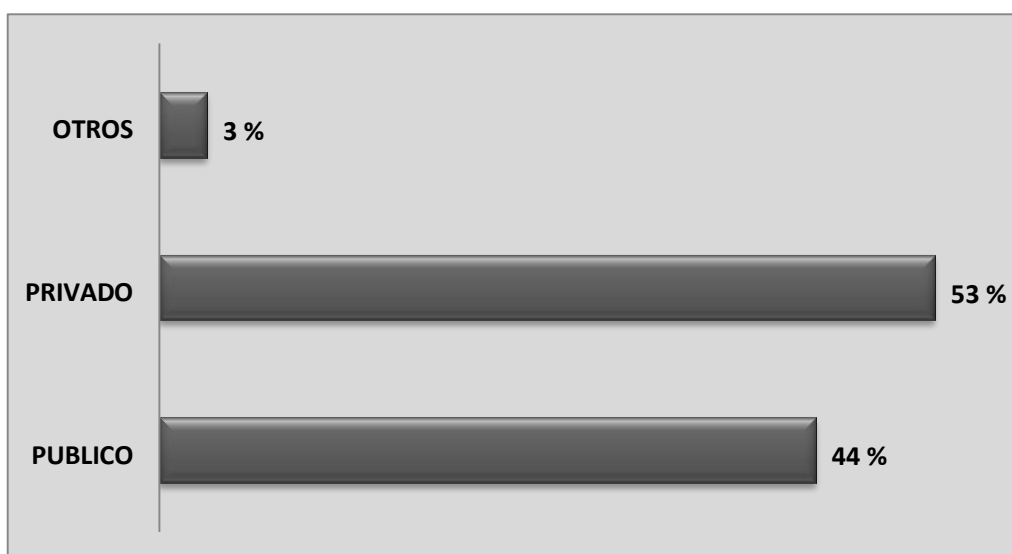
## Conclusión

La información que se da sobre un balneario no es tan buena ya que en estos lugares no hay personas capacitadas para dar una buena información a los turistas sobre el tipo de agua y sus componente que presentan en estos sitios, por eso el diseño de la guía turística ayudaría a que las personas sepan a donde van y a qué tipo de fuentes van a ingresar.

## PREGUNTA 7

Cuando usted viaja a un balneario de aguas termales. ¿En qué medio de transporte lo hace?

|                |     |     |
|----------------|-----|-----|
| <b>PUBLICO</b> | 55  | 44% |
| <b>PRIVADO</b> | 65  | 53% |
| <b>OTROS</b>   | 4   | 3%  |
| <b>TOTAL</b>   | 124 |     |



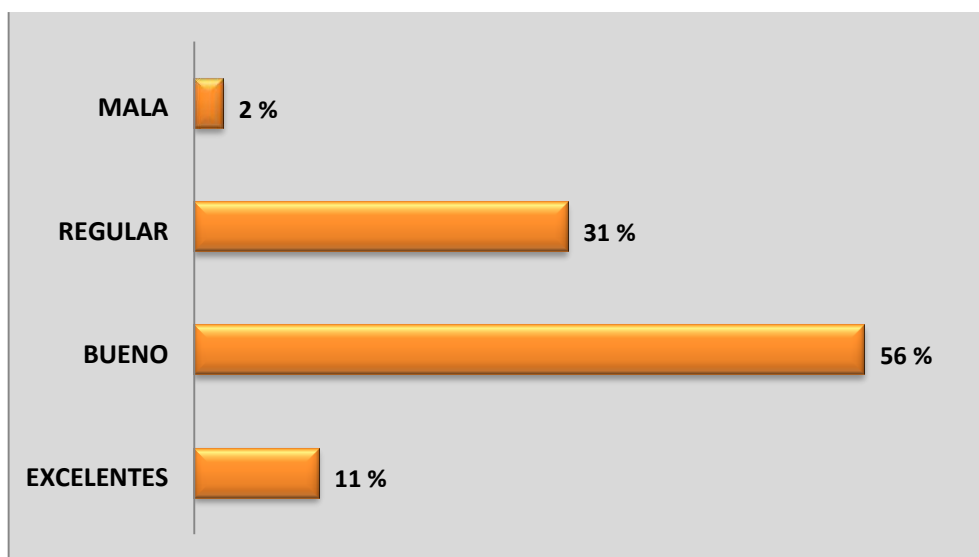
## Conclusión

La facilidad que tienen algunos turistas al obtener un vehículo propio hace que facilite el ingreso de los turistas hacia los balnearios que se encuentran muy afuera de la ciudad o alejado de los pueblos lo que podrían conocer los balnearios que están muy ocultos. El gran problema que existe para los turistas que van en transporte público es que la mayoría de estos vehículos no llegan hacia los puntos cercanos de las aguas termales lo que impide que los turistas busquen otras alternativas de visita.

## PREGUNTA 8

¿Usted cree que la infraestructura de los balnearios de aguas termales de la provincia de Pichincha son?

|                   |     |     |
|-------------------|-----|-----|
| <b>EXCELENTES</b> | 13  | 11% |
| <b>BUENO</b>      | 70  | 56% |
| <b>REGULAR</b>    | 39  | 31% |
| <b>MALA</b>       | 3   | 2%  |
| <b>TOTAL</b>      | 125 |     |



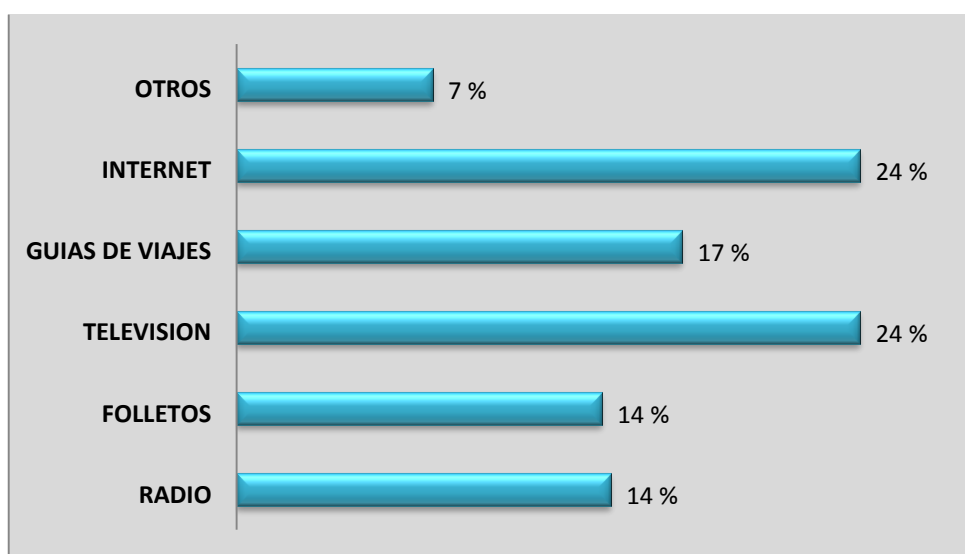
## Conclusión

La infraestructura que se presenta en un balneario es la presencia que da el lugar, no todos estos lugares presentan una buena infraestructura y que por la falta de ingresos económicos estos lugares no mejoran por lo que al pasar el tiempo se va deteriorando lo que da mal imagen al lugar. Al crear la guía los turistas visitaran y abra más concurrencia por lo cual el ingreso aumentaría y los dueños como administradores podrán invertir y mejorar sus balnearios.

## PREGUNTA 9

¿Cuál de los siguientes medios de comunicación, ayudaría a mejorar la información de las aguas termales?

|                        |    |     |
|------------------------|----|-----|
| <b>RADIO</b>           | 42 | 14% |
| <b>FOLLETOS</b>        | 41 | 14% |
| <b>TELEVISIÓN</b>      | 70 | 24% |
| <b>GUIAS DE VIAJES</b> | 50 | 17% |
| <b>INTERNET</b>        | 70 | 24% |
| <b>OTROS</b>           | 22 | 7%  |



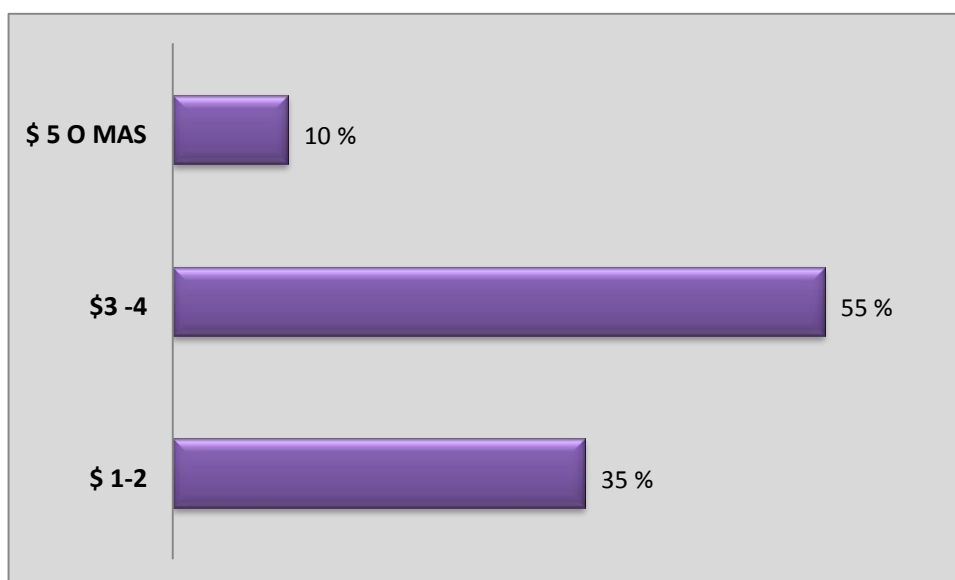
## Conclusión

En la actualidad la forma de obtener mejor información de los diferentes balnearios es a través del internet y como fuente principal las redes sociales, las personas o turistas buscan como manera más rápida buscar información en el internet como fuente principal de comunicación. Pero no queda atrás los medios de comunicación tradicional para las personas que no tienen mucho conocimiento con la tecnología y sería estos medios de comunicación la fuente de información.

## PREGUNTA 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar a un balneario de aguas termales?

|              |            |     |
|--------------|------------|-----|
| \$ 1-2       | 43         | 35% |
| \$3 -4       | 68         | 55% |
| \$ 5 O MAS   | 12         | 10% |
| <b>TOTAL</b> | <b>123</b> |     |



## Conclusión

El valor de ingreso hacia los balnearios es de un precio cómodo para cualquier clase de turistas si al mejorar la infraestructura o calidad de servicio el valor aumentaría y generaría mejores ingresos económicos hacia el balneario así desarrollándose una gran demanda de turistas.

K

BALNEARIO CUNUYACU



L

## BALNEARIO RUMILOMA



## M

## BALNEARIO SAN PEDRO DEL TINGO



N

## BALNEARIO CENTRO ACTIVO V-USHIMANA



Ñ

## BALNEARIO FUENTES CRISTALINAS



O

## BALNEARIO LA MERCED



## ANEXO P

### BALNEARIO ILALÓ



Q

**BALNEARIO MINERAL *THE TESALIA SPRINGS*  
COMPANY**





**R**

**BALNEARIO LA CALERA**



S

## BALNEARIO IGSHIGTO



**ANEXO T**  
**BALNEARIO EL PISQUE**



## U

### BALNEARIO OYACACHI

