



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO
GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA: VIVIANA NOEMI BORBOR GONZABAY.

TUTORA: Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**“CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO
GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA: VIVIANA NOEMI BORBOR GONZABAY.

TUTORA: Lcda. Narcisca Brusela Vásquez Farfán.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, 12 de Diciembre del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“CREACIÓN DE UN PRODUCTO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015”**, elaborado por la Srta. BORBOR GONZABAY VIVIANA NOEMI, egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán
TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación “CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 24 de Enero del 2015

Atentamente

Viviana Borbor Gonzabay

cd. 0922759121

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por permitirme cristalizar este sueño que por mucho tiempo parecía no cumplirse, más ahora es una realidad.

A mis familiares que de diferentes formas han aportado al desarrollo de esta meta propuesta.

De forma especial dedico este trabajo a mis hijas Doménica y Naomi quienes en este tiempo fueron el motor e inspiración de mi lucha, quienes con su amor y tierna sonrisa me dieron fuerzas para lograr el objetivo propuesto.

Viviana Borbor Gonzabay

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos en especial a DIOS, pues es Él quien con su ayuda y fortaleza me ha ayudado a pasar este tramo de mi carrera en la que me encontré con muchas dificultades, pero hoy al terminar con éxito este proyecto, será Él quien me seguirá sosteniendo con su amor.

A mis padres, esposo, familiares y amigos, porque han sido un pilar fundamental en mi vida y con sus aportes económicos, pero sobre todo con su paciencia, amor y consejos han sabido llevarme hacia el camino del éxito profesional.

A la licenciada Brusela Vásquez por aportar con sus conocimientos para la realización de este proyecto, por el tiempo dedicado por su amistad y confianza que supo brindarme en estos meses de arduo trabajo.

A todo y cada una de las personas que este trayecto han hecho posibles cumplir este sueño.

Mil gracias

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Lcda. Narcisa Vásquez Farfán
PROFESOR-TUTOR

Licda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Abg. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

“CREACIÓN DE UN PRODUCTO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN
SANTA ELENA, AÑO 2015”

RESUMEN

Autor: Viviana Noemí Borbor Figueroa

Tutor: Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán

La presente investigación refleja el desarrollo del cantón Santa Elena el mismo que ha sido significativo durante los últimos años, especialmente en el ámbito turístico, siendo reconocido como uno de los mejores destino elegidos por el turista nacional y extranjero, por el potencial natural y cultural que este cantón posee, desarrollando así diferentes tipos de turismo, en esta investigación se destacará la importancia de un desarrollo turístico para la tercera edad que lo impulse y lo potencialice. Referirse sobre la tercera edad, es analizar las ventajas y desventajas de esta etapa de la vida, más que nada dentro del ámbito turístico se requiere de mucha precisión al momento de diseñar las opciones de viajes para el adulto mayor, ya que conlleva el análisis de aspectos físicos, biológicos, psicológicos, económicos y sociales de estas personas. El turismo gerontológico se ha desarrollado sobre todo en Europa logrando obtener la aceptación de este sector turístico, incrementando el flujo y dejando ganancias muy altas para los servidores turísticos, en nuestro cantón principalmente se desea inserta un producto turístico diseñado con opciones de distracción, relax y salud para el turista de la tercera edad, el nuevos producto turístico deberá acaparar la atención de este mercado que de a poco empieza a crecer en nuestro país. Por lo tanto mediante las fuentes que generen la información oportuna se escogerá los atractivos del cantón que más se acoplen a las necesidades y motivaciones del adulto mayor, dando como resultado el diseño de un nuevo producto que será llamado: “Producto Turístico Gerontológico Años en plenitud”, logrando un servicio de calidad y al mismo tiempo mejorando la economía de esta localidad.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
TRIBUNAL DE GRADO	vii
RESUMEN.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLA.....	xiii
ÍNDICE DE GRAFICO	xiv
ÍN DICE DE ANEXO	xv
INTRODUCCIÓN	1
TEMA:	2
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
OBJETIVOS.....	4
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVO ESPECÍFICOS	4
JUSTIFICACIÓN.....	5
HIPÓTESIS	6

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	7
Variable Independiente	7
Variable Dependiente	7
CAPÍTULO I.....	8
MARCO TEÓRICO	8
1. ANTECEDENTES	8
1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA	12
1.2.1 Turismo	12
1.2.1.1 Turista.....	14
1.2.1.2 Tipos de turismo.....	15
1.2.1.3. Atractivos Turísticos	16
1.2.2 PRODUCTOS TURÍSTICOS	21
1.2.2.1 Definición.....	21
1.2.2 Tipologías.....	23
1.2.2.3 Clasificación.....	24
1.2.2.4 Elementos propios del Producto Turístico	25
1.2.2.5 Componentes del producto turístico.....	30
1.2.3 EL TURISMO Y LA TERCERA EDAD	31
1.2.3.1 Características y necesidades del turista de la tercera edad	37
1.2.3.2 Producto Turístico Gerontológico.....	39
1.2.3.2.1 Concepto, tipos, características, elementos, utilidad e importancia.....	39
1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	48
CAPÍTULO II	51
MARCO METODOLÓGICO	51
2.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.1.1 Método Explorativo	51

2.1.2 Método Descriptivo.....	51
2.1.3 Método Explicativo.....	52
2.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	52
2.2.1 Histórico Lógico.....	52
2.2.2 Investigación Deductiva.....	52
2.2.3 Investigación Documental.....	53
2.2.4 Observación.....	53
2.2.5 Consulta a Especialistas.....	53
2.3. MÉTODOS ESTADÍSTICOS.....	54
2.3.1 Análisis Porcentual.....	54
2.3.2 Prueba Chi-cuadro.....	54
2.3.3 Población y Muestra.....	54
2.3.4 Fuentes y Técnicas para la recolección de información.....	55
2.3.4.1 Encuesta.....	55
2.3.4.2 Entrevista.....	55
2.4 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA Y CHI- CUADRADO.....	56
CAPÍTULO III.....	62
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	62
3.1 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS.....	62
3.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	68
3.2.1 Encuestas a turistas.....	68
3.2.2 Encuestas a moradores.....	80
CAPÍTULO IV.....	90
PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA.....	90
4.1 Presentación.....	90

4.2 Justificación.....	91
4.3 Diagnóstico territorial del cantón Santa Elena.....	92
4.3.1 Aspectos demográficos	92
4.3.2 Servicios básicos	95
4.3.3 Comunidad	96
4.4 Diagnóstico Situacional.....	99
4.4.1 PEST (Político, económico, socio-cultural y tecnológico).	99
4.4.2 Análisis FODA.....	100
4.4.3 Matriz estratégico FODA	101
4.5 Misión.....	102
4.6 Visión	102
4.7 Objetivo General	102
4.8 Objetivos Específicos.....	102
4.9 Valores Corporativos.....	103
4.10 Plan de Acción para la creación de un Producto Turístico Gerontológico.	105
4.10.1 Estrategia n°1.	107
4.10.2 Estrategia N° 2	123
4.10.3 Estrategia n° 3	125
4.10.4 Estrategia n° 4	129
4.10.5 Estrategia n° 5	133
4.10.6 Estrategia n°6	137
PRESUPUESTO	142
CONCLUSIONES	143
RECOMENDACIONES	144
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	145
ANEXO	148

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Tabla de clasificación atractivos turísticos	18
Tabla 2 Línea de Producto y Variedades de Productos Específicos del Ecuador	24
Tabla 3 Número de encuestas y entrevistas realizadas en el cantón Santa Elena	58
Tabla 4 Tabla de Contingencia	59
Tabla 5 Valores Esperados	59
Tabla 6 Calculo de X ²	60
Tabla 7 Tabla final de cálculo de Chi-cuadrado	60
Tabla 8 Parroquia del cantón Santa Elena	94
Tabla 9 Análisis PEST	99
Tabla 10 Análisis FODA	100
Tabla 11 FODA Estratégico	101
Tabla 12 Plan de Acción	105
Tabla 13 Paquete 1C: Guayaquil – Manglaralto – La Entrada – San José – Olón – Libertador Bolívar – Dos Mangas- Guayaquil.....	108
Tabla 14 Paquete 2 Rural.....	109
Tabla 15 Paquete 3Urbano.....	110
Tabla 16 Inventario general de atractivos para el producto turístico gerontológico:.....	117

ÍNDICE DE GRAFICO

Gráficos 1 Elemento del Producto Turístico	26
Gráficos 2 Género de las personas encuestadas.	68
Gráficos 3 Edad de los encuestados	69
Gráficos 4 Lugar de procedencia de los turistas encuestados	70
Gráficos 5 Los lugares turísticos de Santa Elena ¿son conocidos?.....	71
Gráficos 6 Los Atractivos Turísticos del cantón y su servicio de calidad	72
Gráficos 7 Conoce el turismo de la tercera edad o gerontológico.....	73
Gráficos 8 Está de acuerdo con que se creen productos turísticos gerontológicos	74
Gráficos 9 Motivaciones de viaje del adulto mayor.....	75
Gráficos 10 Actividades turísticas para el adulto mayor.....	76
Gráficos 11 Época del año para que viaje el adulto mayor	77
Gráficos 12 Servicio Turísticos a implementarse en el Producto Turístico	78
Gráficos 13 Publicidad para el producto turístico gerontológico.....	79
Gráficos 14 Género de los encuestados.....	80
Gráficos 15 Edad de los moradores encuestados	81
Gráficos 16 Desarrollo turístico del cantón Santa Elena.....	82
Gráficos 17 Tipos de turismo que se dan en el cantón Santa Elena.....	83
Gráficos 18 Conocen o no el turismo de la tercera edad o gerontológico.....	84
Gráficos 19 Existen en el cantón Santa Elena recursos turísticos.....	85
Gráficos 20 Deben existir productos turísticos gerontológicos	86
Gráficos 21 Las empresas turísticas están aptas para recibir al adulto mayor	87
Gráficos 22 El producto turístico gerontológico incrementara el flujo de turistas	88
Gráficos 23 Medios de comunicación para la publicidad del producto turístico	89
Gráficos 24 Mapa del cantón santa Elena	93
Gráficos 25 Logotipo	125
Gráficos 26 Casa club “Años en Plenitud”	130
Gráficos 27 Diseño del club “Años en plenitud”	131
Gráficos 28 Artesanías de paja toquilla.....	135
Gráficos 29 Esculturas de madera	135
Gráficos 30 Pan artesanal	136
Gráficos 31 Artesanía concha y tagua	137

ÍNDICE DE ANEXO

ANEXO # 1 Matriz de Operacionalización de Variables	149
ANEXO # 2 Matriz de Operacionalización de Variable	150
ANEXO # 3 Encuesta aplicada a Turistas.....	151
ANEXO # 4 Encuesta aplicada a Moradores	153
ANEXO # 5 Entrevista aplicada a las Autoridades.....	155
ANEXO # 6 Tabulación de Información	157
ANEXO # 7 Leyes que Respaldan la Investigación	164
ANEXO # 8 Fotografías que respaldan la investigación	165
ANEXO # 9 Fotografías de los sitios y lugares turísticos del cantón Santa Elena	166

INTRODUCCIÓN

El turismo desde sus inicios ha aportado de forma directa a la sociedad creando nuevas oportunidades para su desarrollo tanto social, económico, y cultural. Como actividad generadora ha sido la alternativa para muchos países y localidades que han visto en ella la forma de crear ingresos los mismos que han servido para mejorar las infraestructuras de los lugares, y así darse a conocer internacionalmente.

En la actualidad se desarrollan distintos tipos de turismo, estas clasificaciones se las ha determinado mediante estudios del perfil del turista o personas que desean trasladarse de un lugar a otro buscando confort basándose en las necesidades de cada individuo, mediante el tiempo salen a reducir nuevas expectativas y motivaciones de viajes en las personas, por lo que se hace necesario estar a la expectativa y procurará cubrir las nuevas demandas turísticas.

Los resultados de esta investigación dan a conocer la necesidad de elaborar un “producto turístico gerontológico” que se ajuste a las necesidades del adulto mayor, brindándoles alternativas que cubra las perspectivas de sus viajes, asimismo pueda darse de forma sustentablemente este tipo de turismo, que no solo beneficiara al turista sino también al cantón Santa Elena y sus habitantes en general, pues lo que se busca es incrementar el flujo del turista senior.

Para lograr lo propuesto se planteará la problemática y causas que favorecen o impiden a las personas de la tercera edad realizar turismo, fundamentando bibliográficamente cada idea propuesta para el desarrollo del turismo gerontológico en este cantón con referencias metodológicas, al mismo tiempo que

se levantará la información necesaria, y esta a su vez será procesada, tabulada y analizada obteniendo resultados excelentes de la investigación llegando a conclusiones únicas y veraces, recomendando las mejores propuestas y alternativas para el desarrollo y fortalecimiento del diseño del “Producto Turístico Gerontológico para el cantón Santa Elena”

TEMA:

“CREACIÓN DE UN PRODUCTO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015”

El cantón Santa Elena se caracteriza por tener extensas tierras rodeadas por espaciosas playas a lo largo de su perfil, que además encontramos en ella la cordillera montañosa donde se destaca un bosque seco tropical, brindando un clima cálido y acogedor lo que la hace a este cantón un lugar privilegiado en la provincia.

La mayor parte del territorio es zona rural, constituida por comunas y recintos, en donde se desarrolla diversas actividades productivas como: agricultura, artesanías, pesca, y turismo, mientras que la otra parte territorial está representada por la zona urbana en donde la ciudad Santa Elena ha logrado un importante desarrollo comercial ya que es el lugar principal donde llega la mayoría de personas para trasladarse de un sitio a otro y efectuar sus diversas actividades.

Asimismo el cantón Santa Elena durante los últimos ocho años ha logrado tener al turismo como parte esencial de sus actividades, lo que ha generado nuevos ingresos económicos y distintas alternativas de trabajo para sus habitantes. También los diferentes entes o empresas públicas y privadas dedicadas al turismo han aprovechado la situación para diseñar diferentes tipos de turismo y ofertarlo

en los distintos segmentos de mercados y turistas, obteniendo resultados satisfactorios. Pese a tener gran cantidad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales en el Cantón Santa Elena, no se encuentra aún un producto turístico dirigido al adulto mayor, de allí la necesidad de fundamentar bibliográficamente este proyecto y plantear la creación de un producto turístico gerontológico, y sea este el primer eslabón de lo que se pueda emprender para dar atención de calidad a este sector turístico, tanto a nivel nacional como internacional, mejorando la cobertura para lograr ser los pioneros a nivel nacional. Pues al momento dentro de nuestro país el interés por querer brindarles al adulto mayor un mejor y exclusivo servicio de calidad está siendo priorizado, motivo por el cual se desea tomar esa iniciativa y sea el cantón Santa Elena parte de esta iniciativa, promoviendo la creación nuevas alternativas y opciones turísticas para este tipo de turistas y así no se desaproveche a este sector turístico.

La tercera edad está siendo un verdadero auge en el sector turístico internacional trayendo nuevas expectativas económicas para las agencias de viajes, este segmento de mercado está generando grandes oportunidades debido al fuerte envejecimiento de la población y los nuevos perfiles que en ellos se desarrollan y muchas de estas empresas ven en esta la oportunidad de disminuir la llamada temporada baja.

A pesar de todo, muchos profesionales de turismo prefieren no entrar en este ámbito ya que este grupo de personas tienen diferentes necesidades que hacen difícil el poder ofertar viajes acordes a su estilo de vida, lo que provoca la falta de interés para el desarrollo de planes que favorezcan la implementación de paquetes turísticos para el adulto mayor, olvidándose que las personas de la tercera edad tienen como ventaja la disponibilidad del tiempo y la accesibilidad económica, del mismo modo que readecuar las instalaciones demandaría de otros gastos, los cuales no están interesados en realizar.

La investigación que a continuación se desarrolla expone analizar las preferencias turísticas de este segmento de la tercera edad, proponiendo crear en el cantón Santa Elena tomando en cuenta sus atractivos más relevante y acordes a las necesidades del turista adulto mayor, estructurar nuevas propuestas que permitan establecer productos turísticos diseñado para turistas senior, el mismos que logre la satisfacción total de viaje cubriendo cada uno de sus interese o necesidades. Por todo lo anteriormente anotado con la fundamentación necesaria para valorizar esta investigación, y tomando las mejores alternativas se elaborara un nuevo producto turístico gerontológico, que al promocionarlo a través de empresas turísticas permitirá formular estrategias para captar la atención de los futuros turistas o clientes.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuye la creación de un producto turístico gerontológico en el desarrollo de la actividad turística del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2015?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un producto turístico gerontológico para el cantón Santa Elena, que permita la diversificación de la oferta.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

1.- Analizar las características del turismo gerontológico

2.- Establecer las necesidades que motivan a viajar a un adulto mayor.

3.- Identificar los recursos turísticos que sean apropiados dentro del cantón, para la elaboración del producto turístico gerontológico.

4.- Proveer de un producto turístico gerontológico a la provincia de santa Elena dirigido a los adultos mayores.

JUSTIFICACIÓN

El Ecuador un país diverso en cultura, tradiciones, bailes, música, gastronomía y sobretodo en flora y fauna, con atractivos turísticos que lo convierten en uno de los países más interesante a la hora de escogerlo como opción de viaje.

Por tal razón y a través del Ministerio de Turismo en conjunto con demás administraciones que están a cargo del área turística en nuestro país trabajan en programas y planes para promocionar los distintos lugares del Ecuador promoviendo un turismo sustentable. En el que las personas deben concientizar a cerca de la conservación y cuidado de los sitios que visitan y el respeto hacia la naturaleza. Además con el Ministerio de Inclusión Económica y Social aportan con planes para la reinserción del adulto mayor en el medio social (como el estudio, trabajos acordes a su edad) y en el área turística, (con bajas tarifas).

En nuestro país existen lugares naturales y culturales los mismos que pueden ser utilizados en función del área turística direccionado a la gerontología por lo que han empezado con campañas de turismo como el proyecto “Viaja Fácil” que beneficia sobre todo al adulto mayor de nuestro país.

De igual manera el cantón Santa Elena posee atractivos que se ofertan en mercados que ya están establecidos dirigido a toda clase de persona, siendo su mayor potencial el turismo de Sol y Playa y el Turismo Comunitario, dejando de atender a otros mercados como al de la tercera edad, sin embargo en la actualidad es necesario diversificar la oferta y diseñar productos nuevos que impacten y llamen a atención del turista.

Por tal motivo y a través de este proyecto se diseñara un nuevo producto turístico que a su vez aporta al área gerontológica, con este nuevo producto se intentara diversificar la oferta del cantón Santa Elena y a su vez se fortalecerá la visita de los lugares turísticos que posee, valorando la cultura e identidad de cada población y resaltando la belleza natural de sus paisajes. Mientras que en el adulto mayor se cubrirá expectativas de relax, salud, distracción, logrando a través del producto turístico gerontológico una atención especializada con calidad de servicio dirigida únicamente al adulto mayor.

HIPÓTESIS

¿Con la creación de un producto turístico gerontológico se lograra la diversificación de la oferta turística del cantón Santa Elena a través de las diversas actividades a realizarse con el adulto mayor?

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

En el siguiente estudio se desarrollan dos variables: dependiente e independiente, las mismas que serán analizadas y desarrolladas a través de sus conceptualizaciones.

Variable Independiente

- Producto turístico gerontológico

Variable Dependiente

- Diversificación de la oferta turística.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. ANTECEDENTES

El cantón Santa Elena, es la cabecera cantonal de la provincia que lleva el mismo nombre, fue decretado como tal el 22 de Enero de 1839, dividido en una parte rural y otra urbana, siendo la ciudad de Santa Elena el centro de las actividades comerciales, con una extensión de 3.880 kilómetros cuadrados y un aproximado de 144.076 habitantes este cantón ha tenido cambios que le han ayudado a crecer sobre todo a sus pobladores de forma social, económica y productiva, mejorando áreas de salud, estudio, mercadeo y el turismo.

Esta población es enriquecida por su historia cultural ya que en ella se han asentado pueblos ancestrales, uno de ellos fueron los de la cultura Las Vegas así como también cultura Valdivia, siendo estas poblaciones las más relevantes en enriquecer estas tierras, a través del tiempo se han encontrado vestigios que denotan el valor y la importancia turísticos que estos poseen.

De igual manera encontramos en la península diversos atractivos con un alto valor turístico, pero sin duda alguna son sus extensas playas como: Ballenita, San Pablo, Punta Blanca, Palmar, Ayangué, San Pedro, Valdivia, Montañita, Olón entre otros, que embellecen a este balneario, pues son muy visitados por turistas nacionales y extranjeros ya que el cantón tiene una temperatura privilegiada de 28° a 35° centígrados aproximadamente logrando un clima agradable y acogedor. De esa misma forma se destacan las actividades turísticas y artesanales que en los últimos años le han dado más reconocimientos dentro de este mercado, además los diferentes tipos de

turismo que aquí se oferta, hacen del cantón Santa Elena una de las mejores opciones al momento de escogerlo como destino turístico, siendo esta actividad parte del rubro económico de sus habitantes especialmente en las poblaciones asentadas al norte del cantón.

Toda y cada una de las actividades desarrolladas en este cantón y que aportan al crecimiento socioeconómico de sus pobladores, hacen de Santa Elena una de las tierras más productivas del país, por esta razón quienes manejan sus intereses en unión con el gobierno y a su vez con una administración descentralizada, proponen planes que impulse el desarrollo agrícola, pesquero, camaronero, artesanal y más que nada el turístico, por tal motivo se presenta en esta investigación una nueva alternativa para inserta y promover el turismo social e integrado.

EL turismo social es aquel que no se limita a edades, clases sociales, factor económico capacidades especiales, entre otras cualidades que se toman en cuenta en el perfil del turista para las respectivas clasificaciones turísticas. Hoy en día al turismo social se le ha agregado otro segmento, a este se lo denomina el turismo de la tercera edad o turismo senior, el mismo que está generando nuevas expectativas y trayendo beneficios tanto para los prestadores de servicios como para las mismas personas que adquieren paquetes turísticos de este tipo, mientras que se aporta de forma social integrando al adulto mayor una vez más a la sociedad de la que muchas veces ya ha sido separado por distintas razones.

Podemos mencionar que el turismo de la tercera edad no se ha iniciado actualmente, sino que tiene un historial muy antiguo lo cual se toma como referencia para fundamentar el “porque” de su existencia y las ventajas y desventajas de imponer este tipo de turismo. El turismo senior tiene sus

comienzos en los años 1942 y 1960 durante y después de la segunda Guerra Mundial, cuando países como: Canadá, Australia y Estados Unidos adquirieron un aumento de natalidad, y este fenómeno se lo conocido como el “baby boom”, muchos de ellos aun adolescente o jóvenes adulto eran enviados a los frentes de batallas separándolos de sus parejas y sus hijos, por tal razón en este tiempo muchos de ellos crecieron en un periodo de subsidios gubernamentales generalizados en viviendas y educación siendo esta la generación que recibió los niveles máximos de ingresos económicos, por lo tanto podrían aprovechar los beneficios de abundancia de alimentos, ropa y programas de jubilación.

Los “boomers” como generalmente se los conocen actualmente la mayoría de ellos ya ha llegado a la tercera edad, convirtiéndose en la base del marketing, pues hace años se creía que las personas mayores de cincuenta años eran un segmento no tan significativo, sin embargo hoy por hoy es el mercado objetivo para toda clase de empresa, a pesar de que se piensa que en esta etapa ellos dejan de ser activos para el mercado, pues es una época en la que se ven menos ingresos y más gastos en cuanto a salud, pero sin duda alguna esta es la ciclo más activo para la comercialización de productos innovadores y atractivo a la vista del cliente adulto mayor.

En el área del turismo los “baby boom” causan el mismo impacto, pues desde su inicios es la generación que ha viajado constantemente ya que ellos consideran que el viajar no es un lujo, sino que lo asumen como algo que es parte de sus vidas pues disponen del tiempo necesario para hacerlo y sobre todo a ellos les gusta vivir experiencia y aventuras controladas, las motivaciones de los boomers son diversas sin embargo tomando las medidas adecuadas se puede llegar a satisfacer totalmente cada una de sus necesidades. Esta es la generación que más paradigmas ha traspasado por esta razón las empresas proponen como parte de

sus objetivos diseñar productos exclusivos para este segmento como lo es el adulto mayor.

Estas razones son suficiente para que muchas empresas y establecimiento turísticos propongan planes estratégicos para estos turistas, pensando en aspectos importantes como salud y bienestar, diversión, servicios y hospitalidad, requisitos que convergen para lograr la satisfacción del cliente y la buena aceptación o acogida de la empresa que promueve estos servicios.

La razón por la que en muchos países como: España, Argentina y Brasil han desarrollado proyectos que incluyen distintas actividades para los turistas mayores y siempre están innovando sus productos o paquetes turísticos, para no desaprovechar este mercado que cada día crece y se hace potencial en todo el mundo. Por esta razón encontramos que proyectos como IMSERSO en España, el que le ha dado a este país un incremento de turistas nacionales y extranjeros generando rubros económicos que han sobrepasado las expectativas de los que promueven este proyecto destacando así que “en el año 2004, España recibió a más de 5,7 millones de turistas extranjeros mayores de 64 años de edad que realizaron un gasto total de 4.386 millones de euros; un gasto total medio por persona de 900,6 euros y un gasto total medio diario de 67,6 euros, lo que representa un ritmo de crecimiento acelerado del 27,6%.” (Gonzalez, 2010) .

Mientras que en otros países las turoperadoras están diseñando planes estratégicos para captar el mercado del adulto mayor, en el Ecuador empieza a ser parte de los países que impulsan este tipo de turismo con actividades de inclusión social, como el proyecto realizado con el Ministerio de Turismo el mismo que ha creado un plan que promueve los viajes a cómodos precios y con fácil accesibilidad para personas jubiladas, al mismo que se lo denomina “Viaja Fácil”,

este plan se da en conjunto con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social - IESS buscando la forma de que el turista adquiriera este servicio a mitad de precio, incluyendo beneficios de salud y transporte, a pesar de esto son pocas las entidades que se preocupan por darles a este tipo de turistas opciones de viajes que satisfagan las necesidades de las personas de la tercera edad lo que provoca un movimiento no tan masivo de esta demanda.

Es este el motivo por el cual se desea implantar dentro del cantón Santa Elena una nueva propuesta que de a poco empiece también a involucrarse turísticamente en el área gerontológica promoviendo paquetes turísticos especiales para grupos de adultos mayores e incrementando la visita a nuestros sitios turísticos, sin embargo actualmente estos grupos son traídos por empresas y organizaciones turística de otro sectores de nuestro país y aun de otros países que están aprovechando las riquezas y valor turístico que posee el cantón Santa Elena, este es uno de los el motivo principales de esta investigación, para así determinar los sitios turísticos que más se acoplen a las necesidades del adulto mayor desarrollando en estos lugares actividades que sean de provecho para este tipo de turistas y así revalorizar los recursos que posee el cantón para convertirlos en nuevos productos turísticos dirigidos a este segmento.

1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

1.2.1 Turismo

(Padilla, 2004) en su definición menciona que: “el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar habitual a

otro en el que no ejerce ninguna actividad lucrativa, ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social”.

Desde nuestros antepasados hasta esta época el desplazamiento ha marcado el inicio y crecimiento del turismo, siendo las diferentes motivaciones del individuo la motivación del traslado de un lugar a otro, para satisfacer sus necesidades, lo que ha dado como resultado la inserción en el mercado nuevas alternativas o tipos de turismo.

Siendo la Organización Mundial del Turismo el ente regulador de esta actividad, la misma que no tiene fines de lucro y su mayor interés en la conservación de los atractivos especialmente naturales, promoviendo de tal manera un turismo sustentables, ya que la singular forma de realizar turismo aumento la degradación y la destrucción de los destinos turísticos, razón por la que la demanda busca nuevos espacios de esparcimiento libres de contaminación y que se vinculen más con la naturaleza donde se promueva el contacto directo con la gente logrando un intercambio de culturas y tradiciones; adquiriendo experiencias vivenciales, lo que enriquece de tal forma al individuo en aspectos intelectuales y emocionales así como en los habitantes del lugar que está siendo visitado. En base a lo ya expuesto deducimos que:

“El turismo es la acción misma de viajar de forma temporal habiéndolo planificado anteriormente, siempre y cuando no hayan actividades lucrativas de por medio y siempre teniendo presente la intención de regresar a al lugar de procedencia”

1.2.1.1 Turista

Después de haber deducido lo que es el turismo y sus logros hasta estos días, no podemos dejar de mencionar al actor principal en el turismo, ya que es el que a través de las motivaciones provoca los desplazamientos de personas a diferentes lugares, logrando la evolución de esta importante actividad que año a año trae beneficios socioculturales y económicos.

Como lo define E. Fonseca 2011:

“Turista es toda persona que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar que está visitando”

El turista está influenciado por diferentes motivos, los que llevan a realizar viajes ya sean por placer, negocio, salud y entre otros, los mismos que en ocasiones ya han sido previamente planificados, se define a una personas como turista cuando esta se traslada de un lugar a otro y pernocta en el lugar de destino por más de veinticuatro horas, sin embargo hay otras formas de definir a las personas que viajan, por ejemplo si una persona viaja con motivos de conocer y aprender del lugar donde concurre y se lleva con él la experiencia vivencial, este es turista, pero de lo contrario si viajase por otro motivo como negocios o salud y no adquiere ningún tipo de conocimiento pero cumple con otras características estas lo definen más bien como visitante, viajero o excursionista. Por tal razón se concluye:

“Turista es aquella persona que se moviliza de su lugar habitual a otro con el fin de adquirir recrearse y conocer de forma generales y culturales del sitio que visitara en el cual pernoctara y cumplirá con actividades que satisfagan su estadía”.

1.2.1.2 Tipos de turismo

El turismo ha estado cambiando permanentemente, e incluyendo diferentes alternativas para segmentarlo y poder realizar estudios que permitan ver las ventajas y desventajas de su evolución. En esta investigación mencionaremos a tres tipos de turismo los cuales han sido dados por la OMT:

- Turismo interno: Es el turismo realizado dentro de las fronteras de un país, por sus propios residentes, el tiempo de viaje del turismo interno debe ser inferior a un año y el lugar debe ser diferente al de su lugar habitual, el mismo que incluye actividades que benefician económicamente al sector visitado y al país, este tipo de turismo es frecuente en todo el año.
- Turismo emisor: este tipo de turismo abarca a los residentes de un país que se dirigen o viajan a otro distinto, esto económicamente representa una pérdida para el país emisor, ya que el turista gasta su dinero en el extranjero y no en su país residencial.
- Turismo receptor: Es el turismo de los visitantes no residentes del país de referencia y representa la potencial importancia en la estructura económica del país que lo recibe, la estadía no debe ser mayor a un año.

Estas tres clasificaciones dadas por la Organización Mundial del Turismo se desarrollan dentro del territorio ecuatoriano, pues tenemos la gran concurrencia del turistas internos ya que a través de planes de promoción turística del gobierno y del Ministerio de Turismo han incentivado y motivado a los ecuatorianos a visitar, conocer, adquirir y consumir lo nuestro como ya lo está logrando con el programa “Primero Ecuador”, y de esa forma generar nuevas divisas en cada sitio donde se impulsa el crecimiento turístico.

De igual forma mediante campañas exhaustivas se pretende acaparar el mayor flujo turístico internacional, el mismo que aportara de forma directa al sector turístico, generando una mayor economía para nuestro país, como ya se la está logrando mediante el programa de promoción turística “All you need is Ecuador” sin embargo el querer conocer otras cultural y costumbres abren paso al turismo emisor, los turistas que más salen a realizar turismo fuera de nuestro país son los que poseen una mejor estabilidad económica.

1.2.13. Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos son el elemento esencial y la parte más importante a la hora de hacer turismo, ya que se convierte en la motivación del viaje para los turista, actualmente hay una mayor atracción por los atractivos naturales y los que tienen un valor cultural muy alto, sin atractivo no podrían elaborarse paquetes, productos o rutas.

Es por esa razón que muchos autores denominan a los atractivos turísticos como:

- “Todo lugar, objeto o acontecimiento que despierta un interés para viajar a un lugar o área determinada” (Cárdenas, 2006)
- “Atractivo turístico son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.” (OMT, 2002)

Los atractivos turísticos sean natural o cultural deben cautivar a primera vista al turista y despertar en él la motivación de querer estar en el lugar geográfico donde este se encuentre, sin importar el tiempo de llegada, la accesibilidad, clima u otros factores que influyen al momento de elegir un destino turístico.

En el inventario realizado por el MINTUR y tomado como referencia un documento del Gobierno Descentralizado de Tulcán donde describe la actualización de sus inventarios turísticos podemos describir la clasificación de los atractivos turísticos según sus características en las siguientes:

Sitios naturales

Los sitios naturales son aquellos lugares que son propios de la naturaleza, donde no ha intervenido la mano del hombre para su creación, pero que a su vez tiene fácil accesibilidad para poder visitarlos dentro de esta clasificación encontramos tipos y subtipos de atractivos como:

Tabla 1 tabla de clasificación atractivos turísticos

Categoría	Tipo	Subtipo
1. Sitios Naturales	1.1 Montañas	a) Altas Montañas
		b) Cordilleras
		c) Nudos
		d) Volcanes
		e) Colinas
		f) Mirador
		g) Glaciares
	1.2 Planicies	a) Llanuras
		b) Salitres
		c) Valles
		d) Mesetas
	1.3 Desiertos	a) Costeros
		b) Del Interior
		c) Dunas
	1.4 Ambientes Lacustres	a) Lagos
		b) Lagunas
		c) Ciénegas
		d) Pozas
		e) Cochas
		f) Pantanos
		g) Charcas Estacionales
	1.5 Ríos	a) Manantial o Fuentes
		b) Riachuelo o Arroyo
		c) Rápidos y Raudales
		d) Cascadas, Cataratas
		e) Riberas
		f) Deltas
g) Desfiladeros		
	h) Vados	
	i) Remansos	
	1.6 Bosque	a) Paramo

		b) Cejas de Selva Oriental
		c) Cejas de Selva Occidental
		d) Nublado Oriental
		e) Nublado Occidental
		f) Montano Bajo Oriental
		g) Montano Bajo Occidental
		h) Húmedo Tropical Amazónico
		i) Húmedo Tropical Occidental
		j) Manglar
	1.7 Aguas Subterráneas	a) Aguas Minerales
		b) Aguas Termales
	1.8 Fenómenos Espeleológicos	a) Cuevas
		d) Cavernas
		e) Ríos Subterráneos
	1.9 Fenómenos Geológicos	a) Cráteres
		b) Calderas
		c) Flujos de Lava
		d) Tubos de Lava
		e) Geiseres
		f) Escarpa de Falla
		g) Solfataras
		h) Cañón
	1.10 Costas o Litorales	a) Playas
		b) Acantilados
		c) Golfos
		d) Bahías
		e) Cabos
		f) Ensenadas
		g) Fondeaderos
		h) Penínsulas

		i) Promontorios
		j) Puntas
		k) Istmos
		l) Estrechos
		m) Canales
		n) Dunas
		o) Líneas de Costa
		p) Estuarios
		q) Esteros
		r) Palmeras
	1.11 Ambientes Marinos	a) Arrecifes de Coral
		b) Cuevas
		c) Cráteres
		d) Acantilados
		e) Fosas
		f) Puntos Calientes
		g) Trincheras
		h) Cordilleras
		i) Bentos y Bentónicos
	1.12 Tierras Insulares	a) Islas Continentales
		b) Islas Oceánicas
		c) Archipiélagos
		d) Islotes
		e) Rocas
	1.13 SNAP	a) Parques Nacionales
		b) Reservas Ecológicas
		c) Reserva de Vida Silvestre
		d) Reserva Biológicas
		e) Áreas Nacionales de Recreación
		f) Reservas de Producción Faunística
		g) Área de caza y pesca
		h) Bosque Protector

		i) Reserva Geofaunística
2. Manifestaciones Culturales	2.1 Históricos	a) Arquitecturas
		b) Zonas Históricas
		c)
		d) Canales
		n) Dunas
		o) Líneas de Costa
		p) Estuarios
		q) Esteros
		r) Palmeras
	1.11 Ambientes Marinos	a) Arrecifes de Coral
		b) Cuevas
		c) Cráteres
		d) Acantilados
		e) Fosas

Realizado por: Viviana Borbor G.

Fuente: MINTUR

1.2.2 PRODUCTOS TURÍSTICOS

1.2.2.1 Definición

Si hablamos de producto turístico, podemos decir que: “producto” es un objeto creado a través de un proceso de fabricación y “turístico” se deriva de la palabra turismo que es la actividad que realiza una persona cuando visita una ciudad que no es la suya. Si unimos estas dos palabras diríamos que “producto turístico” es lo que el turista adquiere para disfrutarlo cuando se traslade a otro lugar con motivo de recrearse y satisfacer sus necesidades ya sea de ocio, negocios o salud. Hay muchas conceptualizaciones de lo que sería un producto turístico y podríamos citar un sinnúmero de ellas, sin embargo, dado a esto la conceptualización tiende a confundirse con otros concepto como los de servicios

turísticos, recursos turísticos y oferta turística, paquetes turísticos, pero la realidad es que el producto turísticos es la reunión de todos estos aspectos ya mencionados. A continuación citaremos algunas definiciones:

- “Producto Turístico es el conjunto de prestaciones de servicios, materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.” (Acerenza, 2006).

Mientras que F. Cárdenas (2008) sostiene que el producto turístico:

- Está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

Los dos autores convergen en que el producto turístico es la prestación del servicio en sí, que reúne ciertos requisitos que hacen que este sea atractivo a la vista del turista, y pueda consumirlo, por lo tanto deducimos que:

“El Producto Turístico se crea para satisfacer una necesidad, por lo tanto estará diseñado según el perfil del turista y de sus necesidades múltiples, por lo que debe incluir en sus programas, interacción con personas, información general y específica para casos especiales”.

1.2.2 Tipologías

Las diferentes tipologías de productos turísticos parten de las necesidades que tenga el turista, dependiendo del lugar y el tipo de turismo que se promocioe, de igual forma como encontramos muchos conceptos del producto turístico, la tipología varía según los autores, sin embargo dentro de la investigación realizada se tomara como referencia tres tipologías importantes:

- “Productos clásicos” son productos que recientemente han sido creados y se están explorando, este estará sujeto a cambios, lo primero que vende es la imagen turística del lugar, lo que motiva al cliente y lo impulsa a comprar sin considerar las actividades que incluye al producto. Su diseño es fácil de realizar y provechoso para las operadoras del turismo.
- “Productos especializados, este tipo de producto ya esa definido con anterioridad y tiene clara la idea de las actividades que en él se realizaran y están dirigidos a un mercado específico y a una sola clientela, los lugares que en el son tomados en cuenta dan realce al potencial turístico del sitio sus estrategias de marketing facilitan la comercialización directa del producto o a través de agencias de viajes.
- “Productos de Estancias Cortas” Esta es diferente a las otras tipologías y está dirigido a clientes individuales, las actividades que incluyen pueden variar dependiendo del gusto del turista por tal razón se lo compara con un pedido “a la carta”, ya que independientemente del tipo de turismo que se realice en el sitio él puede realizar otras actividades y su venta y promoción es de forma directa.

1.2.2.3 Clasificación

La clasificación de los productos turístico van de la mano con los diferentes tipo de turismo que se realizan en todo el mundo, y que ya están claramente definidos, su diferencia está en que al convertirse en productos turísticos, este incluye actividades establecidas y con horarios fijos regidos a una programación, la que ha sido previamente establecida y estos son adquiridos a través de agencias de viajes.

En el Ecuador encontramos el programa PLANDETUR 2020 en el que se refleja un cuadro diseñado para evidenciar las líneas de productos turísticos específicos que se ofertan en el país.

Tabla 2 Línea de Producto y Variedades de Productos Específicos del Ecuador

CIRCUITOS GENERALES	SUBDIVISIÓN DEL CIRCUITO			
TURISMO DE SOL Y PLAYA	Sol y playa	ECOTURISMO	Parques Nacionales	
			Reservas y Bosques Privados	
TURISMO COMUNITARIO	Turismo Comunitario		TURISMO DE DEPORTES Y AVENTURA	Ríos, Lagos, Lagunas y Cascadas
				Observación de Flora y Fauna
TURISMO CULTURAL	Patrimonios Culturales y Naturales	Deportes Terrestre		
	Mercados y Artesanías	Deportes Fluviales		
	Gastronomía	Deportes Aéreos		
	Shamanismo	Deportes Acuáticos		
	Fiestas Populares	TURISMO DE SALUD	Termalismo	
	Turismo Religioso		Medicina Ancestral	
	Turismo Urbano		SPA'S	
	Turismo Arqueológico	AGROTURISMO	Haciendas Fincas y Plantaciones	
	CAVE, Científico, Académico, Voluntario y Educativo			
	Haciendas Históricas	TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS	Reuniones, Incentivos, Conferencias, Exposiciones y Ferias	
PARQUES TEMÁTICOS	Parques Temáticos			

Fuente: Ministerio de Turismo – Ecuador
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Al realizar la investigación encontramos que muchos de los autores de libros de turismo están de acuerdo en que el producto turístico poseen características esenciales tales como los componentes tangibles e intangibles; el primero se refiere al atractivo en si, como por ejemplo cascadas, montañas, playas o museo, mientras que el segundo componente es la parte que no se ve pero la que el turista recibe en el momento como la hospitalidad de la gente, la calidad de atención etc.

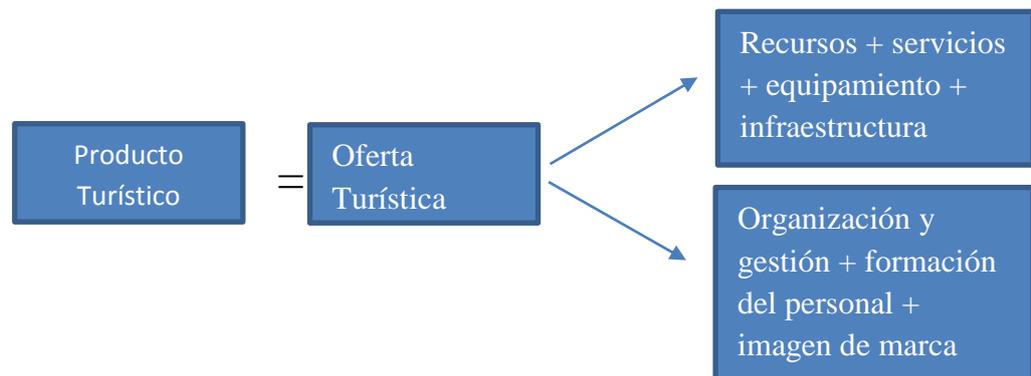
También mencionan que el producto turístico se caracteriza en la “oferta orinal” que no es más que la impresión que causa que el atractivo en las personas lo que da como resultado que este dese adquirir lo ofertado. Mientras que la “oferta derivada” es la que está compuesta por las facilidades que este ofrecen en el sitio y facilitan al turista la permanencia en el lugar. Según R. Boullón (2004) la base del perfil en la que se diseñó el producto turístico debe contar con variables básicas tales como: tipo, utilidad, función, necesidades, satisfacción y motivación, características que son fundamentales al momento de la adquisición del mismo. El producto turístico posee otras características que derivan de lo tangible y lo intangible, componentes que se dan en el mismo momento de su consumo y que varían de acuerdo al atractivo o destino ofertado y a la oferta o demanda a la que este destinado, producto turístico debe cubrir expectativas o necesidades del turista y debe tener un tiempo límite es decir, tiempo de creación y de caducidad.

1.2.2.4 Elementos propios del Producto Turístico

Los elementos del producto turístico varían de acuerdo con algunos autores, sin embargo a continuación detallamos los siguientes;

- Producto turístico es percibido como “un todo” por el turista.
- Formado a su vez por el conjunto de los elementos anteriores, pudiendo satisfacer una experiencia de viaje.

Gráficos 1 Elemento del Producto Turístico



Fuente: Creación de un producto turístico Beatriz Díaz 2011
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Los elementos también se los agrupa según la demanda y la oferta en la que está diseñado el producto turístico:

- Según la oferta: los recursos, las infraestructuras, los equipamientos, los servicios ofertados, la gestión de los servicios.
- Según la demanda: las actividades, los servicios recibidos, las vivencias.

Recursos Turísticos: Todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio. Los recursos son muchos, se dan en todas partes. Dentro de los recursos turísticos tenemos: Playas, Orografía, Fauna, Flora, Río, Mar, Costa, Geografía, Paisajes, Clima, Conservación del ambiente. Museos, Monumentos, Lugares

históricos, Fiestas típicas, Ferias y congresos, Inmuebles, Conjuntos históricos, Zonas arqueológicas, Patrimonio industrial, Artesanía. Folklore, Hábitos y costumbres, Gastronomía. Cultura local, Conjunto de actores sociales, Vestidos y ornamentas típicas.

Servicios Turísticos: el servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada para responder a las exigencias de una determinada corriente turística. Los servicios turísticos facilitan el acercamiento físico a los recursos turísticos, los mismos que garantiza la subsistencia del turista. Entre los servicios turísticos encontramos: agencias de viajes, guías de turistas, servicios de salud, servicios de restauración, servicios de alojamiento, servicio de transportación de información y de intermediación.

Equipamiento: El Equipamiento es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de actividades.

Infraestructura: Se reflejan en el transporte, servicios básicos, instalaciones, comunicación lo que es gestionado por gobiernos seccionales y locales, facilitando el flujo turístico hacia los lugares de destino.

Personal capacitado: Son todas aquellas personas involucradas en el área turística tanto pública como privada y que se vinculan de forma directa o indirectamente en esta actividad, los mismos que ya sea de forma profesional o en base a la experiencia de los años laborados en el área turísticas.

Gestión de servicio: Es el conjunto de organismos públicos y privados que reglamentan, promueven y ordenan la actividad turística. En otras palabras, es la compleja organización y gestión que permite armonizar tanto la producción y venta de servicios.

Imagen de marca: la imagen o marca del producto turístico, es el distintivo con el que se diferencia e identifica en el mercado. La marca turística se compone de la siguiente forma: nombre, logotipo y lema, para poder ser captada rápidamente en el mercado y en la mente del consumidor o turista.

“El producto turístico es la variable más importante del mix. Es el núcleo de la oferta de la empresa y el diseño del resto de estrategias operativas girará en torno a él” (Mediano 2004). Se incluye al producto como un elemento del sistema turístico, ya que como lo denomina el Consejo Federal de Turismo en México refiriéndose a una integración de recursos naturales y culturales los mismos que cuentan con servicios que en conjunto justifican el desplazamiento turístico.

Todo producto turístico se define como la reunión de atributos tangibles e intangibles que se complementa con el servicio y la infraestructura, el mismo que depende del tipo de turista al que está dirigido, tendrá opción a modificaciones, o a su vez tendrá dos o más alternativas.

Se hace necesario diseñar, crear y promocionar un producto turístico ya que ayuda a diversificar la oferta a las operadoras de turismo y no se descuida de los

mercados potenciales. Si decimos que el producto turístico es la unión de atributos que las empresas toman para ser diseñados y este a su vez es aprovechado por el cliente transformándolos en beneficios y realizando actividades turísticas que se les permitan ver o hacer, podemos asegurar que no solo dependerá del potencial del sitio que se oferta sino de que las organizaciones que lo gestionen sean capaces de entender el beneficio que buscan sus clientes y propongan todas las alternativas posibles para su total satisfacción.

Al producto turístico también se le categoriza en tres niveles; el genérico, el esperado y el mejorado. El producto genérico se diseña para satisfacer las necesidades más básicas del cliente. El producto esperado hace una relación con las expectativas y necesidades del cliente, por lo tanto representa el conjunto de atributos que el consumidor espera recibir. En relación con el producto mejorado, en este tipo de producto se combina e incluye toda una serie de beneficios sobre el producto genérico y el producto esperado con el objetivo de diferenciarse de la competencia.

También encontramos el producto potencial, en él se reflejarán las características que este debe tener en el futuro para poder satisfacer las necesidades del consumidor que en su naturaleza es cambiante, en este tipo de producto se requiere la interacción con el cliente con el fin de que este contribuya o aporte al mejoramiento del producto actual.

Mientras transcurre el tiempo el debate entre autores por conceptualizar de forma precisas las características y componentes del producto turísticos se torna aún más complicado, esto se debe a que cada día la demanda tiene preferencias distintas y siempre están dispuestos a ir más allá de lo que se les plantea en la presentación de lo que desea comprar o adquirir, por lo que Acerenza (2006) y

Serra (2002) respectivamente señalan una similitud en cuanto a la determinación de los componentes que reflejan un acuerdo con lo ya expuesto por otros autores.

1.2.2.5 Componentes del producto turístico.

- Las atracciones del destino: se forma con la imagen que el consumidor tiene del destino, unas se basan en las atracciones naturales del lugar que va a visitar como una cascada, una playa, un lago, etc., por otro lado las atracciones construidas por el hombre tales como un parque temático.

- Las instalaciones del destino: ellas de por sí solas no son un atractivo y no motivan el viaje en una persona, sin embargo su ausencia determinan el tiempo de visitas en un destino turístico y son las que disponen de servicios de alojamiento, restauración, distracción y diversión.

- La accesibilidad del destino: este componente es de mucha importancia ya que sin él no se podría desplazarse de un lugar u otro, la transportación es fundamental en el ámbito turístico, no obstante el cliente será el que lo elija de acuerdo con el coste el servicio de transportación que más se acople a él y ofrezca mejores comodidades.

Podemos encontrar un sinnúmero de componentes y características del producto turístico pero sin duda alguna deben puntualizarse dos elemento más, que aparte

de la calidad de servicio juegan un papel muy importante a la hora que el consumidor lo adquiera.

Estos son la actitud y la forma en que los servicios son prestados, ofreciendo un valor agregado que marcara la diferencia en cuanto a la percepción del cliente con respecto a los servicios que le están siendo brindados, ya que si se le brinda una sonrisa y gesto de amabilidad se transmitirá una agradable hospitalidad.

1.2.3 EL TURISMO Y LA TERCERA EDAD

En Ecuador se ha potencializado la actividad turística, puesto a que en los últimos años nos ha dado la oportunidad, no solo, de dar a conocer a nuestro país mundialmente, sino, que nos ha favorecido tanto económica como socialmente.

Por esa razón se llevan a cabo proyectos que buscan posicionarnos en el mercado internacional y ser una de las mejores opciones para los turistas al momento de decidir donde viajar y que conocer, uno de los más recientes proyectos es denominado: “ALL YOU NEED IS ECUADOR” el mismo que es impulsado por el Ministerio de turismo y que hasta ahora ha tenido un excelente resultado.

este proyecto realizado en dos etapas, con tiempo límite de dos años, la primera inició el 1 de Abril y la segunda el 11 de Junio del 2014, con el fin de promocionarse de forma internacional a través de gigantografías en forma de letra las mismas que representan la frase que tiene por nombre esta campaña, las que fueron ubicadas en 19 ciudades del ecuador del mundo, representando con ellas

diferentes sitios del Ecuador y sus productos elaborados tales como: chocolate, rosas, artesanías, sombreros de paja toquilla entre otros, estas letras estuvieron en cada ciudad durante diez días.

En cuanto a la cifra de turistas que han venido al Ecuador motivados por esta campaña Diario El Comercio señala “el crecimiento para la industria del turismo en Ecuador se incrementó en un 15,98% con relación al 2013, en el que en los cinco primeros meses se registró un incremento del 5%. Adicionalmente se informó que ya está lista la licitación para la implementación de más de 5000 señales turísticas en todo el país”, mientras que OPTUR (Asociación Nacional de Operadoras de Turismo Receptivo del Ecuador) en su página de internet sostiene que “en el mes de Mayo del 2014 el crecimiento de turistas extranjeros aumento en un 13% al año anterior y que en periodo de Enero a Mayo el incremento fue de un 16%”. Como se refleja en el grafico 2.

Grafico 2 entradas de turistas extranjeros al Ecuador 2013 – 2014



Realizo por: OPTUR
Información obtenida: OPTUR 2014

El turismo es visto como la actividad que genera más ingresos y ha traído consigo las más grandes y nuevas oportunidades, en el Ecuador no se ha perdido la oportunidad de desarrollar diferentes tipos de turismo y promocionar cada uno de los atractivos que en él existen, además siguen realizando proyectos que han puesto al Ecuador en la mira del mercado turístico internacional, como el corredor turístico ferroviario.

En él se incluye un plan llamado “viaja fácil” que es de bajos costos o descuentos para personas adultas mayores y con capacidades especiales, este recorrido tiene nueve rutas ya establecidas que oferta Costa, Sierra y Oriente, además se incluye una ruta que recorre desde Durán a Quito a la que también se la conoce como el Tren Crucero, el ferrocarril del Ecuador ha traído nuevas expectativas del turismo en nuestro país, ya que mediante estos recorridos se resalta la belleza de la naturaleza, las costumbres de cada lugar, el clima, la gastronomía y sobre todo la historia, dando como resultado reconocimientos internacionales como el World Travel Awards como Tren de Lujo Líder de Suramérica.

Este proyecto ha logrado llamar la atención de todo tipo de personas generando la visita de turistas nacionales y extranjeros de aproximadamente 277160, los extranjeros que visitan con mayor frecuencia nuestro país son Colombianos, seguido de los Estados Unidos y Perú, otros países que nos visitan en menor porcentaje son Canadá, Alemania, Venezuela, Chile, México y España, estos han hecho uso de los servicios turísticos que se ofertan. Tomando estas referencias hacemos énfasis en lo que se lograra si se considerara desarrollar, impulsar y promocionar el turismo del adulto mayor, ya que hasta el momento se ha prestado muy poco interés a este mercado potencial, que está siendo aprovechado por otros países, como los europeos que son pioneros en el turismo senior.

Ecuador posee atractivos naturales y culturales como los que ya se ha mencionado y son herramientas para diversificar productos turísticos, los adultos mayores poseen no solo el tiempo sino también la disponibilidad económica para adquirir paquetes en el que se incluya sobre todo su satisfacción y cuidado personal, los prestadores de servicios son los que deberán poner a disposición los servicios turísticos para este tipo de personas.

Sin embargo a pesar de tener el potencial para promocionar y crear nuevos productos turísticos a captar la atención de ciertos mercados que aún no han sido explotados, los recursos tanto naturales como culturales están siendo desaprovechados y se está perdiendo la oportunidad de rescatar el valor que estos poseen, la propuesta de esta investigación sería aportar y rescatar la importancia de estos atractivos y convertirlos en un nuevo producto turístico que a su vez tome fuerza en el área gerontológica y cautive el mercado del adulto mayor jubilado y se adapte a las necesidades de estas personas, pero que de la misma forma atraiga más afluencia de personas sobre todo internacionales.

La tercera edad es el punto más vulnerable que existe en el trayecto de la vida de todo ser humano, su travesía trae consigo una serie de características que en muchas ocasiones los hacen sentirse extraños dentro de su entorno social, cultural y familiar. Sin embargo a partir del último siglo, se ha empezado a visualizar en ellos aspectos que mejoran su nivel de autoestima y es en este momento en el que empieza a gozar de una vida plena aprovechando del tiempo perdido y las nuevas oportunidades, donde el ámbito empresarial turístico, empieza a tener una nueva disponibilidad de la demanda o lo que ya se lo conoce como “nicho”.

El grupo de la tercera edad o también llamada en nuestro país como del “adulto mayor”, comprende personas de cincuenta años en adelante, en su mayoría ya

jubilados, siendo en algunos países como: España (pionero en turismo para la tercera edad), México, Brasil retribuidos con pensiones de muy altos costo, las mismas que son asignadas directamente del gobierno, mientras que en otros países como los suramericanos las pensiones son bajas, en los mejores casos, esto les trae a las personas mayores, un mejor nivel de vida, garantías para su salud, y muchos otros beneficios.

Llegar a la tercera edad trae consigo expectativas nuevas en una persona, las mismas que a veces son negativas y causan temores a quienes llegan a esta etapa de la vida, ya que por la edad primero se ven separadas de sus trabajo, de sus familias y hasta de su propio grupo de amigos, pero a pesar de esto, también muchos lo ven como la nueva oportunidad para relajarse y salir por completo de lo rutinario y empezar a disfrutar de tiempo disponible o de ocio que ahora poseen y una de las mejores formas es viajando.

Actualmente estas personas buscan reconfortar sus años de trabajo y de compromisos tanto con la familia, como con el trabajo y que mejor manera que disfrutar organizando aquellas vacaciones que no se pudieron dar en la juventud, la Organización Mundial de la Salud recomienda, que el adulto mayor debe ser insertado en este tipo de actividades como lo es el turismo, ya que aporta de forma directa a su salud emocional como física.

Todo esto da paso, a nuevas expectativas de los turistas de la tercera edad referente a las actividades a realizar en su viaje, por ese motivo se busca a través de esta investigación, insertar un nuevo modelo producto turístico gerontológico que se acople las necesidades de este tipo de turistas, ya que anteriormente se los incluía dentro de los productos turísticos familiares. El turismo de la tercera edad o senior es un segmento de mercado de personas mayores a los 60 años para otros

autores los de 65 en adelante, mismos que pueden viajar de forma individual, en pareja o en grupos y que requieren de servicios e instalaciones especiales que estén acordes a sus necesidades. Lo que podemos destacar del turismo de la tercera edad es que ellos no están sujetos o limitados a tiempos de trabajo, de cuidar la familia o de estudio, en su mayoría ya están jubilado, lo que se aprovecha en gran parte por los operadores de turismo para tener más viabilidad de los productos gerontológicos que ofertan.

Si decimos que el turismo “es toda una actividad y una práctica social” (A. Sousa 2007) pero que a su vez “es una actividad compleja, dinámica y cambiante, capaz de generar efectos económico, cultural, ambiental y social” (Cesar y Arnaiz 2008), debemos aprovechar estas cualidades y generar hoy en día una nueva evolución de la actividad turística con la socioeconómica, ofreciendo mejoras en la prestación de servicios sobre todo en este tipo de demandas turísticas como lo es la del adulto mayor. Si bien es cierto que al elaborar productos turísticos, itinerarios, paquetes turísticos puede tornarse complicado para otro tipo de turistas, desde el punto de vista gerontológico hacerlo para el adulto mayor, requiere de más responsabilidades por parte de los prestadores de servicios turísticos, ya que se derivan muchos aspectos tales como: condición física, enfermedades y medicinas, tipos de temores, sensibilidad climática, alimentación, entre otras; que deben tomarse en cuenta a la hora de efectuarlos, porque a pesar de que las personas de la tercera edad estén mucho más dispuestos a realizar actividades turísticas, y aunque no se les debe limitar sus experiencias, si se puede brindar una mejor atención a sus necesidades.

Las personas de la tercera edad han despertado un interés en el mercado turístico asiendo de este un segmento atractivo tanto para en esta industria como en otros sectores de la sociedad, convirtiéndose en un verdadero potencial, ya que de acuerdo con estudios realizados se estima que para el año 2020 en España y otras

regiones del mundo una de cada cuatro personas del total de la población será mayor de 60 años. En la actualidad las personas mayores, piensa que al realizar su viaje no debe viajar solo por viajar y verlo solo como una oportunidad, sino que desea adquirir satisfactoriamente su experiencia psicosocial la misma que le proporcione bienestar y enriquecimiento personal, lo que ayuda a la gente mayor a alargar su ciclo vital y el proceso de envejecimiento, ya que la actividad turística y los viajes que en ella se realizan los mantienen “relajados y activos”, lo que evitara en este proceso de envejecer la soledad y la falta de sentido que tiene la vida en esta etapa.

1.2.3.1 Características y necesidades del turista de la tercera edad

Como ya se ha mencionado y determinado a través de la investigación el turismo de la tercera edad o senior es muy complejo ya que deben tomarse en cuenta características y necesidades del adulto mayor que es en este caso el “turista”. Dentro de las características de este tipo de turista podemos destacar las siguientes: la capacidad de viajar en cualquier temporada, el poder adquisitivo y la predisposición que tiene al momento de realizar las actividades que se encuentren establecidas dentro de paquete turístico, (A. Garau, 2003).

Las personas de la tercera edad poseen el tiempo necesario de viajar en cualquier mes del año y por diferentes motivos, lo mismo que implicas no dejarse llevar por las ya establecidas temporadas turísticas y denominadas “temporada alta y temporada baja” o por feriados determinados.

Sim embargo la “temporada baja” es el tiempo que mayormente las empresas turísticas realizan eventos, ofertan descuentos o le dan un valor agregado a sus productos turísticos, para que la demanda del adulto mayor adquiera y consuma la ofrecido para este mercado, para muchas de las personas mayores también les

beneficia adquirir un producto turístico en esta época ya que el aglomerado de personas se da en menor volumen y evitan así el estrés y un mejor traslado. El adulto mayor no se limita, en esta etapa de su vida desea conocer, tener nuevas experiencias, mantenerse activos ejercitándose, relacionarse con otras personas, y encontrar a un nuevo amor, por lo que siempre está predispuesto a realizar cada una de las actividades establecidas en el paquete turístico, el haber llevado a cabo lo que se propuso en su viaje lo llena de plenitud, seguridad de confianza en sí mismo y da la pauta a seguir adquiriendo lo que le ofrece el mercado y la actividad turística.

Pero para que haya una atención de “calidad” en el servicio turístico se deben analizar los factores que influyen al momento de adquirir un producto turístico los mismos que pueden ser salud, las creencias y motivaciones, las influencias sociales y políticas, visitas a familiares, entre otras.

Al establecer el motivo que impulsa al adulto mayor a que adquiera en paquete turístico, los prestadores de servicios deben tomar en cuenta que el paquete turístico establezca: horas adecuada para su descanso, transporte cómodo, seguridad, la alimentación adecuada, horarios establecido, información oportuna, buen trato, actividades recreativas y asistencia médica para casos especiales.

Una vez que las agencias o empresas turísticas hayan definido las cualidades, características y necesidades que tienen los turistas de la tercera edad, y sobre todo tengan presente la condición física de este grupo de personas, podrán elaborar paquetes especiales y que se apeguen a los intereses, gustos y preferencias de este tipo de clientes y así crear para ellos un viaje o destino atractivo, sin embargo los profesionales en turismo no deben tener siempre en

cuenta que el mercado de la tercera edad es versátil y estará sujeto a muchas innovaciones para estar a la vanguardia y llegar a ofertar un servicio turístico de calidad.

1.2.3.2 Producto Turístico Gerontológico

1.2.3.2.1 Concepto, tipos, características, elementos, utilidad e importancia

Al referirnos a producto turístico gerontológico, podemos decir que aún no se lo ha establecido como tal o no hay autores que den una definición exacta, lo que encontramos o lo que la mayoría está hablando y no recientemente, sino desde hace mucho tiempo atrás es del producto turístico senior.

En primera instancia definiremos sector turístico Senior como aquellas personas que pasan de los 55 años de edad y encontraremos a una subdivisión o también llamados los No senior y sus edades son menores que los 55 años de edad. A los senior se los divide en dos grupos los Younger Seniors (los Senior más jóvenes de 55 a 64 años), y Older Senior (los Senior más mayores de 65 en adelante). (Hossain, Bailey y Lubulwa 2003).

Muchos autores siguen debatiendo las edades en las que se debe clasificar a un turista senior, ya que consideran diferentes cualidades y necesidades, pero la relevancia de estas personas está en que son autosuficientes en capacidades físicas, mentales y psicológicas, su tiempo disponible y accesibilidad económica les da la oportunidad de desplazarse y adquirir diferente destinos turísticos.

El grupo de turistas senior es un grupo heterogéneo y cambiante (Serre, 2008), mientras que los elementos que los motivan son fundamentales para tomar las decisiones de viajar o de no hacerlo, sin lugar a duda podemos decir que esta parte de la población que cada vez está creciendo y se toma en cuenta a la hora de armar productos turísticos, tomando en cuenta la definición dada por Acerenza (2006), de lo que es un producto turístico, definiremos de la siguiente forma:

“Producto Turístico senior (o gerontológico): es aquel diseñado para adulto mayor, el mismo que incluye servicios y actividades turísticas especiales adecuadas para esta edad, y cubre necesidades físicas y emocionales que a la vez los recrea manteniéndolos activos”

Existen de forma internacional productos turísticos que son promocionados y han tenido resultados positivos, trayendo consigo el mejoramiento social y económico a cada lugar en donde se los desarrolla, un gran ejemplo es el programa IMSERSO (Instituto de Migraciones y Servicios Sociales) en España y que tiene en él un programa de vacaciones para el adulto mayor el mismo que una vez creado logro promocionar y ofertar 16000 plazas turísticas, debido a la gran acogida se han hecho intercambio o programas similares en Portugal, México, Canadá y demás países europeos.

Dentro de estos programas se establecen clubes que ya están categorizados y sus actividades son variables por ejemplo: salud y deporte en este se incluye ejercicios, relax, yoga, aquagym y se adicional al personal un especialista para el cuidado de la salud que siempre este monitoreando la presión sanguínea. Los programas de Imsero incluyen actividades que son creada por profesionales en turismo senior, por esa razón volveremos a recalcar la importancia en la

preparación del personal que trabaje con los adultos mayores y las precauciones que se deben tomar a la hora de armar un producto turístico. En tanto que el lugar a escogerse y que forme parte del producto turístico debe tener características específicas tales como: clima agradable, sin barreras arquitectónicas, zonas llanas, transporte urbano accesible, oferta cultural, actividades de ocio relajados y gastronomía tradicional. (Programa Imsero - España).

Aunque en el cantón se cumple la mayoría de estas características debe mejorarse los aspectos de barreras arquitectónicas, ya que en ciertos lugares abundan sobre todo bayas publicitarias y estructuras que contaminan la visión del turista y no dejan disfrutar del atractivo que se ha ofertado, también debe diversificarse las actividades que serán dirigidas a este mercado turístico.

El turismo senior trae consigo beneficios en el sector turístico porque aportara a segmentar de mejor forma la demanda del adulto mayor, que es un fuerte potencial que va de aumento en aumento y trae mayor variedad de la oferta, tanto servidores turísticos públicos y privados deben aportar al crecimiento de este tipo de turismo en esta región, y sobre todo brindar servicios de calidad, apoyándose en la amabilidad y generosidad que identifica a este sector de península.

El turista senior se lo puede categorizar como ya lo hemos mencionado sin embargo a continuación estableceremos de forma general en perfil de este tipo de persona: su edad oscila entre los 55 y 75 años de edad, siempre tiene la predisposición de viajar, su capacidad de adquirir lo que desea es muy alta, se ve motivado por conocer nuevas culturas, personas, desea descansar y relajarse, las expectativas por experimentar cosas nuevas es muy alto, es muy exigente y tiene dominio sobre temas y actividades, sus reservaciones las realiza con mucha anticipación siempre viaja en pareja o en grupos de personas.

Cuando hablamos del adulto mayor se determinan muchas variables y características, de manera que se tomara en cuenta todos estos parámetros establecido para desarrollar este tipo de producto turístico, tomando como base la importancia que se le debe brindar a este sector del campo turístico que aun esta desprevenido y perdiendo los oportunidades de establecerse en un mercado internacional sólido, donde otro lugares ya han tomado fuerza. Santa Elena como cantón posee un potencial turístico natural y cultural, al que se le va a crear un producto turístico gerontológico, dirigido a turistas senior nacionales e internacionales, el mismo que tiene como meta ofrecer a las personas que integran este grupo diversidad e intercambio cultural, salud-termalismo, ejercicios, ámbitos religiosos, ferias gastronómicas y artesanales, pesca deportiva y más. La competitividad es grande pero la creatividad de los operadores debe ser dinámica y diversa, para de esta forma cautivar la demanda que ya existe e impactar a los nuevos turistas que buscan dentro del cantón una nueva opción o alternativa para realizar turismo.

El turismo gerontológico es aquel que está dirigido a personas de la tercera edad, y cubre las necesidades físicas, psicológicas, de salud y distracción de estas personas. Dentro del turismo gerontológico encontramos distintas actividades culturales y sociales que al darle un valor agregado como son los recursos, atractivos y servicios, dan paso a la creación de paquetes o productos turísticos, los que deben estar acorde con las exigencias del consumidor.

“Los productos turísticos están formados por un agregado de infraestructura, equipamiento, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias. La competitividad de un producto turístico está condicionada por la competitividad agregada de todos sus componentes”. (OGANDO - P. MAMANÍ, 2006).

El producto turístico dirigido a otros mercados tanto como el gerontológico está constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita este se compone de dos partes, la primera constituye los servicios creados para facilitar la permanencia del turista en los lugares de destino. En la segunda se estudiar los elementos naturales y culturales que por sus características, poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones.

No obstante aún no se encuentran conceptualizaciones definidas del producto turístico gerontológico, sin embargo, mediante el análisis de la investigación se deduce que “Producto Turístico Gerontológico como: aquel diseñado para adulto mayor, el mismo que incluye servicios y actividades turísticas especiales adecuadas para esta edad, y cubre necesidades físicas y emocionales que a la vez los recrea manteniéndolos activos”.

El Producto Turístico Gerontológico está dirigido para dos clases de turistas, los Younger Seniors que sus edades oscilan entre los 55 y 65 años y los Older Senior con edades de 65 años en adelante y depende de estas características del adulto mayor la elaboración de los paquetes.

Los elementos que conforman el producto turístico varían de acuerdo al punto de vista de la demanda y la oferta:

- Demanda: las actividades, los servicios recibidos y las vivencias.
- Oferta: los recursos, la infraestructura, los equipamientos y los servicios ofertados y la gestión de servicios.

Este producto gerontológico al igual que los otros tipos de productos turísticos se caracterizan por la tangibles o intangibles e incluir precio, prestigio del fabricante y el vendedor, para que el consumidor pueda adquirir y aceptar sin exigencias, y veo lo ofertado como algo que satisface sus necesidades y motivaciones. Es muy importante destacar las razones por la cual se deben incluir los siguientes aspectos sobre todo en el de producto turístico gerontológico:

Caducidad.- Esta característica se deriva del no almacenamiento de los productos turísticos, ya que si se los oferta o se los vende en el momento, pierde su valor e interés que se despierte en el cliente, una opción que las empresas turísticas utilizan al momento de establecer productos turísticos es el “overbooking”, con él se busca mantener o remplazar las perdidas en las temporadas bajas. Por esta razón se deben tomar en cuenta que el cliente adulto mayor es complejo en sus necesidades y requerimientos y la elaboración de un producto para él debe venderse a tiempo.

Agregabilidad.- podemos determinar que los productos turísticos tienen como ventajas su fácil agregabilidad y de esa misma forma son fácilmente sustituibles es decir que en su diseño el producto tiene una gran variedad de servicio y actividades integrados que al momento de alguna alteración en la demanda o en la organización se puede quitar o incorporar otros servicios sin que logre una insatisfacción en el consumidor, especialmente en el de la tercer edad.

Simultaneidad de producción y consumo.- El producto como tal es fabricado, vendido y consumido, sin embargo el producto turístico es comprado, luego los intermediarios desarrollan y están pendientes de que sea producido y consumido, lo que implica que los servicios no se separan de las personas que los ofertan, y aquí se refleja la importancia del talento humano en la prestación de los mismos, sobre todo en aquel producto que está dirigido al adulto mayor, ya que siempre

debe estar una persona especializada dentro de la prestación de cualquier servicio turístico.

El producto turístico gerontológico en su composición deben destacarse variadas alternativas que llamen la atención al cliente de la tercera edad y al igual que los otros tipos de productos turísticos, así también incorporan en el elementos fundamentales para su diseño, los mismos que pueden influir de forma positiva y negativa al momento de su elaboración.

El **entorno**, este elemento está integrado por tres componentes; los recursos naturales, recursos culturales e históricos, se debe ser cuidadosos al momento de incorporarlos ya que nuestras acciones pueden tener un impacto positivo o negativo del desarrollo turístico de las empresas que oferta el producto, lo que reflejara el incremento de la demanda de los servicios prestados.

Las **instalaciones y servicio públicos**, este elemento incluye buenas infraestructuras, viabilidad, el cuidado y la limpieza del entorno, accesible comunicación, buenos servicios sanitarios, los mismos que deberán encontrarse cerca de las instalaciones donde se desarrollan las actividades turísticas, y se lo considera como un valor agregado para el producto ofertado.

Los **servicios complementarios** se refieren a los servicios públicos o privados como complejos deportivos, bibliotecas, parques, sitios de diferentes productos comerciales, los mismos que potencializa la comercialización del producto turístico.

A través de la investigación podemos deducir que el producto turístico gerontológico será de mucha utilidad para el desarrollo del turismo senior o dirigido al segmento de mercado adulto mayor, ya que se promoverá a través de él la diversificación del mercado turístico.

La innovación es parte importante dentro del diseño de un nuevo producto, puesto que no solo se innova al momento de fabricar sino que se puede tomar lo que ya existía y modificarlo, darle una nueva perspectiva y que llame la atención del cliente o consumidor, así como en esta ocasión, no solo se estará a la espera experimentar nuevas alternativas para el adulto mayor, sino que se deberá analizar en lo posibles reestructurar aquellos paquetes turísticos que ya están en el mercado y modificarlos para su venta.

No debe olvidas que existen determinantes para la elaboración de productos turísticos, los mismos que van de la mano con la innovación, como por ejemplo la calidad; ya que debe venderse lo que se ofrece y que el cliente no tenga sorpresas negativas al momento de consumir el servicio, además el producto turístico sobre todo el gerontológico debe elaborarse con la meta puesta en la calidad, ya que de lo contrario esto afectaría a los elementos tanto tangibles como los intangibles.

Por lo tanto debe existir una estrecha relación entre ambos, la alta calidad no hace referencia al buen prestigio, lujo, alto poder adquisitivo o es referente a las mejores empresas, sino que representa la gestión de los servidores y el valor justo de precios, ya que la calidad del final del producto es lo que más satisface, y motiva al cliente. Otra parte importante en la elaboración de un producto turístico especializado en la gerontología es la eficiencia, este elemento junto a la calidad de servicio actuaran en el proceso de producción a través de la máxima gestión de

los recursos invertidos dando un valor agregado a cada producto obteniendo como resultados el incremento de las ventas del producto turístico. El producto turístico gerontológico como ya lo hemos mencionado refleja su importancia en el adulto mayor ya que con su existencia se diversifica el mercado incluyendo nuevas alternativas en la oferta. El mismo se adaptara a las condiciones, ventajas y desventajas presentadas por los posibles consumidores que lo único que buscan es satisfacer plenamente su ocio o necesidades.

Es importante elaborar y concretar los productos turísticos gerontológicos pues la ventaja que en ellos se encuentra es la competitividad del nuevo diseño, caracterizándose por lo exclusivo que se destaca en él y los valores agregados serán un factor clave de éxito para la promoción y venta del mismo.

Sin embargo al consumidor no le basta con cubrir sus necesidades, especialmente el adulto mayor busca que se le brinde una experiencia única e imborrable sobre todo en esta etapa de su vida y es en realidad lo que se busca establecer a través de la creación del producto gerontológico de ahí la importancia de que la oferta sea cambiante constantemente y este siempre en boga, actualizada y especializada para brindar satisfactoriamente este servicio.

El diseñar un producto gerontológico en el sector turístico tiene relevancia ya que se a contribuido de forma positiva en la vida del adulto mayor, pues los resultados van más allá de satisfacer, contribuyendo en su salud, mejorando su estado físico para realizar sus viajes he incorporándolo nuevamente en la sociedad.

1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En esta investigación se han mencionado las ventajas y desventajas que implica trabajar con el segmento turístico adulto mayor, sin embargo al querer cumplir a cabalidad con nuestro objetivo, no debemos olvidarnos de fundamentar de forma legal nuestras ideas es por tal razón que la sustentaremos en base a Constitución de la República del Ecuador. Partiendo del al Art. 10 donde se refiere que toda persona, comunidad, pueblo, etc. gozaran de los derechos garantizados que en ella existen. De la misma forma hace referencia el Capítulo tercero de los derechos de las personas o grupos de atención prioritaria, sección primera: adultas y adultos mayores, en el que menciona en el Art 35 que el Estado formará políticas y eventos de atención a las personas adultas mayores asimismo fomentará la autonomía personal y la participación en la ilustración y cumplimiento de estas políticas.

De igual forma en la Ley del Aciano (última reforma 2004) hace mención al compromiso que el gobierno tiene para con ellos garantizando los siguientes derechos, los que se detallan en el Art. 37 como:

- Acceso y atención gratuita especializada en salud y medicinas
- Un trabajo que según sus capacidades y limitaciones pueda ser debidamente remunerado.
- Tienen derecho a una jubilación justa.
- Recibir rebajas y descuentos en servicios públicos y privados como transportación y espectáculos.

- No son obligados al régimen tributario.
- Promoviendo el acceso a una vivienda en donde pueda habitar con dignidad y respeto.

De esa misma forma la Ley de Turismo Art. 2.- manifiesta que “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” De tal manera que en el Art. 4 literal b hace referencia a que el gobierno y su política estatal en cuanto al área turística, fomentara e impulsar el turismo interno del adulto mayor. Además en el Art. 43 hace referencia a que todas las personas extranjera o de cualquier grupo social que asistan a lugres turísticos no deberán ser discriminadas.

El programa de inclusión que promueve el gobierno en conjunto con los diferentes ministerios que llevan a cargo el mover político del país ha acordado incluir en agendas programáticas formular políticas públicas y privadas, en los que se implanten la ejecución de planes, programas y proyectos que promuevan el envejecimiento activo y digno del adulto mayor.

Por lo que hace mención en su Art. 2 y sus secciones “b” y “e” en las que respectivamente estipulan: “El Ministerio de Cultura debe promover y hacer cumplir los servicios de descuentos en un 50% en espectáculos culturales y además deberá diseñar programas de espectáculo gratis para el turista adulto mayor, fomentando actividades en espacios como museos, bibliotecas, lugares de observaciones arqueológicas”.

“El Ministerio de Turismo promoverá el turismo masivo del adulto mayor a diferentes zonas de nuestro país con precios preferenciales en estadía, alojamiento, alimentación y transporte, tomando en cuenta las adecuaciones necesarias del lugar o establecimiento turístico”.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que está siendo desarrollada para obtener la mejor y más acertada información desarrollara la siguiente metodología:

2.1.1 Método Explorativo

Es aquel que presenta una visión general y aproximada del objeto o lugar de estudio, cuando este aún no ha sido explorado o ha tenido poco análisis. Es un estudio flexible que empieza con descripciones generales del problema turístico gerontológico del Cantón Santa Elena, sin hacerse una hipótesis, ya que no cuenta con información suficiente o precisa.

2.1.2 Método Descriptivo

Para aplicar es tipo de estudio se hace referencia su aplicación:

- a) Descriptivo Típico, describe las características de una sola muestra.
- b) Descriptivo Comparativo, describe las diferencias de variables en dos o más grupos.

c) Estudio de Caso, es una descripción intensa de una unidad de estudio.

2.1.3 Método Explicativo

En este tipo de metodología se explica la causa de presentación de determinado fenómeno o comportamiento, se trata de explicar la relación o asociación entre variables definidas al problema encontrado en el dentro del tema propuesto como lo es producto turístico gerontológico para el cantón Santa Elena.

2.2.TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.1 Histórico Lógico

A través de esta investigación se llegara al conocimiento de las distintas etapas que no permitirán conocer la evolución y desarrollo del lugar de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales.

Mediante el método histórico se analiza la trayectoria del producto turístico gerontológico en el Cantón Santa Elena.

2.2.2 Investigación Deductiva

En las cualidades de esta investigación nos permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares. El proceso deductivo no es suficiente por sí mismo para explicar el conocimiento. Es útil para el proceso investigativo del

presente trabajo por lo que permitirá establecer el número de actores en el diseño del producto turístico gerontológico.

2.2.3 Investigación Documental

Es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Para acceder a los documentos y seleccionar los que satisfacen aquellos que son relevantes a cierto perfil de interés, es necesario previamente realizar su tratamiento documental, a partir de una estructura de datos que responda a la descripción general de los elementos que lo conforman, incluye la descripción bibliográfica o área de identificación (autor, título, datos de edición, etc.), de las referencias que se ha tomado en cuenta.

2.2.4 Observación

En la observación no sólo interviene el sentido de la vista, sino prácticamente todos los demás sentidos y nos permite obtener impresiones del objeto o lugar que se está investigando, al realizar la observación no se debe hablar o categorizar en participante y no participante, porque la persona al interpretar lo que observa ya lo hace ser participante y lo involucra directamente.

2.2.5 Consulta a Especialistas

Es una forma recolección de información específica e interacción social con personas que conocen del tema en estudio. El investigador formula preguntas a

las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un dialogo peculiar, asimétrico, donde unas de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuentes de esas informaciones.

2.3. MÉTODOS ESTADÍSTICOS

2.3.1 Análisis Porcentual

Facilitará el proceso obtenido desde la realidad actual en relación al porcentaje de participación de los habitantes del sector permitiendo verificar la realidad durante la investigación.

2.3.2 Prueba Chi-cuadro

Esta prueba puede utilizarse incluso con datos medibles en una escala nominal. La hipótesis nula de la prueba Chi-cuadrado postula una distribución de probabilidad totalmente especificada como el modelo matemático de la población que ha generado la muestra.

2.3.3 Población y Muestra

A través de esta metodología y a través de la aplicación de la fórmula se logra determinar la cantidad de personas que se encuestaran y se entrevistaran con el fin de recopilar información que aporte de forma positiva a la investigación. Se utiliza la siguiente formula:

Formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

2.3.4 Fuentes y Técnicas para la recolección de información

2.3.4.1 Encuesta

La Encuesta es una técnica de recolección de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso que incluye diferentes opciones o alternativas de respuestas las cuales el encuestado deberá escoger al momento de formularle las preguntas.

La encuesta no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado.

2.3.4.2 Entrevista

Se define como el instrumento de recolección de información que se realiza con el propósito de obtener información cualitativa de las descripciones del mundo de vida del entrevistado y del tema en estudio, este instrumento de recolección de información se aplica a expertos en el tema de la investigación.

2.4 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA Y CHI- CUADRADO

Para determinar la muestra se considerara a 144.076 habitantes del Cantón Santa Elena datos del último censo poblacional del año 2010, los 195.250 turistas que ingresaron en el último feriado que navidad y fin de año del 2014 datos que han sido obtenidos a través de EMUTURISMO.

También se tomó en cuenta a un representante de EMUTURISMO, y a nueve representantes del sector turístico.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

N = tamaño de la población. (339.336)

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador en este caso 0,05

P= Probabilidad de éxito 0.8

Q= Probabilidad de fracaso 0.2

n= tamaño de la muestra.

Aplicación de la Formulas:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 339336 \times 0,8 \times 0,2}{(0,05)^2(339336 - 1) + (1.96)^2 \times 0,8 \times 0,2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 54293,8}{0,0025 \times 339335 + 3,8416 \times 0,8 \times 0,2}$$

$$n = \frac{208575,06208}{848,3225 + 0,614656}$$

$$n = \frac{208575,06208}{848,937156}$$

$$n = 245,68967455$$

$$n = 246$$

Después de aplicar la fórmula se establece el tamaño de muestra proyectando un total de 246 personas a quienes se les aplicaría las encuestas. Para realizar las encuestas se han tomado como referencia cinco diferentes sitios del cantón: Olón, Montañita, San Pablo, Baños de San Vicente y Santa Elena, ya que son los sitios de referencia y concurrencia turística.

En la siguiente tabla se refleja de forma porcentual los valores muestrales que se aplicaran en la encuesta tomando como referencia la población general de habitantes, turistas y representantes del área turística. Dando como resultado las cantidades reales que se aplicaran tanto en encuestas y entrevistas.

Tabla 3 Número de encuestas y entrevistas realizadas en el cantón Santa Elena

TABLA DE APLICACIÓN MUESTRAL PORCENTUAL		
Población General	Cantidades	Porcentaje
Turistas	144.076	42
Moradores	195.250	58
EMUTURISMO	1	1
Representantes De Servidores Turísticos	9	9
Total	339336	110

Fuente: Censo poblacional 2010 (INEC) y EMUTURISMO

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Se aplicara la encuesta a un total de cuarenta y dos turistas, cincuenta y ocho moradores del cantón Santa Elena, mientras que las entrevistas serán aplicadas a un representantes de EMUTURISMO y 9 representantes de los servidores turísticos.

Aplicación del Chi-cuadrado

Para la aplicación del chi-cuadrado y la validación de la hipótesis planteada en esta investigación, tomamos como referencia la pregunta No. 7 de las encuestas realizadas tanto a turista como a moradores. Los valores que se reflejan en cada una de las tablas han sido calculados a través del programa de Windows y su herramienta estadística de Excel.

¿Estaría usted de acuerdo que debería existir un producto turístico especializado y dirigido al turista de la tercera edad?

Tabla de contingencia:

Tabla 4 Tabla de Contingencia

POBLACIÓN TOTAL	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTAL
Turistas	55	3	58
Moradores	41	1	42
TOTAL	96	4	100

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Prueba Chi-cuadrado

Hipótesis

H_0 : La respuesta de los turistas y moradores acerca de la creación de un producto turístico gerontológico es independiente.

H_1 : La respuesta de los turistas y los moradores acerca de la creación de un producto turístico gerontológico es dependiente.

Valores esperados

Tabla 5 Valores Esperados

TABLA DE VALORES ESPERADOS		
Turistas	55,68	2,32
Moradores	40,32	1,68

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Estos valores han sido calculados a través de fórmulas insertadas en el programa Excel, y hemos tomado los valores de los totales del cuadro de la tabla de contingencia, en donde el valor total de turistas que están o no en desacuerdo es multiplicado por el valor total de turistas y moradores dividido para el total de turistas y moradores encuestados de forma general. Este proceso se repite con cada uno de los valores totales de la tabla.

Calculo de X^2

En primera instancia se calcula el X^2 de cada una de las filas representadas tanto por turistas y moradores, a través del programa de Excel en la que se restan cada uno los valores de las encuesta la tabla de contingencia con los valores de la tabla de los valores esperados.

Tabla 6 Calculo de X2

TABLA DE CÁLCULO DE X^2			
TURISTAS	55	55,68	0,0083046
	3	2,32	0,19931034
MORADORES	41	40,32	0,01146825
	1	1,68	0,2752381

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla 7 Tabla final de cálculo de Chi-cuadrado

TABLA FINAL DE CÁLCULO DE CHI-CUDRADA	
X^2 CUADRADO=	0,482005982

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Para realizar el cálculo, de chi-cuadrada, en el programa de Excel se selecciona la opción f_x (insertar tabla de función selección estadística) y en esta se toma como referencias los rangos de las celdas de los valores de las tablas de la tabulación

de encuestas de turistas y moradores y las celdas de la tabla de contingencia y se realiza el cálculo, dando como resultado el valor de chi-cuadrada de 0,482005982.

Grados de Libertad

$$gl = (f-1)(c-1)$$

$$gl = (2-1)(2-1)$$

$$gl = 1$$

Región de Rechazo

$$\text{Si } X^2 > X^2_{\alpha}$$

$$\alpha = 0,05$$

Con grados de libertad 1 y nivel de significancia 0,05; $X^2_{\alpha} = 3,84145882$,

Entonces: $X^2 < X^2_{\alpha}$

Por lo tanto, se acepta la Hipótesis Nula (H_0) de que son independientes las respuestas de turistas y moradores, referente a la creación de un producto turístico gerontológico, aportara a la diversificación turística de Santa Elena; con un nivel de confianza del 95%. Y Se rechaza la Hipótesis Alternativa (H_1) concluyendo que no hay evidencia suficiente para indicar que las opiniones dependen de si el encuestado es turista o morador.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.1 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Para la obtención de datos y el análisis de los mismos se aplicaron las respectivas encuestas y entrevistas como parte de los instrumentos de recopilación de información, la misma que es necesaria y requerida para el proceso de diseño del producto turístico que se está promoviendo.

La entrevista se diseñó y aplicó a las principales autoridades del cantón, a directores de centros turísticos y dueños de sitios de hospedaje y alimentación, siendo un total de ocho personas entrevistadas con el fin de obtener la información de la situación turística real del cantón y los servicios que oferta para el adulto mayor, a la vez que aportaran con ideas que serán planteadas a lo largo de la investigación, el siguiente cuestionario cuenta con diez preguntas las mismas que serán analizadas a continuación.

Las personas entrevistadas para este trabajo de investigación fueron cuatro, entre ellos la directora general de EMOTURISMO, una de las dirigentes del centro turístico Baños de San Vicente y otros directivos de empresas turísticas. La edad de las personas entrevistadas oscila entre los treinta y cincuenta años de

1. ¿Considera usted que la actividad turística en el Cantón Santa Elena en estos últimos años se ha desarrollado a gran medida? ¿Por qué?

Aunque coinciden en que el desarrollo de la actividad turística del cantón es bueno, ha crecido y se ha destacado en estos últimos años, ninguno de ellos descarta la posibilidad de seguir trabajando para que Santa Elena sea uno de los principales centros de atracción turística del país, sin embargo destacan que todo es un proceso y todo buen cambio siempre va a generar muchas expectativas malas y buenas, pero sin duda harán lo mejor para dejar en alto el crecimiento turístico del cantón.

Como se refiere verbalmente la Ingeniera Katherin Santos directora general de EMUTURISMO “Si se ha desarrollado el turismo, aunque faltan de mejorar muchos aspectos, sin embargo, tenemos como ventaja la diversidad turística que nos ha ayudado a dar pasos agigantados en el área turística, estamos trabajando aportar con nuevas ideas para alcanzar un mejor progreso turístico”

2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más relevantes del Cantón Santa Elena?

En realidad manifiestan que el cantón tiene mucho potencial en cuanto a atractivos turísticos, sin embargo destacan que muchos turistas se están interesando por lo natural por la convivencia y experimentar la forma de vida en especial de las poblaciones y se refieren mucho a los lugares de la zona norte del cantón entre ellos destacan a las comunidades y su valor cultural, y el Museo Amantes de Sumpa.

3. ¿Qué tipo de turismo es el que más se destaca dentro del cantón Santa Elena?

Los encuestados responden que el 70% de los turistas que llegan al cantón vienen por el turismo de Sol y Playa, pero mencionan que otros tipos de turismo están saliendo a flote y están siendo explotados recientemente como el Agroturismo en las comunas de

Dos Mangas y El Azucara así como también el turismo Cultural que se presencia en comunidades del norte del cantón como Valdivia, Colonche, Sinchal entre otras.

4. ¿Conoce usted que es el turismo gerontológico y cuál es su importancia?

De las cuatro personas entrevistadas 1 de ellas conocen del turismo gerontológico, mientras que las tres restantes no conocen el término gerontología sin embargo después de ser más explícitos y de usar otra referencia como “turismo dirigido al adulto mayor” dan su criterios:

“Señora Doris Cevallos: el termino es nuevo, por eso no me ubicaba, pero después de su explicación si he tenido grupos de la tercera edad hospedados aquí, y me parece muy importante, ya que el desarrollo del mismo sería de gran ventaja en nuestro país y aquí en la península, hay extranjeros que ya son jubilados y están dispuestos a acceder, conocer y comprar producto ecuatoriano, especialmente a ellos les gusta mucho estar en contacto con la naturaleza”

5. ¿Considera que el cantón Santa Elena cuenta con los recursos turísticos para ofertar este tipo de turismo y así diversificar la oferta? ¿Por qué?

Aunque las opiniones son diversas, ellos consideran que se podría trabajar en mejorar los recursos y la calidad del servicio, otros mencionan que muchos sitios turísticos de nuestro cantón aún tienen que mejorar la forma de prestar el servicio y adecuar los sitios turísticos, con la finalidad de incluir a este segmento del mercado al que se le ha dado muy poco interés, en lo que coinciden es que si ayudaría a diversificar la oferta y a captar el sector turístico de la tercera edad. Como lo manifiesta la ingeniera Katherine Santos representante del EMUTURISMO “En cuento a recursos turísticos, si tenemos, lo que podemos mencionar es que estos atractivos no están acondicionados para recibir a este tipo de turista, lo que es importante para la comodidad de ellos”

6. ¿Es conveniente que se elaboren productos turísticos dirigidos al adulto mayor? ¿Por qué?

Los entrevistados consideran que sería necesario, ya que, como se mencionó anteriormente, ayudaría a captar a este grupo importante como es el adulto mayor, y estos a su vez tendrían productos propuesto y especializado que los haría sentirse considerados en nuestro cantón, y nuestros sitios turísticos serían más visitados, sobre todo en temporadas bajas.

7. ¿Según su criterio los prestadores de servicios turísticos están preparados para recibir a este tipo de turistas?

Las opiniones son diversas sin embargo lo que más destacan es que podrían trabajar en conjunto para lograr una mejor atención y adecuación de sus instalaciones, sin embargo los prestadores turísticos requieren que su personal sea capacitado para poder brindar los servicios adecuados para el turista adulto mayor y no estar en desventaja, aunque aseguran que para algunas hoteles y restaurantes no les resulta trabajar con este tipo de turista por los descuentos que se hacen y lo que generan económicamente es poco.

8. ¿Considera que deben haber personas especializadas en el ámbito gerontológico que colaboren en la prestación de servicios turísticos?

Aseguran que es importante considerar a personas especializadas, sin embargo esto va a depender de los prestadores de servicios turísticos que deseen ofertar opciones para el adulto mayor, a continuación la opinión del señora representante del Centro Turístico Baños de San Vicente “Si! claro, es muy importante porque muchos de ellos necesitan de la atención personal ya sea por salud, por asuntos auditivos, y alguien debe estar pendiente mientras estén en el lugar turístico que se encuentren, no solo aquí ”

9. ¿Esta organización tiene ya planteados proyectos para aprovechar a este segmento del mercado turístico?

A continuación tomamos como referencia la versión acerca de la pregunta planteada dada por:

Restaurante “Delicias Manabitas” señora Agly Pilozo “por el momento no habíamos tomado en cuenta esta opción, pero sin embargo parece interesante el hecho de trabajar con las personas de la tercera edad, todo dependerá de cómo se

realicen los contratos y los pedidos del menú, y podríamos plantear más adelante propuestas de este tipo”

10. ¿De qué forma aportarían usted y la organización que representa para lograr un mejor desarrollo turístico para la tercera edad?

Las opiniones de los representantes de las empresas turísticas del cantón Santa Elena son las siguientes:

EMUTURISMO “Con capacitaciones a los servidores turísticos, realizando gestiones para que estos establecimientos empiecen a adecuar sus instalaciones para que se brinde la mejor atención a los turistas adultos mayores y no dejar descuidado a este mercado potencial”

Centro Turístico Baños de San Vicente “Los proyectos deberían venir de los directivos del municipio o Emuturismo por que este lugar esta descuidado y así no se puede trabajar con las personas de la tercera edad y a ellos les gusta mucho venir aquí, pero constantemente se quejan de la poca implementación para las terapias, sin embargo nosotros como trabajadores estamos dispuestos a capacitarnos y brindar nuestros conocimientos”.

Hatería ISRAMAR señora Doris Cevallos “Soy muy honesta, y yo como dueña de mi establecimiento no me he propuesto proyectos para trabajar con este tipo de turistas y al momento no podría aportar con ideas o proyectos propios ya que por parte de la comunidad existen muchas cosas que impiden poder darles un servicio bueno a estos turistas, ya que existen lugares que no cuidan la limpieza del sitio y el ruido es algo que en ocasiones es hasta la madrugada y eso los turistas de la tercera edad no toleran, pero no descarto la posibilidad de realizar esta actividad”

3.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

La encuesta está diseñada para los turistas de una edad promedio de veinticinco a sesentaicinco años de edad en donde ya se incluye al adulto mayor que son las principales personas en estudio para esta investigación la misma que incluye once preguntas.

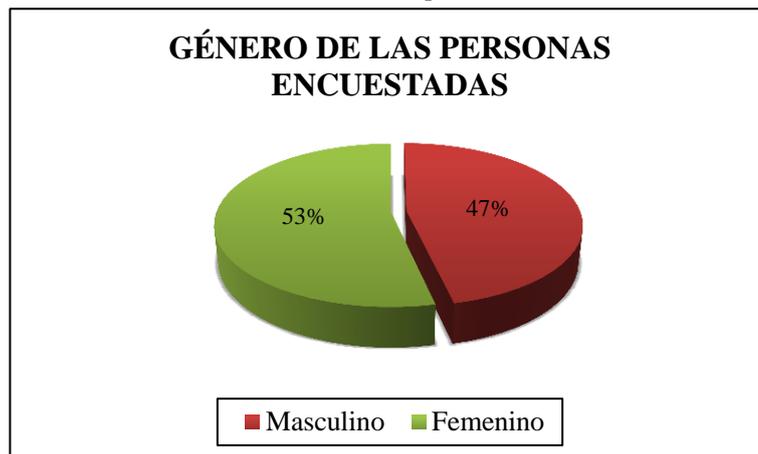
3.2.1 Encuestas a turistas

Procesamiento, análisis e interpretación de las encuestas

Datos y detalles de los turistas encuestados

1. Género

Gráficos 2 Género de las personas encuestadas.



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación:

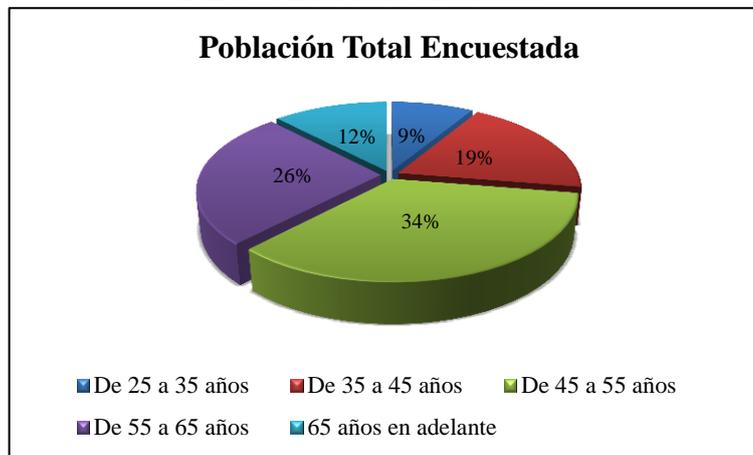
Los detalles del género de las personas que fueron encuestadas para esta investigación se demuestran en el grafico #2 de la siguiente forma: el 53% fueron de sexo femenino y el 47% de sexo masculino.

Análisis:

Los turistas encuestados en su mayoría son mujeres que se mostraron dispuestas a colaborar con datos importantes para la investigación que se está planteando, el otro porcentaje refleja en un número menor pero no distante al del género femenino, es el de los hombres que estuvieron dispuestos a aportar sus opiniones.

2. Edad

Gráficos 3 Edad de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Srta. Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

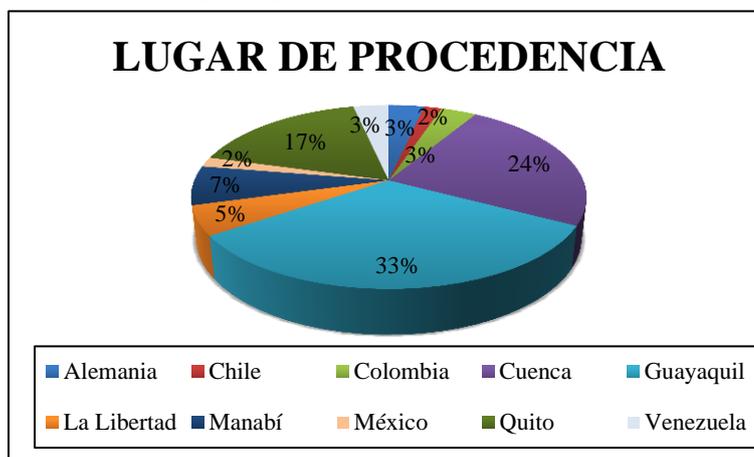
El Gráfico #3 representa los porcentajes de edades de los turistas encuestados, siendo el mayor porcentaje el que representa el segmento del 34% en el que se observan las edades de 45 y 55 años de edad, otros de los segmentos refleja también un 26% representa a las edades entre 55 y 65, mientras que la edad de 65 años en adelante muestra un 12% y las edades de 25 y 35 años representa un menor porcentaje de 9%.

Análisis

En los resultados obtenidos se refleja la cantidad de turistas encuestados por edades, en el que se puede observar que la mayoría tiene edades que oscilan entre 45 y 65 años, el mismo que nos ayuda a definir las necesidades y preferencia del adulto mayor, debido a la expectativa que se causó en ellos al momento de realizar la encuesta.

3. Lugar de procedencia

Gráficos 4 Lugar de procedencia de los turistas encuestados



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación:

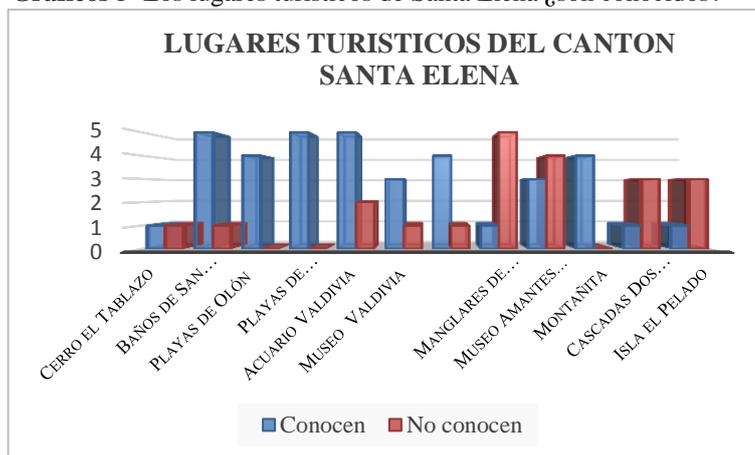
En el Gráfico #4 se reflejan la de procedencia de los encuestados teniendo un 33% de turistas que vienen desde la ciudad de Guayaquil, un 24% de turistas vienen de la ciudad de Cuenca, el 17% de Quito, un 3% de Colombia, con un 3% procedentes de Alemania, otro valor del 3% es de la provincia de Manabí, y La Libertad representan un 5% por cada ciudad, el 2% refleja a dos países emisores como son Chile y México respectivamente, el valor porcentual más bajo es del 0.5% que representa a México.

Análisis:

La representación gráfica refleja la ciudad o país de destino de las personas que fueron encuestadas, en los resultados observamos como el turismo interno es el principal influente en el área turística de la provincia, sin embargo se reflejan aunque en menor porcentaje a países como Alemania, Colombia, Chile y México que son emisores importantes de turistas ya que estos lugares se ha desarrollado y gran escala el turismo senior.

4. ¿Cuál de los siguientes lugares turísticos del Cantón Santa Elena conoce o le gustaría conocer?

Gráficos 5 Los lugares turísticos de Santa Elena ¿son conocidos?



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

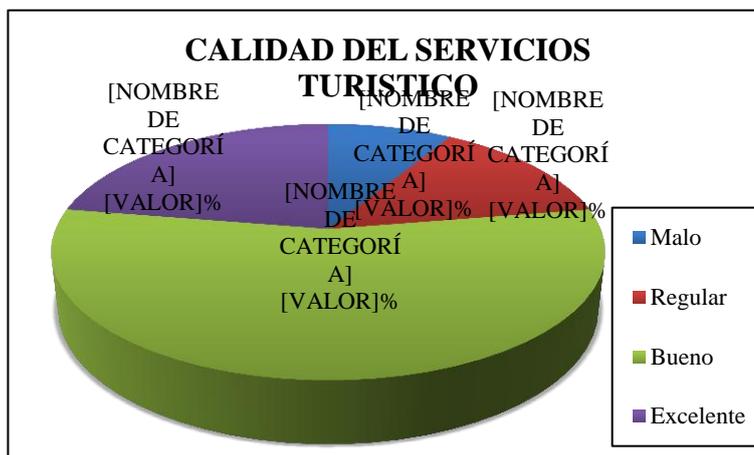
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación: En el Grafico #5 se grafica según las opiniones, si el turista conoce o no cada lugar turístico que se le menciona en la encuesta, entre los atractivos que se tomaron en cuenta para esta entrevista los más conocidos son: las Playas de Olón; Ayangue, Santuario de Olón, Montañita, Acuario y Museo Valdivia, Cerro el Tablazo, Islote el Pelado, Museo Amantes de Sumpa y los Manglares de Palmar, lo que representa que los atractivos son conocidos en un 64%, sin embargo el 36% no conoce alguno de los lugares que se les menciono.

Análisis: El graficar de forma general que sitios del cantón Santa Elena conocen, o no, los turistas nos ayuda no solo a establecer los lugares que se tomaran en cuenta para el desarrollo de este proyecto sino también a tomar lugares pocos conocidos para difundirlos y promocionarlos, por las diferentes actividades que en ellos se puede realizar, además sugieren otros lugares interesantes tales como: Ancón, las playas de San Pablo, Santuario de Palmar y Colonche.

5. Según su perspectiva los atractivos turísticos del cantón Santa Elena están brindando un servicio:

Gráficos 6 Los Atractivos Turísticos del cantón y su servicio de calidad



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

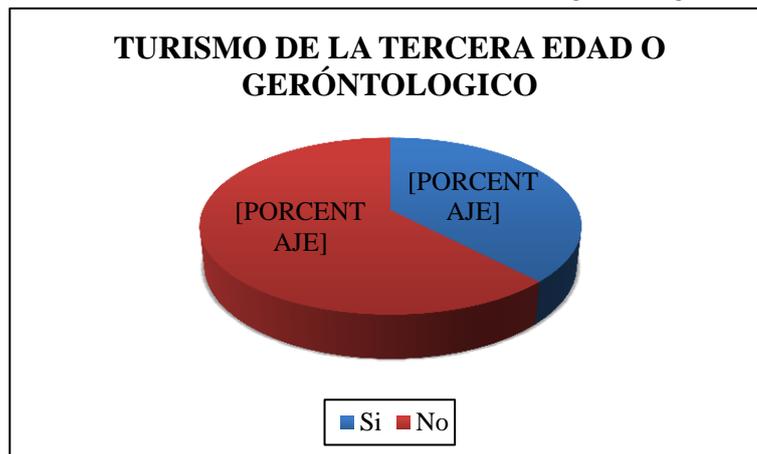
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación: En este cuadro se grafica el valor que le da el turista a los atractivos del cantón Santa Elena en cuanto al servicio turístico que cada uno de ellos ofrece, se categorizó en cuatro aspectos, dando como resultado los siguientes valores: malo un 8,62%, regular 13,79%, el valor porcentual más alto es de 55,17% que deduce que el servicio brindado es bueno, un 22,41% excelente.

Análisis: Al encuestar a los turistas y preguntarles cómo ha sido el servicio turístico que han recibido en el cantón Santa Elena en el tiempo de su estadía una gran parte de ellos se inclina por la opción “bueno” sin embargo recalcan que siempre se puede mejorar, además los otros porcentajes que representan a la opción malo y regular ha sido por alguna experiencia no agradable en sitio de alimentación, de igual forma y con un porcentaje menor se refleja la alternativa excelente y es la razón por la que se debería trabajar en conjunto para logra que en una nueva oportunidad esta sea la elección principal de los turistas al preguntarles acerca del servicio turístico brindado en nuestro cantón.

6. ¿Conoce o ha escuchado del turismo de la tercera edad o gerontológico?

Gráficos 7 Conoce el turismo de la tercera edad o gerontológico



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

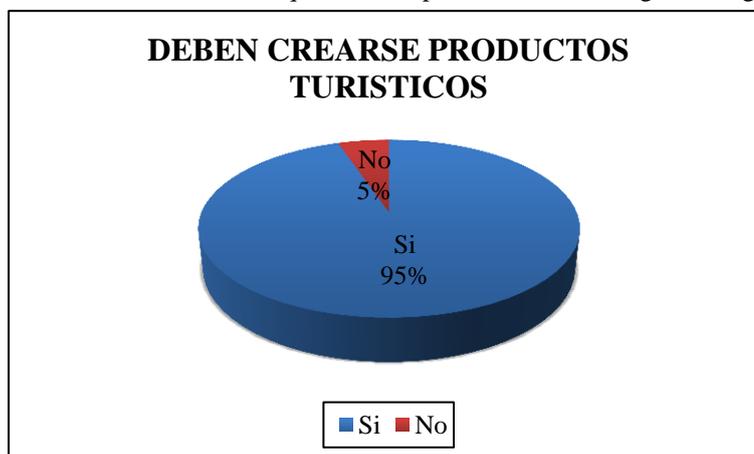
En este cuadro se grafica si el turista encuestado conoce que es el turismo gerontológico a lo que respondieron un 62% que si conocen acerca de esta terminología, mientras que para el 38% respondió que no conocía del término.

Análisis

Muchas personas al preguntarle acerca del turismo que realizan las personas adultas mayores dicen conocer, pero que el término “gerontología” lo escuchaban por primera vez sin embargo se inclinan por esta opción ya que tienen el conocimiento y muchos de ellos en ese momento se encontraban realizando este tipo de turismo, sin embargo y especialmente la gente joven entrevistado poco sabe del desarrollo del turismo senior.

7. ¿Estaría usted de acuerdo que debería existir un producto turístico especializado y dirigido al turista de la tercera edad?

Gráficos 8 Está de acuerdo con que se creen productos turísticos gerontológicos



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

En el gráfico #8 se refleja un porcentaje de 95%, lo que significa una gran parte de los encuestados está de acuerdo con la creación de productos turísticos gerontológicos y un 5% no sabe si sería favorable por tal razón se inclinan por la opción “no”.

Análisis

Después de a muchos de los encuestados conoce que existe un turismo dirigido al adulto mayor, en su mayoría se inclinan por la aprobación y creación de productos turísticos especializados en el área gerontológica y vierten la opinión “sería muy bueno”, y aun los que conocen y participan de este tipo de turismo muestran mucho interés por lo que se está proponiendo.

8. ¿Cuáles de las siguientes motivaciones considera usted en el adulto mayor para que este acceda o compre un producto turístico gerontológico?

Gráficos 9 Motivaciones de viaje del adulto mayor



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

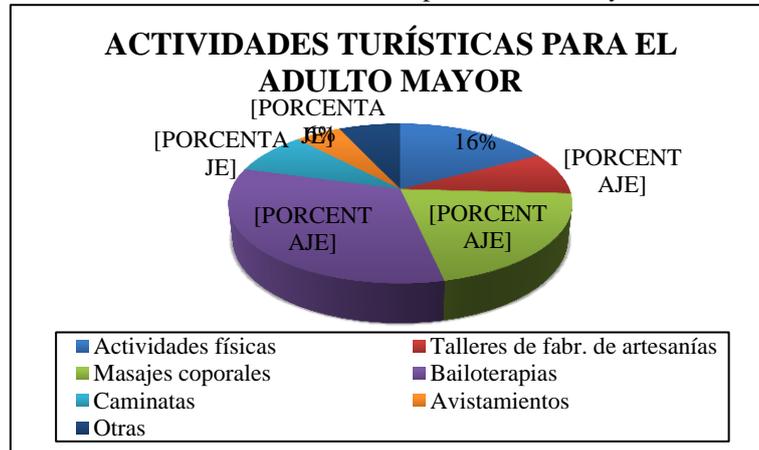
Las motivaciones de viajes del adulto mayor se ven reflejadas de forma porcentual en el Gráfico #9 de la siguiente manera 24% nuevas experiencias, 33% diversión y distracción, 15% viajar y conocer, 19% salud y 9% otras.

Análisis

Las motivaciones de viaje del adulto mayor sin duda alguna son muy variadas, por tal razón era necesario establecer a través de este instrumento de información el verdadero impulso o motivación, por lo que los encuestados piensan que el tener nuevas experiencias, la diversión y la distracción los incita a viajar, sin embargo otro grupo de turistas encuestado que pertenecen al segmento adulto mayor en la opción otras dicen que lo hacen por relax o el simple hecho de viajar, pero que si se les incluye algo de actividad de salud se sienten más confiados.

9. ¿Según las motivaciones de viaje que actividades turísticas le gustaría que se incluyan en el producto turístico del adulto mayor?

Gráficos 10 Actividades turísticas para el adulto mayor



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

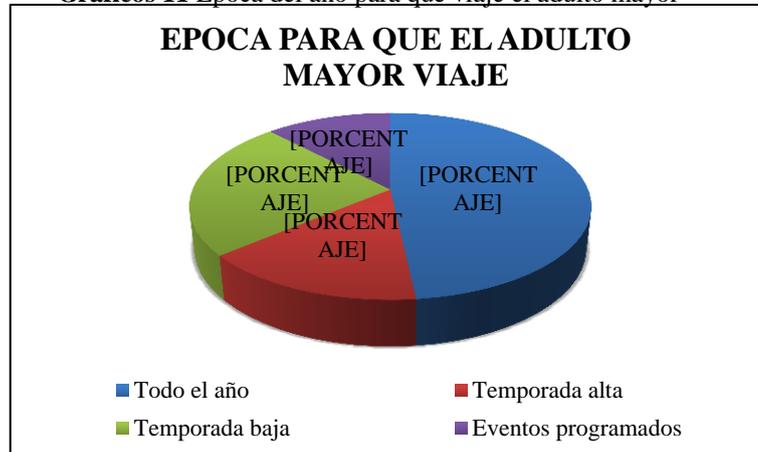
Las actividades turísticas que se reflejan en el gráfico de acuerdo a su porcentaje son: actividades físicas 16%, masajes corporales 21%, caminatas 9%, talleres de fabricación de artesanías 8%, bailoterapias 33%, avistamientos de aves 6% otras 7%.

Análisis

Las actividades que se tomaron en cuenta para la encuesta serán incluidas dentro del producto turístico que se está proponiendo, la mayor actividad a realizarse es la bailoterapia y la actividad física ya que mencionan que los hacen sentir más activos, sin embargo mencionan otras opciones como juegos de mesas, lugares de lectura, yoga y relajación.

10. La época o el tiempo para efectuar su viaje o el de algún familiar adulto mayor es de:

Gráficos 11 Época del año para que viaje el adulto mayor



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

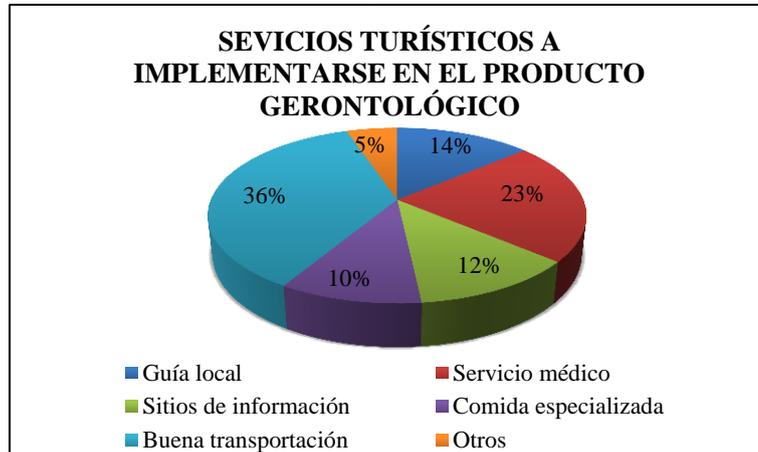
La mejor época para que el adulto mayor viaje según la encuesta y el diseño del gráfico reflejan los siguientes datos: todo el año el 48%, temporada baja 24%, temporada alta 16% y eventos programados 12%.

Análisis

Los encuestados especialmente los ya forman parte del grupo adulto mayor concuerdan que ellos viajarían en cualquier época del año, lo importante es que el sitio en donde estén sea tranquilo para descansar, sin embargo hay quienes prefieren la temporada baja pues hay menos tráfico y poca aglomeración de personas, por otro lado hay quienes piensan que solo viajarían en épocas o por motivos especiales.

11. ¿Cuál de los siguientes servicios turísticos deberían implementarse en el producto turístico gerontológico?

Gráficos 12 Servicio Turísticos a implementarse en el Producto Turístico



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

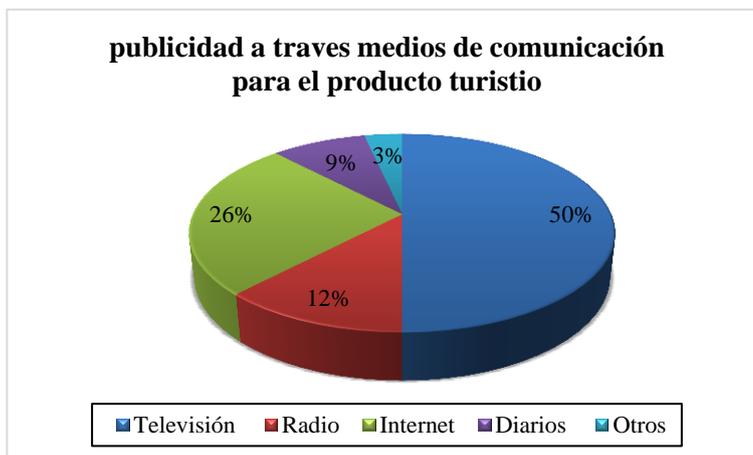
De acuerdo con lo que respondió el encuestado, se ha elaborado el Grafico #11 en el que se detalla en porcentaje los servicios turísticos que deberían incluirse en el producto turístico gerontológico que se propone, los valores porcentuales son: guía local 14%, servicio médico 23%, sitios de información 12%, comida especializada 10%, buena transportación 36% y otros 5%.

Análisis:

Al plantearse esta pregunta dentro de la cuesta se pretende saber con exactitud que otros necesidades tienen o desean que se cubran al momento de realizar el viaje, y es lo realmente se logró ya que dentro de los requerimientos para sentirse seguros a la hora del viaje optan por una transportación segura y confortable, y siempre contar con el servicio médico que en algún momento del viaje van a necesitarlo, los punto de información también e importante para ellos ya que se sentirían más confiados y seguros del sitio donde se encuentran las demás opciones con complementarios a las ya mencionadas, sin embargo aseguran que les gustaría encontrar servicios sanitarios en los lugares que visite.

12. ¿A través de qué medios de comunicación consideran usted se puede promocionar este producto turístico?

Gráficos 13 Publicidad para el producto turístico gerontológico



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

Aunque existen en la actualidad muchas formas de hacer publicidad, el grupo encuestado escoge las opciones que le parecen apropiadas para hacer conocer el producto turístico gerontológico, en el gráfico #13 se definen los porcentajes de la siguiente forma: televisión 50%, radio 9%, internet 26%, diario o medios escritos 12%, y otros 3%.

Análisis

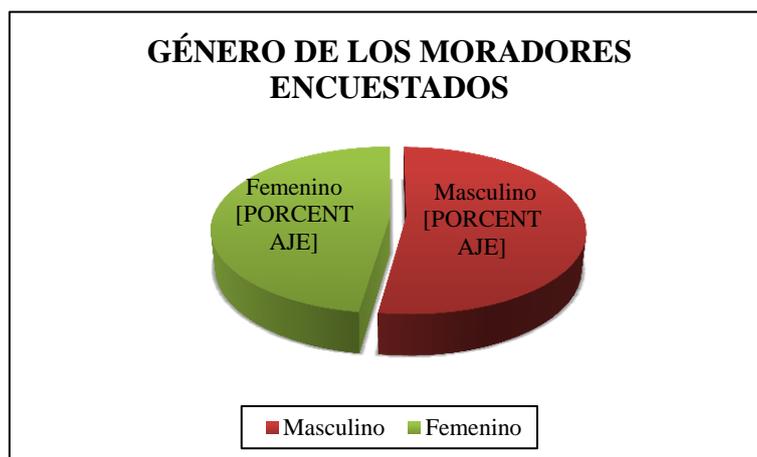
Los resultados de la encuesta muestran un número alto de personas encuestadas que se inclinan por una promoción a través de la televisión nacional del proyecto propuesto ya que es la mejor forma de que los ecuatorianos nos inclinamos por optar visitar lo que tenemos, otra parte de ellos prefieren el internet ya que la mayoría de personas utilizan este medio para estar al día en la información y se lograría también llegar a turistas extranjeros y recomiendan realizar folletos y vallas publicitarias.

3.2.2 Encuestas a moradores

Análisis de las encuesta realizadas a los moradores del cantón Santa Elena

1. Género.

Gráficos 14 Género de los encuestados



Fuente: encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

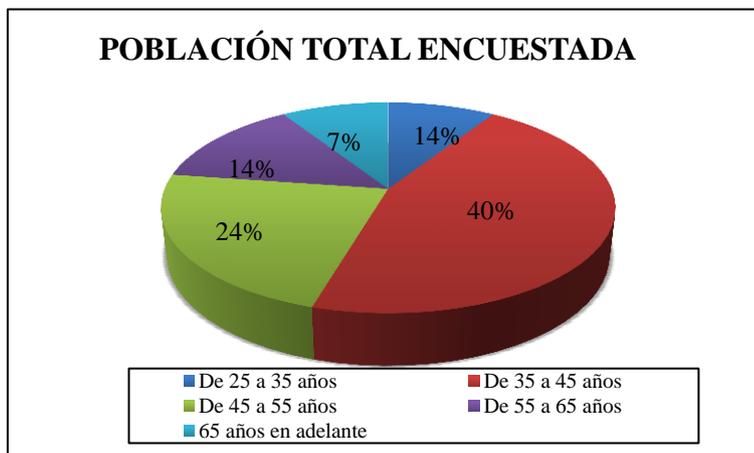
Al tabular la información obtenemos los siguientes datos reflejados en el gráfico #14: el porcentaje de moradores encuestados es de 48% es del género femenino y el 52% fue masculino.

Análisis

La realización de la encuesta se la efectuó en diferentes lugares del cantón Santa Elena, la información nos muestra el género de los moradores a quienes se les encuestó, reflejando altamente la representación del género masculino y en una menor representación al femenino.

2. Edad

Gráficos 15 Edad de los moradores encuestados



Fuente: encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

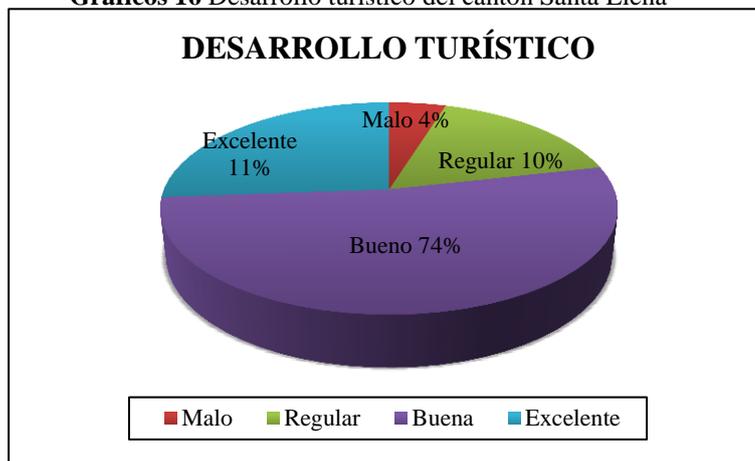
En este gráfico se muestran las edades de los moradores encuestados las mismas que se las ha seccionado en diferentes categorías, reflejando los siguientes porcentajes: de 25 a 35 años un 14%, de 35 a 45 años un 40%, el grupo de 45 a 55 años presenta un porcentaje de 24%, el grupo de 55 a 65 años un 14% y la edad de 65 años en adelante un 7%.

Análisis

El grupo que aportó con esta información y que representa mayor porcentaje es el de 35 a 45 años de edad, quienes se mostraron favorables a la hora de realizar la encuesta, al mismo tiempo que se interesaron por la propuesta que se está elaborando para el cantón Santa Elena.

3. Según su criterio el desarrollo turístico del cantón Santa Elena es:

Gráficos 16 Desarrollo turístico del cantón Santa Elena



Fuente: encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

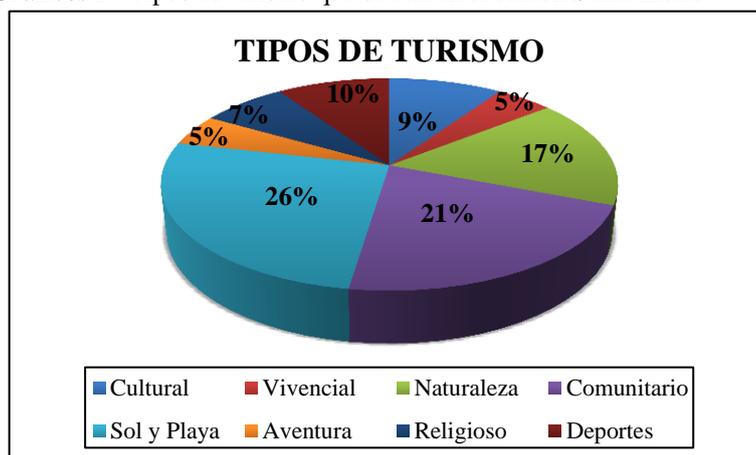
Los moradores encuestados aportan con la información en cuanto al desarrollo que ha tenido el cantón en el área turística, esto se representa de forma porcentual de la siguiente forma: un 74% se inclina por la opción “bueno”, el 11% dice que ha sido “excelente”, el 10% opina que “regular” y el 4% dice que “malo”

Análisis

La mayoría de los moradores encuestados opina que el cantón Santa Elena ha tenido un buen crecimiento en el área turística y se muestran interesados por seguir siendo parte de ese aporte para que el turismo alcance los más altos niveles en este lugar, pero reconocen que aún hay cosas que deben mejorarse para lograr los objetivos propuestos.

4. ¿De los siguientes tipos de turismo cuál cree usted que está dando mayor flujo turístico para el cantón?

Gráficos 17 Tipos de turismo que se dan en el cantón Santa Elena



Fuente: encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

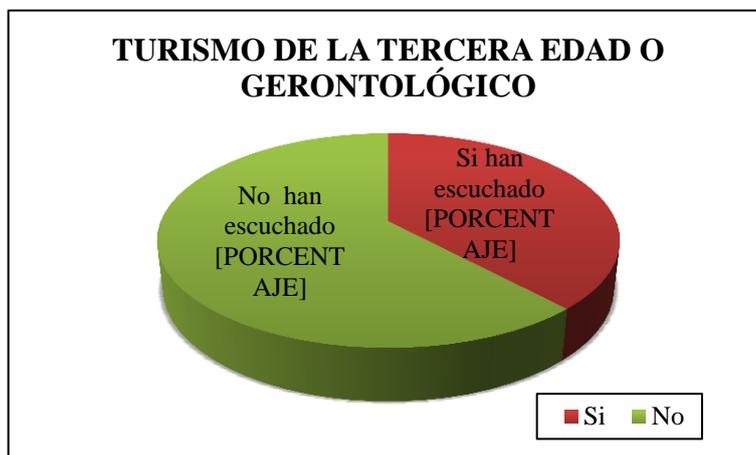
Para realizar esta pregunta se dieron opciones para que el entrevistado escoja la que en su opinión es la acertada, las mismas que se reflejaron a continuación con el porcentaje que cada una muestra al momento de la tabulación: cultural 9%, vivencial 9%, naturaleza 17%, comunitario 21%, sol y playa 26%, aventura 5%, religioso 7%, y deportes 10%.

Análisis

El resultado al realizar esta pregunta es de mucho valor ya que de esta manera podemos saber cuáles son los tipos de turismo que se desarrollan dentro del cantón Santa Elena y así definir e identificar el mercado potencial al que se va dirigir el producto que se planea a través de la investigación que se está realizando, sin duda alguna el turismo que más fluencia tiene en el cantón es el de sol y playa seguido del turismo comunitario.

5. ¿Conoce o ha escuchado del turismo de la tercera edad gerontológico?

Gráficos 18 Conocen o no el turismo de la tercera edad o gerontológico



Fuente: encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

En el gráfico #5 se muestra las respuesta de los moradores al preguntarle si conoce o no el turismo de la tercera edad, reflejando el valor porcentual siguiente: el 62% no conoce ni ha escuchado de este tipo de turismo y el 38% sabe de qué se trata o que incluye el turismo gerontológico.

Análisis

Aunque la mayor parte de los encuestados no conoce o sabe de lo que se trata el turismo gerontológico, es importante recalcar que demuestran un gran interés por trabajar en conjunto con las entidades a cargo del área turística para lograr dar una mejor atención a este tipo de turistas y se sienten agradecidos porque a través de la encuesta ahora están al tanto de que el adulto mayor también requiere su propio espacio en el ámbito turístico.

6. **¿Considera usted que el cantón Santa Elena cuenta con recursos turísticos naturales y culturales para el desarrollo del turismo de la tercera edad o senior?**

Gráficos 19 Existen en el cantón Santa Elena recursos turísticos



Fuente: encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

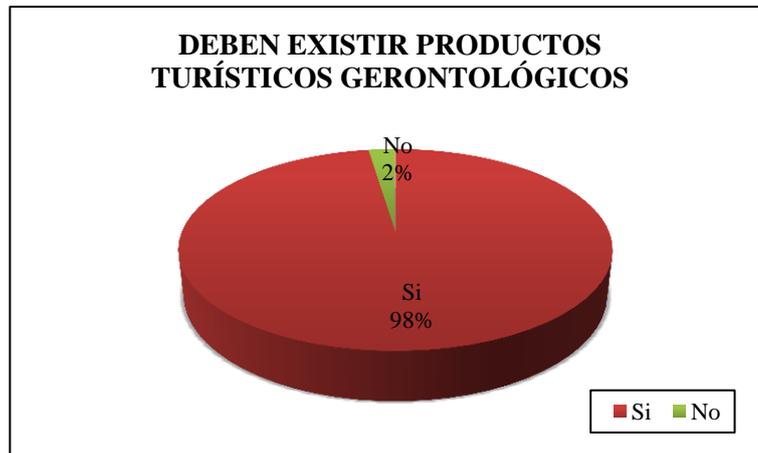
La tabulación de esta pregunta nos da como resultado un 45% existen los recursos turísticos suficientes para el adulto mayor, mientras que el 55% piensa que si el cantón si cuenta con estos recursos.

Análisis

Esta pregunta es muy importante ya que conoceremos si realmente el cantón cuenta con los recursos necesarios para implantar un producto turístico gerontológico, que a opinión de los encuestados si posee estos recursos turísticos, pero necesitan ser acondicionados para llevar a cabo este tipo de proyectos. Mientras que la mitad de los encuestados piensa que podrían mejorarse los recursos para que el adulto mayor se sienta cómodo.

7. ¿Debería existir un producto turístico especializado y dirigido al turista de la tercera edad en este cantón?

Gráficos 20 Deben existir productos turísticos gerontológicos



Fuente: encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

En el gráfico #20 se muestra el porcentaje según la respuesta de los encuestados, siendo esta favorable y aceptable en un 98% a que se realicen productos turísticos en el cantón Santa Elena y en menor porcentaje del 2% opina que no.

Análisis

El resultado de esta pregunta en especial es muy importante ya que mediante ella nos sustenta y valoriza el hecho de realizar esta investigación y lo que en ella se plantea, ya que todos los encuestados están a favor de que existan productos turísticos en el cantón.

8. ¿Cree usted que los establecimientos turísticos están aptos para recibir en sus instalaciones al turista de la tercera edad?

Gráficos 21 Las empresas turísticas están aptas para recibir al adulto mayor



Fuente: encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

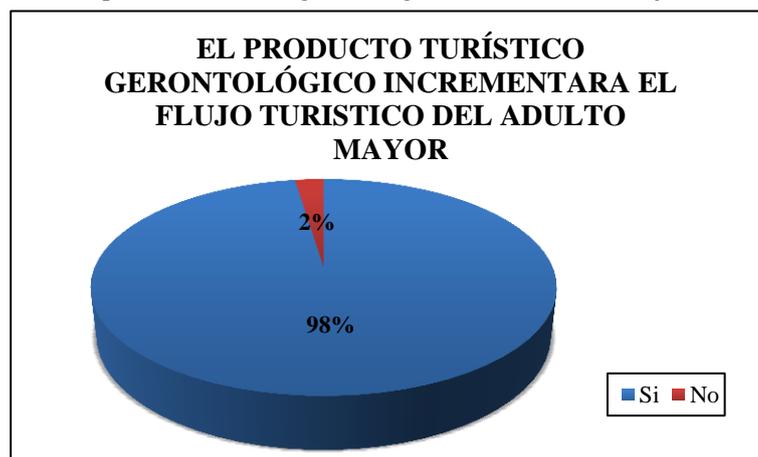
Este gráfico demuestra la inclinación de las personas que fueron entrevistadas al momento de preguntarles si los establecimientos están o no preparados para recibir al turista adulto mayor y la tabulación refleja lo siguiente: el 31% dice que no están preparados y el 69 % dice que si lo están.

Análisis

En esta pregunta hecha a los encuestados ellos manifiestan que en su opinión las empresas turísticas como: hoteles, hosterías comunitarias, cabañas, restaurantes y entidades de turismo están en preparadas en infraestructuras para brindar sus servicios a los turistas adultos mayores pero que sin embargo deben capacitarse, el otro porcentaje refleja en sus opiniones que aún faltan adecuaciones en las instalaciones y mucha preparación.

9. ¿Con la creación de un producto turístico gerontológico cree usted que aumentaría el flujo turístico de la tercera edad sobre todo en temporada baja?

Gráficos 22 El producto turístico gerontológico incrementara el flujo de turistas



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

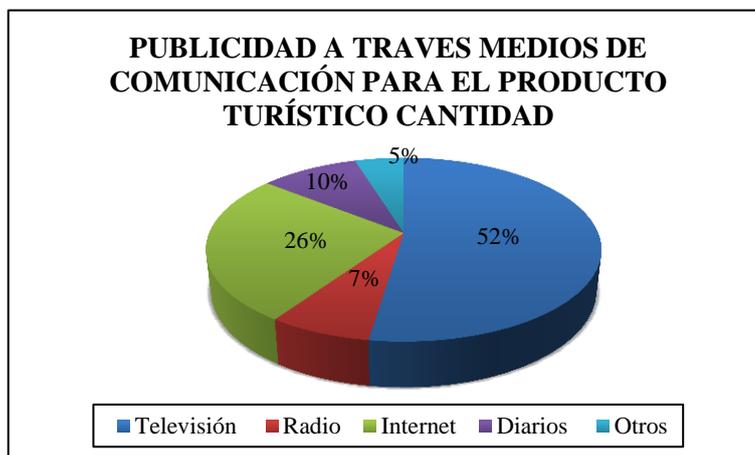
Esta pregunta es básica para la creación del producto turístico ya que a través de ella se define la aceptación o no de lo que se está proponiendo y de forme porcentual se define de la siguiente manera, el 99% responde que esta de acuerdo con la creación del mismo y un mínimo del 1% responde que no.

Análisis

La aceptación por parte de los encuestados que en su mayoría son turistas adulto mayor es relevante ya que le da soporte a este proyecto sin embargo el porcentaje menor que dio su respuesta negativa al mismo tiempo explicaba porque su negativa, pues piensan que primero se deberían implementar y adecuar los sitios turísticos para que se les pueda ofrecer a los turistas de la tercera edad comodidad y seguridad.

10. ¿A través de qué medio considera usted se puede promocionar este producto turístico dirigido a la tercera edad?

Gráficos 23 Medios de comunicación para la publicidad del producto turístico



Fuente: Encuesta realizada en los sitios turísticos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Interpretación

Los valores del porcentaje para cada opción de esta pregunta es la siguiente: televisión 52%, radio un 7%, internet obtiene un porcentaje de 10% y el 5% es para la opciones otro.

Análisis

La mayoría de los encuestado responde o escoge la opción “televisión” como el medio más oportuno para la publicidad y disfunción producto turísticos gerontológica, otra parte de la población encuestada opina que mediante el internet se lograra llegar a muchas otras personas, también recomiendan una publicidad a través de vallas publicitarias, camisetas, afiches y otras.

CAPÍTULO IV

PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA

4.1 Presentación

En el cantón Santa Elena gracias a su ubicación geográfica y siendo este uno de los destino más visitados por turistas nacionales o internacionales, goza de atractivos tanto naturales como culturales que poseen un alto valor dentro del sector turístico en el Ecuador.

Cabe destacar que muchos de estos sitios no están incluidos en itinerario o los paquetes que los turistas suelen seleccionar para visita en su permanencia en el cantón, ni mucho menos promocionados para el desarrollo turístico del lugar donde están ubicados, del mismo modo el segmento de mercado adulto mayor de nuestro país y del extranjeros empieza de apoco a tener atenciones adecuadas y necesarias en el ámbito turístico, por tal razón a través de las investigaciones se decide plantear alternativas turísticas que cubran las necesidades del adulto mayor.

Para la creación e implementación del producto turístico gerontológico se pretende desarrollar e influenciar diferentes actividades en la que son partícipes la comunidad, los distintos sitios turísticos del cantón y el segmento tercera edad, con el propósito de garantizar posteriores visitas, desarrollando aspectos que los turistas tomaran en cuenta para elegir a Santa Elene como la principal opción turística gerontológica.

De igual manera se realizó la respectiva observación de campo de los atractivos turísticos del cantón que permitieron determinar cuáles de ellos reúnen las características necesarias como: espacio para actividades turísticas, accesibilidad y comunicación, los que serán parte de este proyecto investigativo.

De esa misma forma la opinión de especialistas y autoridades del área de turismo ha sido de gran relevancia para conocer sitios turísticos que aún no se han destacado en el área gerontológica para brindar sus servicios, al mismo tiempo que han aportado con ideas y formas de trabajos con este tipos de turistas, y así puedan recibir la atención que ellos por su edad se merecen dentro del área turística.

Estos aspectos determinados a través de la investigación son la base que impulsan la idea de crear productos turísticos gerontológicos que permita al turista viajar con las seguridades correspondientes, comodidades de acuerdo a sus necesidades y cuidados que cada uno de ellos requiere, y de esta manera incluirlos en el proceso de diversificación turística del cantón.

4.2 Justificación

La presente propuesta se justifica a través de los resultados de la investigación en los que se refleja la necesidad de crear en el cantón Santa Elena, un nuevo producto turístico el cual ayudará a la diversificación de la oferta turística en este lugar, posesionándose en el mercado del adulto mayor y a la vez receptor un mayor flujo turístico aun en temporada baja. El cantón cuenta con un alto potencial turístico que con nuevas propuestas de productos podría convertirse en uno de los principales destinos turístico gerontológico más visitado a nivel

provincia, por tal razón el diseño e implementación del mismo tiene el propósito de desarrollar actividades gerontológico en los lugares de aspectos turísticos los mismos que ya han sido previamente escogidos por su facilidad en cuanto a accesibilidad y otros aspectos importantes, en los que se pretende dar la atención adecuada para las personas de tercera edad.

Sin embargo para lograr lo propuesto se requiere de la participación de la comunidad ya que de forma directa se verá favorecida por el flujo de turistas adulto mayor que no descarta las posibilidades de comprar sobre todo artesanías, lo que conlleva en nuevas plazas de trabajos e ingresos económicos.

De igual forma se requiere del total apoyo de empresas públicas y privadas de diferentes áreas sobre todo de la turística, las mismas que con su colaboración se crearan mejores facilidades para promocionar lo propuesto y así el turista pueda disfrutar el hecho de consumir el producto turístico.

4.3 Diagnóstico territorial del cantón Santa Elena

4.3.1 Aspectos demográficos

El cantón Santa Elena es el más grande de la provincia que lleva su mismo nombre, teniendo como principal autoridad a su alcalde, su división territorial está compuesta por parroquias las mismas que son urbanas y rurales representadas por los Gobiernos Parroquiales., al igual que las demás localidades ecuatorianas, el municipio como ente principal es el que tiene a cargo la administración el cantón de forma autónoma al gobierno central.

Gráficos 24 Mapa del cantón Santa Elena



Fuente: www.google.com.ec Mapa del cantón Santa Elena

Localización

Este cantón que es privilegiado por estar bordeado por playas en toda su extensión se ubica geográficamente al noroccidente de la provincia de Santa Elena, el mismo que limita de la siguiente forma:

- Norte : Provincia de Manabí,
- Sur: Provincia del Guayas,
- Este: Océano Pacífico, La Libertad y Salinas
- Oeste: provincia del Guayas.

Extensión y población

Este cantón que tiene aproximadamente como extensión 3.880 kilómetros cuadrados los cuales cubre desde la parroquia Chanduy hasta la parroquia Manglaralto, la localidad general que habita en este cantón es de 144.076 habitantes, de los cuales 64.446 son hombres y 61.825 mujeres, mientras que solo en la ciudad principal de este cantón actualmente tiene una población de 30.000 personas que viven allí entre nativos y personas que residen por distintas circunstancias, según los resultados del censo del 2010 la población rural de Santa Elena es más poblada que la urbana debido a que la mayoría de los peninsulares viven en el corredor turístico, conocido como la ruta del Spondylus. El cantón Santa Elena está conformada por su cabecera cantonal que lleva el mismo nombre, convirtiéndola en la zona urbana más importante y comercial de este lugar, mientras que en la zona rural encontramos seis parroquias que representan la mayor parte del territorio y la población santa elenense.

Tabla 8 Parroquia del cantón Santa Elena

Parroquias	Habitantes	Extensión Territorial
Chanduy	14753 Hab.	808,6 Km ²
Manglaralto	22884 Hab.	488,6 Km ²
Simón Bolívar o Julio Moreno	2682 Hab.	557,5 Km ²
Colonche	23962 Hab.	437,2 Km ²
Atahualpa	2625 Hab.	44,4 Km ²
Ancón	3500 Hab.	125 Km ²

Fuente: Información obtenida a través de la investigación

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Características

Por su ubicación geográfica, el cantón Santa Elena es una zona es muy seca, ya que en su territorio posee planicies salineras y las lluvias son escasas. Sin embargo en la ciudad el clima es árido o desértico esto se debe a las corrientes marinas que existen el sitio. La precipitación en este canon es de 125 a 150 mm durante el año. La temporada seca cae entre los meses de enero hasta abril y la lluviosa en los meses restantes.

Durante la temporada lluviosa, con temperaturas de 21 y 40° C.

4.3.2 Servicios básicos

- **Energía eléctrica:** este servicio abarca en un 99,9% de la población peninsular el porcentaje mínimo que aún no cuenta con este servicio son pequeñas viviendas en nuevos asentamiento, siendo el ente a cargo de este suministro la CNEL (Corporación Nacional de Electricidad), facturando mensualmente un mínimo de \$10 por casa.
- **Agua potable:** los habitantes del cantón sobre todo en la ciudad poseen el servicio de agua potable directamente de la empresa AGUAPEN (Aguas de la Península), mientras que en las poblaciones del norte aún no se cuenta con este servicio, la red de tuberías que lleva el agua a las viviendas son viejas y las administraciones de las mismas están a cargo de las juntas de agua potable, con dirigentes de diferentes comunidades.

- **Alcantarillado:** de igual manera con este servicio un 60% de la población lo posee, esto es la ciudad y algunas comunidades, el 40% de la población no posee desagües de aguas lluvias y aguas servidas y las eliminan a través de pozos sépticos, patios o terrenos aledaños.
- **Desechos salidos:** el municipio de Santa Elena es el encargado a través de carros recolectores de mantener la limpieza de la ciudad y pueblos aledaños, que a través de un sistema de horarios y días establecidos recolectan la basura
- **Comunicación:** la comunicación en esta provincia como en otras partes del país es de muy buena calidad, teniendo como primera corporación nacional de telefonía fija y móvil a CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), y dos operadoras internacionales de telefonía móvil como son; Claro y Movistar, estas tres compañías aportan también al servicio de red de internet, ya que en muchos hogares poseen computadoras, con la finalidad de comunicarse o por estudio.

4.3.3 Comunidad

Esta localidad es la que la mayoría de sus habitantes se dedican a la pesca siendo esta la actividad generadora de ingresos, sin embargo, dependientemente hay otras actividades como la agricultura, ganadera, comercio, artesanías y turismo.

En el ámbito pesquero el cantón santa elenense tiene cinco puertos pesqueros: San Pedro, Palmar, Ancón, pero entre ellos los que más se destacan son Antoncito y Chanduy. La compra y venta al por mayor y por menor de diferente

especies; robalo, corvina, bagre, dorado, caritas, pampanitos, calamar y langostinos, etc. generando trabajo a la mayoría de los habitantes y a empresas que se dedican al envasado de atún y sardina.

Así también posee extensas tierras, en donde otra parte de la población tiene sembríos dando validez a esta que fue la primera actividad económica de esta localidad. A pesar de ser zonas áridas, a través de sistemas de riegos y abonos los mismos que han sido implementados por los gobiernos seccionales o de forma independiente, obteniendo así tierras productivas, que han hecho, que la agricultura crezca dentro de nuestro cantón, cultivando productos propios de la zona y de otras provincias. Los sembríos que mayormente se comercializan en nuestro propio mercado son, el maíz duro el miso que se produce en un 69% de esta área, encontramos también sembríos de sandía, melón, pimiento, tomate riñón y pepino, otros cultivos que se destacan sobre todo en la exportación tenemos café, paja toquilla, ciruelo, ciruela costeña, plátano, banana, caña guadua, naranja, piña, limones guayaba, también se han insertado en nuestra provincia como la uva, la planta de este fruto se ha adaptado al clima de esta zona que hasta el momento ocupa largas extensiones de tierras en la vía a Guayaquil, los productos de este cantón, con productos de alta calidad, abastecen a la mayoría de mercados nacionales e internacionales.

La ganadería es otra forma en la que los moradores especialmente de las comunidades, han sabido ganarse el sustento para sus hogares, teniendo granjas de animales como; caballos, vacas, chivos, cerdos, y pollo. En cuanto a la crianza del cerdo el MAGAP vio la necesidad de ayudar a las comunidades que tiene este tipo de negocios, para capacitarlos y de esta manera puedan recibir créditos que les ayuden a solventar ciertos gastos que con el tiempo serán recompensados con la venta de aquellos animales. Una de estas comunidades es San Pedro que está siendo beneficiada con la “chanchera comunitaria”.

Por otro lado la artesanía sigue creciendo en nuestros pueblos y de esta manera se destacan y se hacen conocer muchos de ellos; San Pedro y Valdivia se los reconoce por la variedad de su calzado; Barcelona, Sinchal, Loma Alta por la elaboración de sombreros y otros artículos con paja toquilla pimiento; Libertador Bolívar y San Antonio por sus artesanías esculpidas en madera y caña y adornos a base de conchas y balsa; y Sitio Nuevo por sus trabajos hechos en tagua y otras semillas que sirven para realizar bisuterías.

Accesos

Las principales vías de acceso al territorio peninsular han mejorado notablemente, pues la ampliación de sus carriles, tanto en las vías fuera y dentro de la ciudad lo que a su vez da una mejor impresión para las personas que la visitan, haciendo que tanto vehículos interprovinciales y locales tengan un mejor desplazamiento, las vías terrestres más circuladas son Guayaquil - Salinas, vía a Manabí, vía Libertad – Salinas. Además otra forma de llegar a esta población santa elenense es la aérea con viajes nacionales en el aeropuerto de la provincia.

Circulación

Actualmente contamos con el terminal terrestre interprovincial de nombre Sumpa ubicado la entrada de la ciudad de Santa Elena. El transporte urbano de la península traslada a los usuarios de una parroquia a otra y de una comunidad a otra. Los buses realizan recorridos de forma Intercantonal, Interprovincial. El Transporte urbano: cuenta con algunas cooperativas de transporte como Transisa, Unificación Peninsular, Cup, Trunsa y Mar Azul, el costo del pasaje es de \$0,25. Entre los principales transporte Intercantonal y provincial tenemos: Rutas Peninsulares, Guangala, 2 de Noviembre, Citup, Manglaralto, Real Tamarindo, Trans, Esmeralda y CLP.

4.4 Diagnóstico Situacional

A continuación se procederá a realizar un análisis interno y externo de la situación actual del cantón Santa Elena.

4.4.1 PEST (Político, económico, socio-cultural y tecnológico).

Tabla 9 Análisis PEST

<p style="text-align: center;">POLÍTICO-LEGAL</p> <p>Art. 36 de la constitución de la republica.- Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica.</p> <p>Art. 38.- El Estado establecerá políticas y programas de atención a las personas adultas mayores, las inequidades de género, la etnia, la cultura y las diferencias propias de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades; asimismo, fomentará el mayor grado posible de autonomía personal y participación en la definición y ejecución de estas políticas.</p>	<p style="text-align: center;">ECONÓMICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un gran porcentaje de los habitantes viven de actividades como la pesca, ganadería, agricultura y turismo para dar el sustento de sus familias. • Es uno de los sectores pocos comerciales comparados con el cantón La Libertad, sin embargo se crean proyectos que aporten con el proceso turístico dentro de las comunidades y del cantón. • No hay un producto definido dentro del cantón santa Elena que sectorice con actividades para personas adultas mayores.
<p style="text-align: center;">SOCIO-CULTURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • La tendencia de estilo de vida en el cantón están marcadas por los distintos procesos de cambio de moda y la globalización. • Con los cambios de gobierno y a los proyectos se fomentan las actividades artesanales que realiza la población. • Las diversas actividades turísticas que son mayormente consumidas por los distintos grupos de turistas es más amplia y logran captar la atención de ellos. 	<p style="text-align: center;">TECNOLÓGICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualmente el cantón esta en constantes cambios tecnológicos como el internet, redes telefónicas. • Tienen acceso a internet el 80% de pobladores. • Posee página web, redes wifi en diferente punto estratégicos para que puedan ser utilizados por las personas que lo visitan.

Fuente: Santa Elena (2014)

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

4.4.2 Análisis FODA

Tabla 10 Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos • Iniciativa para actividades turísticas. • Posee una buena infraestructura • Recursos naturales y culturales para la actividad gerontológica • Apoyo del municipio de Santa Elena y EMUTURISMO. • Buena ubicación geográfica. • Variedad de actividades turísticas gerontológicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen indicios de actividades similares. • Falta recurso humano capacitado en el área gerontológica. • Falta de espacios para la realización de actividades con los adultos mayores. • Atractivos deteriorados (baños termales de San Vicente). • Falta de planes estratégicos hacia el desarrollo de actividades gerontológicas dentro del cantón. • Descoordinación con las entidades públicas municipales y las de turismo
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Inundaciones, lluvias fenómenos naturales. • Deterioro y destrucción de los atractivos turísticos existentes. • Desconocimiento de actividades y lugares gerontológicos dentro del cantón. • Pérdida de identidad y de otras actividades dentro de los sitios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de los gobiernos locales en mejorar las actividades turísticas. • Participación de los habitantes en el desarrollo de las actividades turísticas. • Conservación de los atractivos existentes para las actividades gerontológicas. • Alternativas de ventas e ingresos económicos.

Fuente: Santa Elena (2014)

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

4.4.3 Matriz estratégico FODA

Tabla 11 FODA Estratégico

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atractivos turísticos. 2. Iniciativa para actividades turísticas. 3. Posee una buena infraestructura. 4. Recursos naturales para la actividad gerontológica 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No existen indicios de actividades similares. 2. Falta recurso humano capacitado en el área gerontológica. 3. Falta de espacios para la realización de actividades con los adultos mayores. 4. Falta de planes estratégicos hacia el desarrollo de actividades gerontológicas.
AMENAZAS	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inundaciones, lluvias fenómenos naturales. 2. Deterioro y destrucción de los atractivos turísticos existentes. 3. Desconocimiento de actividades y lugares gerontológicos. 4. Pérdida de identidad y de otras actividades dentro de los sitios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de Rutas gerontológicas (F1-A3) • Implementación de actividades para adultos mayores (F4-A2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones a guías para el recorrido y actividades gerontológicas (D2-A3) • Crear un plan de promoción del producto turístico. (D4-A4)
OPORTUNIDADES	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo de los gobiernos locales en mejorar las actividades turísticas. 2. Participación de los habitantes en el desarrollo de las actividades turísticas. 3. Conservación de los atractivos existentes para las actividades gerontológicas. 4. Alternativas de ventas e ingresos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones de técnica de guianza, animación turística. (F4-O1). • Involucrar a la comunidad en la participación e intercambio cultural con los adultos mayores. (F2-O4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un logo y slogan para el producto turístico (D1-O3) • Creación de un club para adultos mayores (D2-O3)

Fuente: Santa Elena (2014)

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO

4.5 Misión

Proporcionar servicios turísticos a las personas adultas mayores respetando las diferencias, basadas en principios de igualdad y equidad para cubrir las expectativas del turista, proponiendo retos de innovación y flexibilidad del producto.

4.6 Visión

Posicionar al cantón Santa Elena como líder en el desarrollo del turismo gerontológico, a través de la presentación de servicios y actividades turísticas basadas en el bienestar del adulto mayor.

4.7 Objetivo General

Ofertar productos turísticos en el que se incluyen atractivos y sitios de interés turísticos gerontológicos en el cantón Santa Elena permitiendo el desarrollo del turismo dirigido a los adultos mayores.

4.8 Objetivos Específicos.

- Definir el segmento turístico: adulto mayor que puedan consumir el producto turístico.

- Establecer varios paquetes de actividades turísticas para los adultos mayores dentro del cantón Santa Elena.
- Generar espacios dentro de los destinos turísticos seleccionados, que permitan ejecutar actividades para el turista adulto mayor.
- Establecer alianzas con entidades gubernamentales y no gubernamentales para el implemento de áreas especiales para el adulto mayor.
- Capacitar a los habitantes y servidores turísticos para la debida atención del turista de la tercera edad.
- Promocionar el producto turístico gerontológico a través de los principales medios publicitarios.

4.9 Valores Corporativos

Respeto: Actuar bajo perspectiva de los demás sea de forma grupal o individual, tomando en cuenta el compromiso de mantener la sostenibilidad del sitio o área que se visita.

Igualdad: No hacer distinciones de sexo, edad, religión, estado de salud y estado sociocultural y así promover la participación integral de la sociedad y el sector adulto mayor.

Libertad: Fácil accesibilidad en los lugares a visitar sin repercusiones personales, demostrando lo que somos, brindando una atención fluida y confortable y de forma hospitalaria para el turista.

Confianza: Promover lazos confiables entre los servidores turísticos, personal y turista, para así forjar la inclinación del turista a la fidelidad del producto creado.

Responsabilidad: Se refleja en el compromiso de puntualidad y la organización con la que se trata al turista de la tercera edad en cada sitio visitado, cumpliendo con las expectativas de estos clientes.

Servicios de calidad: Se verá reflejada en la hospitalidad y generosidad de los habitantes que recibirán al turista adulto mayor y en la ejecución o cumplimiento de los itinerarios propuestos.

Innovación: Creatividad permanente para cada paquete propuesto y la creación o rediseño de los que ya existen adaptándolos a las perspectivas del adulto mayor permitiendo su plena satisfacción.

Vocación de servicio: Las personas que laboran en las empresas turísticas deberán actuar con veracidad y honestidad al momento de prestar el servicio turístico, demostrando ante todo su profesionalismo y capacidad para ofrecer al turista la excelencia de su trabajo.

4.10 Plan de Acción para la creación de un Producto Turístico Gerontológico.

Tabla 12 Plan de Acción

FINALIDAD DEL PROYECTO	Diversificar la actividad turística a través de la creación y aplicación de un Producto Turístico Gerontológico para el cantón de Santa Elena				
ESTRATEGIAS	INDICADORES	PROGRAMAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PLAZO DE EJECUCIÓN
Diseño de paquetes turísticos dirigidos al turismo gerontológico dentro del cantón Santa Elena	Diseño de productos y paquetes gerontológicos.	Equipamiento turístico	Realización de rutas a través de itinerarios como paquetes turísticos	EMUTURISMO	Corto
Organizar grupos de guías turísticos locales en las zonas destinadas al desarrollo del turismo gerontológico para los respectivos recorridos.		Equipamiento humano y turístico gerontológico	Realizar capacitaciones acerca de guianza y actividades gerontológicas.	Ministerio de turismo/ EMUTURISMO	Mediano
Fomentar la imagen turística gerontológica de Santa Elena	Potencializar la actividad turística	Establecer marca turística	Creación de un logotipo y slogan de del producto turístico gerontológico	EMUTURISMO	Corto
Creación de un club para adultos mayores.	Mantener una base para el producto turístico	Infraestructura turística	Crear una edificación para que los adultos mayores puedan realizar actividades extras luego de realizar las actividades turísticas.	EMUTURISMO	Largo

ESTRATEGIAS	INDICADORES	PROGRAMAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PLAZO DE EJECUCIÓN
Involucrar a los pequeños artesanos en la participación e intercambio cultural con los adultos mayores.	Mejorar las relaciones interculturales.	Equipamiento turístico	Capacitar a los pequeños artesanos en atención al cliente, promover la participación entre el artesano y turista en creación de su producto final.	EMUTURISMO	Corto
Plan de promoción del producto turístico gerontológico.	Receptar mayor afluencia turística.	Promoción/ publicidad	Diseñar dípticos, página de internet, vallas publicitarias para la promoción del producto gerontológico.	EMUTURISMO	Mediano

Fuente: Santa Elena (2014)

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

4.10.1 Estrategia n°1.

DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS DIRIGIDOS AL TURISMO GERONTOLÓGICO DENTRO DEL CANTÓN SANTA ELENA

En esta estrategia se establecerán los paquetes turísticos en los que incluye a los atractivos que permiten el desarrollo de actividades gerontológicas para los recorridos que los turistas adultos mayores podrán elegir según su preferencia. Para esto se crearon tres tipos de paquetes turísticos diferentes a los que se los ha denominado campal, rural y urbano, cada una consta con tres días de recorridos con diferentes rutas que ya están establecidas en itinerarios, dichos recorridos se las realizaran en diferentes destinos del cantón santa Elena.

A continuación la descripción de cada paquete turístico:

Paquete # 1: Campal

Se ha denominado así porque comprende los puntos turísticos de Manglaralto, San José, Olón, Dos Mangas y Libertador Bolívar que son las comunidades que se encuentran en la parte final de la provincia de Santa Elena y que por encontrarse rodeados que la más exuberante vegetación del bosque de la cordillera Chongón-Colonche posee sitios de camping y senderos turísticos para apreciar su flora y fauna.

Paquete #2: Rural

Este paquete incluye a las poblaciones céntrica del cantón esto es desde la comunidad de Valdivia hasta San Pablo, las mismas que son privilegiadas por sus valor cultural y rodeada de extensas playas que hacen de estos lugares un mejor destino.

Paquete #3: Urbano

Se lo ha denominado así por estar ubicado dentro de la zona urbana del cantón Santa Elena su recorrido inicia en la comuna San Pablo hasta la ciudad de Santa Elena y en su contenido prevalece el valor cultural de las estructuras arquitectónicas y arqueológicas.

Diseño del itinerario

Tabla 13 Paquete 1C: Guayaquil – Manglaralto – La Entrada – San José – Olón – Libertador Bolívar – Dos Mangas- Guayaquil

Día 1

- 08:00 - 08:30 Salida desde Guayaquil
- 09:30 - 10:00 Refrigerio (entre tiempo)
- 11:00 - 11:30 Llegada a Manglaralto y ubicación en Hostería Arandú
- 11:30 - 12:00 Recorrido y descanso en las instalaciones.
- 12:00 - 13:00 Almuerzo
- 13:00 - 13:30 Salida a San José
- 13:30 - 15:30 Fangoterapia en San José
- 15:45 - 16:40 Disfrute de un pie o cheesecake en La Entrada
- 17:00 - 18:00 Elaboración de artesanías con papel reciclado en La Entrada
- 18:00 - 18:30 Regreso al hotel
- 18:30 - 19:30 Merienda
- 19:30 – 20:30 Juegos de mesa (opcional) y descanso



Día 2

- 07:00 – 08:00 Desayuno
- 08:20 – 09:30 Animación Turística en Manglaralto o Rafting en el Estero de Manglaralto
- 10:00 – 11:30 Visita al Santuario Blanca Estrella de la Mar
- 12:00 – 13:00 Almuerzo en las cabañas de Olón
- 13:00 – 15:30 Disfrute de la playa de Olón y paseos en caballo en la Comuna Olón (Opcional)
- 15:45 – 16:15 Regreso al hotel
- 16:00 – 18:00 Recorrido y convivencia en la comuna Dos Mangas
- 18: 20 – 19:00 Merienda



Día 3

- 07:00 – 08:00 Desayuno
- 08:30 – 09:00 Salida del hotel
- 09:30 – 10:30 Visita a los artesanos de madera tallada en San Antonio
- 10:30 – 11:30 visita y participación en el proceso de la paja toquilla.
- 11:45 – 13:00 Almuerzo en Libertador Bolívar
- 13:00 - 13:30 Compra de Artesanías en Libertador Bolívar.
- 14:00 – 17:00 Traslado a Guayaquil



Tabla 14 Paquete 2 Rural

Comprende los puntos turísticos de Valdivia, Ayangue, San Pedro, Palmar, Colonche, San Pablo

Día 1

- 08:00 – 80:30 Salida desde Guayaquil
- 09:30 - 10:00 Refrigerio
- 10:30 - 11:00 Llegada y ubicación en Hostería Cumbres de Ayangue
- 11:00 - 12:00 Almuerzo
- 12:00 – 13:00 Visita del Museo (los turistas elegirán)
- 12:00 – 13:00 Descanso
- 13:00 – 14:30 Visita a talleres artesanales de zapatos de Valdivia
- 14:30 – 15:30 Visita a Playa Rosada
- 15:30 - 16:00 Regreso a la hostería
- 16:30 - 17:30 Ejercicios de relajación, masajes y bailoterapias
- 17:30 – 18:00 Regreso al hotel y aseo personal
- 18:30 – 19:30 Merienda



Día 2

- 07:00 – 08:00 Desayuno
- 09:00 – 10:00 Paseo en lancha en Ayangue
- 10:00 – 12:00 Animación Turística en San Pedro
- 12:00 – 13:00 Almuerzo en las cabañas de San Pedro
- 13:30 – 14:30 Recorrido en los Manglares de Palmar
- 14:30 – 17:30 Visita al Santuario Virgen del Fátima
- 17:30 – 18:00 Regreso a la hostería
- 18:00 – 19:00 Merienda
- 19:00 – 21:00 Noche de convivencia e intercambio cultural



Día 3

- 07:00 – 08:00 Desayuno
- 08:00 – 10:00 Horas Libres
- 10:30 - 11:00 Salida del Hotel
- 11:30 – 12:30 Avistamiento de aves
- 12:30 – 13:30 Almuerzo en las cabañas de San Pa'
- 13:30 – 16:30 Traslado a Guayaquil



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Fuente: Emuturismo - 2014

Tabla 15 Paquete 3Urbano

Comprende los puntos turísticos de Santa Elena, Baños de San Vicente, Ancón, Ballenita, San Pablo

Día 1

08:00 - 08:00 Salida desde Guayaquil

09:00 - 10:00 Refrigerio

10:30 - 11:00 Llegada a Ballenita y ubicación en el hotel Farallón Dillón

12:00 - 13:00 Almuerzo

13:00 - 15:00 Visita del Museo Megaterio

15:30 - 18:00 Descanso y horas libres

18:00 - 19:00 Merienda

19:00 - 20:00 Cine dentro del hotel (opcional)



Día 2

07:00 - 08:00 Desayuno

09:00 - 12:00 Visita a Baños de San Vicente (diferentes actividades)

12:00 - 13:00 Almuerzo en las cabañas de Baños de San Vicente

13:30 - 15:00 Visita a las Arquitecturas inglesa de Ancón

15:30 - 16:30 Regreso al hotel

16:30 - 18:00 Tarde Libre

18:00 - 19:00 Merienda

19:00 - 20:00 Juegos de mesa



Día 3

07:00 - 08:00 Desayuno

09:00 - 10:30 Festival de danza y música nacional en el museo Amantes de Sumpa

10:30 - 12:00 Visita al Cerro El Tablazo - animación turística

12:30 - 13:30 Almuerzo en las cabañas de Ballenita

14:30 - 15:30 Regreso al Hotel

15:30 - 18:30 Traslado a Guayaquil



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Fuente: Emuturismo - 20014

DETALLES DE LOS LUGARES TURÍSTICO

Continuación se detalla la información más relevante de los diferentes destinos seleccionados para armar los paquetes y los recorridos, manifestando las diversas actividades que se pueden desarrollar dentro de los sitios recorridos.

Manglaralto

Esta población se encuentra ubicada a 54,4km. del cantón Santa Elena, posee riquezas naturales como su playa, en la que desemboca su estero, el mismo que está rodeada por verdes manglares, además posee 8000 hectáreas de bosque variado en flora y fauna propias de Manglaralto, en sus pobladores se distingue la amabilidad y hospitalidad.

En este sitio se pueden encontrar establecimientos como: hostales, hosterías y hospederías comunitarias donde se brinda servicios de alojamiento y alimentación, cabañas restaurantes frente al mar que ofertan a los turistas gran variedad de platos típicos de las zonas costeras del Ecuador, así como también se realizan pequeños recorridos en sus senderos en la montaña

San José

Esta población situada al norte de la provincia de Santa Elena se caracteriza por poseer una extensa playa, donde se podrán realizar varias actividades de animación turística, además de paseos eco-turísticos por sus senderos montañosos, de esa misma forma se puede disfrutar y relajarse con las terapias a base de lodo volcánico y ser parte de talleres de vinculación artesanal con papel reciclado. Encontramos hospederías comunitarias y se puede degustar de uno de

sus principales platillos como lo es la Parela al Bambú, que es un platillo a base de pescado o mariscos, el mismo que se sirve en un pedazo de caña de bambú, la misma que es cultivada en la zona.

Olón

Este balneario se encuentra ubicado a 60,40 km de la cabecera cantonal de Santa Elena, caracterizada por poseer una extensa playa donde las actividades de ocio, juegos recreativos, ejercicios de relajación, paseos a caballos, caminatas, deportes acuáticos, pesca deportiva entre otras serán parte complementaria de este lugar. Dentro de la comunidad de Olón se pueden encontrar establecimientos que complementan la actividad turística como restaurantes, establecimientos de hospedaje, que garantizaran la pernoctación de los turistas. Además de contar con un bosque donde se puede apreciar la variedad de flora y fauna del lugar. Uno de los atractivos turísticos de mayor relevancia de la comuna de Olón es el santuario denominado “Blanca Estrella de la Mar” atractivo que es reconocido a nivel local y nacional e internacional por los fieles católicos.

Dos Mangas

Se encuentra en el cantón de Santa Elena, a unos 7km de la población de Manglaralto, es una pequeña población que la vida del campo, la ganadería y la vegetación son principales recursos para subsistir, donde sus habitantes aprovechan al máximo sus recursos naturales que poseen como el bosque seco tropical y de garua donde existen gran diversidad de flora y fauna, dentro de este sitio se realizan actividades como el ecoturismo, actividades campestres, realizar caminatas en el bosque, paseos a caballo, además de ver y ser partícipes en la elaboración de artesanías con productos característicos de esta zona que es la tagua y la paja toquilla.

Libertador Bolívar

Dentro de este destino los turistas pueden encontrar varias cabañas y restaurantes donde podrán degustar de infinidad de platos típicos de la zona hechos en base de maíz, este lugar se caracteriza por la venta y comercialización de artesanías elaboradas con materiales del sitio. Posee una extensa playa donde los turistas podrán realizar diversas actividades o de relajación como: ejercicios de estiramiento, juegos deportivos, ejercicios dentro del mar, entre otros.

Valdivia

Esta población llamada así porque en sus tierras se han encontrado vestigios de la Cultura Valdivia, la mayoría de sus habitantes se caracterizan por ser artesanos en calzado de damas y niñas, cabe mencionar que uno de sus principales atractivos turísticos de esta comuna es el museo en donde reposan hallazgos arqueológicos encontrados en distintos lugares de la localidad. El acuario es otro de sus atractivos donde podrán encontrar variedad de especies marinas propias de la zona o de otros lugares que fueron llevados por distintas circunstancias.

Ayangué

Es el destino más visitado por los turistas nacionales y extranjeros, en este lugar los turistas pueden realizar diversas actividades acuáticas como paseos en lanchas, recorridos turísticos en yates al islote del pelado y playa rosada denominada, prácticas de buceo en el islote del pelado donde los turistas pueden apreciar la imagen de Cristo sumergida al fondo del mar, encontramos también establecimientos turísticos de alojamiento tanto rústicos como modernos y restaurantes a lo largo de la playa, las artesanías que encontramos en este lugar están hechas con de conchas,

San Pedro

Posee una extensa playa esta localidad se caracteriza por ser un pueblo de pescadores, donde la pesca artesanal hace que muchos de los habitantes tengan sus alimentos diarios y puedan subsistir. En este sitio también se pueden desarrollar actividades deportivas, realizaran ejercicios de estiramientos, pesca deportiva entre otras, en cuanto a platos típicos se destaca el ceviche de pinchagua. Desde este lugar y por la cercanía al islote el Pelado se realizan visitas y paseos en botes realizando la actividad de bucear, cuenta también con un mirador aparte de apreciar la belleza acuática que la península posee se puede practicar deporte como el parapente que actualmente es una de las actividades que los turistas suelen realizar cada vez que visitan este destino.

Palmar

La población de Palmar tiene atractivos naturales como culturales; sus playas pasivas son la atracción de turistas nacionales e internacionales, mientras que uno de los principales atractivos es el santuario virgen del Fátima reconocido por pertenecer a la ruta de las iglesias de esta provincia Santa Elena, el mismo que atrae la atención de muchas personas por su ubicación ya que desde allí se puede apreciar la bella naturaleza de esta localidad, por otra parte la vegetación cubre el estero rodeado de verdes manglares, en el estero los visitantes realizan paseos en botes y disfrutar del ecosistema que ahí se encuentra, tanto como del avistamiento de un sinnúmero de aves.

Colonche

Es un poblado que se caracteriza por sus bellezas arquitectónicas como lo son sus iglesias hechas en adobe, bálsamo y laurel la misma que forma parte de la ya

conocida Rutas de las Iglesias, siendo “Santa Catalina de Colonche” la más visitada, de igual forma sus fiestas patronales llaman mucho la atención de propios y extraños que año a año se dan cita en este lugar muy popular, así mismo sus senderos ecológicos atraen por su flora y fauna.

San Pablo

Este atractivo turístico es uno de los sitios más visitados y sitio estratégico de promoción turística del cantón Santa Elena, gracias a su extensa playa se realizan actividades y eventos deportivos en diferentes épocas del año, siendo la pesca artesanal una de sus atracciones, debido a que el proceso de recolección de mariscos llama la atención de quienes visitan este lugar y estos pueden ser partícipes en esta actividad aportando con su fuerza para jalar las redes donde en el vienen variedad de mariscos que posteriormente serán puesto a la venta al público en general. Otra de sus atracciones es la gastronomía típica de la costa donde muchos de los dueños de los establecimientos de alimentación demuestran sus dotes gastronómicas para elaborar platillos típicos de la zona, nacionales e internacionales.

Santa Elena

Es la ciudad principal de este cantón, sus atractivos son de mucho valor cultural siendo el principal el Museo amantes de Sumpa, donde podrán conocer un poco de la historia de la península y los vestigios encontrados allí. Otros de sus importantes atractivos es el parque central y su plazoleta en donde se llevan a cabo varios eventos durante el año, así como también el Cerro el Tablazo el mismo que tiene áreas verdes y juegos recreativos para niños, desde este lugar se

puede apreciar una hermosa vista de la ciudad. En ella encontramos hoteles, restaurantes y diferentes centros de distracción nocturna que dan vida a la ciudad.

Ballenita

Por estar ubicado cerca de la cabecera cantonal posee un clima cálido característico en la zona y en sus playas podrán realizar infinidad de actividades, la artesanía y la pesca es representativa de Ballenita. Además es ideal para quienes gusten de la práctica del surf y el buceo, otro sitios de interés turístico es el museo náutico Farallón Dillon que ofrece servicio de restaurante, museo, club nocturno y alojamiento, este se ubica en lo alto de un risco desde donde se puede divisar el mar, su la iglesia nuestra señora de las Nubes que se caracteriza por estar cubierta en su totalidad de conchas.

Ancón

Reconocida por ser la primera población donde se hicieron los primeros campos petrolíferos del país. Su principal atracción es arquitectura inglesa que se ve reflejada en sus casa más antiguas y en su iglesia, la misma que es muy visitada por su alto valor religioso, además posee el mirador Acapulco, el acantilado y playa con formas rocosas, el Sendero de los Tintines, el antiguo Country Club, el árbol del tintín y el aviturismo conocido turísticamente como el Paseo de los Nidos y esta opción ofrece oferta realizar actividad del camping.

Baños de San Vicente

Es uno de los sitios más concurridos por los turistas adultos mayores que visitan la provincia esto se debe porque posee piscinas con aguas curativas, dolencias musculares y regeneradores de organismo, sitio reconocido a nivel nacional e internacional, entro de los tratamientos naturales que los adultos mayores pueden realizar es la Fangoterapia, que consta de un barro volcánico medicinal al aire libre y los turistas podrán aplicársela donde ellos crean conveniente, otra de las actividades que podrán realizar es la hidroterapia, masajes relajantes, entre otros.

Tabla 16 Inventario general de atractivos para el producto turístico gerontológico:

NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEGORIA: TIPO Y SUBTIPO	DESCRIPCION DEL ATRACTIVO	SEÑALIZACION DE ACCESOS	EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS ADICIONALES	OBSERVACION
Playa de Manglaralto	Parroquia Manglaralto	Sitio natural: Costa	Playa extensa donde se practican diferentes tipos de deportes y actividades turísticas.	Si existen	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Sitio muy cálido, sin embargo se deberían mejorar su promoción turística.
Fangoterapia	Comuna San José	Sitio natural: Termas	Sitio para el relax de los visitantes que se exponen a masajes corporales con lodo volcánico.	No existe la señalización adecuada	Hospederías comunitarias y comedores	Mejor la atención y el servicio, adecuación del lugar.
Dulcería: Elaboración de cheesecake	La Entrada	Folclore: Comidas y bebidas típicas	Se elaboran diferentes tipos de dulces propios de la zona e internacionales este lugar es muy visitado.	Si existe	Hospederías comunitarias y comedores	Adecuación del lugar.
Tienda de artesanías de papel reciclado.	La Entrada	Folclore: Artesanías	Elaboración de diferentes productos hechos a base de papel reciclado como portarretratos.	No existe la señalización adecuada	Hospederías comunitarias y comedores	Implementación de herramientas de trabajo.
Santuario Blanca Estrella de la Mar	Entre la poblaciones de Montañita y	Folclore: Manifestaciones Religiosas	Está situado en un acantilado y posee un alto grado de valor	Poca señalización	Hospederías comunitarias, hoteles, cabañas	Se debe brindar mayor información

	Olón		religioso y llama la atención la forma que posee.		y comedores	acerca del cuidado y seguridad
Estero Manglaralto	Manglaralto	Sitio Natural: Lagos, lagunas y esteros	Encontramos diferentes tipos de aves y crustáceos	Si existe	Hospederías comunitarias, hoteles, cabañas y comedores	En proceso de conservación.
Playas de Olón	Olón	Sitio natural: Costa	Playa extensa donde se practican diferentes tipos de deportes y actividades turísticas.	Si existen	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Sitio muy cálido, sin embargo se deberían mejorar su promoción turística.
Comuna Dos Mangas	Dos Mangas	Sitio Natural: Observación de flora y fauna	Tiene flora y fauna únicas del sector y diferentes vivencias	Si existe	Hospederías comunitarias, hoteles, cabañas y comedores	Se debe trabajar aún más en el trato con los turistas
Tallados y esculturas de madera	San Antonio	Folclore: Artesanías	Aquí encontramos a profesionales en la escultura de madera que lo hacen manualmente dando un verdadero valor a las piezas	No existe	Faltan lugares que estén mejor adecuados para la permanencia del turista	Mayor promoción turística
Productos con paja toquilla	Libertador Bolívar	Folclore: Artesanías	Proceso de secado y coloración de la paja toquilla para la realización de artesanías	No existe	Hospederías comunitarias, hoteles, cabañas y comedores	Implementación de lugares adecuados para el proceso
Artesanías de Libertador Bolívar	Libertador Bolívar	Folclore: Artesanías	Realización de diferente tipos de artesanías hechas	Poca señalización	Hospederías comunitarias, hoteles, cabañas	Implementación de lugares adecuados y herramientas para

			en tagua conchas y otros		y comedores	el proceso de elaboración de artesanías
Museo Valdivia	Valdivia	Sitios Culturales: Museos	Posee un alto grado de valor cultural por los vestigios hallados	Si existe	Pocos lugares de servicios turísticos	Adecuación del sitio ya que no se ve un debido mantenimiento
Talleres artesanales de calzado	Valdivia	Folclore: Artesanías	Se puede observar la elaboración manual del calzado femenino.	Poca señalización	Pocos lugares de servicios turísticos	Adecuación de los talleres de elaboración del calzado y promoción de la actividad
Playa Rosada	Pueblo Nuevo	Sitio natural: Costa	Playa que caracteriza por la vistosidad de su arena que de color rosa	No existen	Pocos lugares de servicios turísticos	Sitio muy cálido, sin embargo se deberían mejorar su promoción adecuación turística.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEGORIA: TIPO Y SUBTIPO	DESCRIPCION DEL ATRACTIVO	SEÑALIZACION DE ACCESOS	EQUIPAMIENT O Y SERVICIOS ADICIONALES	OBSERVACION
Islote el Pelado	Ayangue	Sitio natural: Reserva Faunística	Islote en el que a través de paseos en lancha se pueden divisar diferentes tipos de aves y debajo de él especies marinas, y practicar el buceo.	Si existen	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Sitio muy cálido, sin embargo se deberían mejorar su promoción turística.
Playas de San Pedro	San Pedro	Sitio natural: Costa	Playa extensa donde se practican diferentes tipos de deportes y actividades turísticas.	Si existen	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Sitio muy cálido, sin embargo se deberían mejorar su promoción turística.
Santuario Virgen de Fátima	Palmar	Folclore: Manifestaciones Religiosas	Está situado sobre una montaña y posee un alto grado de valor religioso.	Si existe	Hospederías comunitarias, hoteles, cabañas y comedores	Se debe brindar mayor información acerca de la ubicación del sitio.
Estero de Palmar	Palmar	Sitio Natural: Lagos, lagunas y esteros	En este sitio se puede realizar kayak, observar la vegetación y muchas aves.	Si existe	En el pueblo encontramos hospederías comunitarias, hoteles, cabañas y comedores	Sitio muy cálido, sin embargo se deberían mejorar su promoción turística.
Manglares de Palmar	Palmar	Sitio Natural: Lagos, lagunas y esteros	Encontramos diferentes tipos de vegetación, aves y	Si existe	Hospederías comunitarias, hoteles, cabañas	Habitantes involucrados con el cuidado del

			crustáceos		y comedores	manglar.
Avistamiento de aves	Piscinas de Ecuasal, San Pablo	Sitio Natural: Lugar de observación de flora y fauna	Piscinas salineras en donde se puede apreciar a diferentes tipos de aves.	No existe	No hay este servicio	Definir sederos de visita para la integridad del turista.
Playas de Ballenita	Ballenita	Sitio natural: Costa	Playa extensa donde se practican diferentes tipos de deportes y actividades turísticas.	Si existen	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Sitio muy cálido, sin embargo se deberían mejorar su promoción turística.
Playas de Olón	Olón	Sitio natural: Costa	Playa extensa donde se practican diferentes tipos de deportes y actividades turísticas.	Si existen	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Sitio muy cálido, sin embargo se deberían mejorar su promoción turística.
Museo Farallón Dillón	Ballenita	Sitios Culturales: Museos	Posee un alto grado de valor cultural.	Si existe	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Aunque existe la señalización, esta debería ser mejorada para una mejor accesibilidad al sitio.
Museo Megaterio	Santa Elena	Sitios Culturales: Museos	Posee un alto grado de valor cultural por las osamentas que en él se exhiben.	Si existe	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Buena estructura, debe existir estrategias de promoción turística
Museo Amantes de Sumpa	Santa Elena	Sitios Culturales: Museos	Posee un alto grado de valor cultural	Si existe	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Buena estructura, debe existir estrategias de promoción turística

Baños Termales San Vicente	San Vicente	Sitio natural: Termas	En este lugar se realizan baños de vapor, lodo y masajes corporales.	Poca señalización	Pocos lugares de Hospederías, hoteles, cabañas y comedores	Deterioro del atractivo, establecer alianzas con el ente encargado para su mejoramiento.
Arquitectura inglesa de Ancón	Valdivia	Sitios Culturales: Obras de arte y técnicas	Se distingue por la elaboración de sus vivienda que son únicas en la península	Poca señalización	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Preparación del personal de guianza
Mirador turístico cerro El Tablazo	Santa Elena	Sitio natural: Montañas	Se puede observar la en este lugar se tiene una vista muy linda de toda la ciudad.	Si existe	Hoteles, restaurantes, cabañas y hospederías comunitarias	Promover siempre la conservación del atractivo, desarrollar las actividades turísticas.

Información: Obtenida del proceso de investigación

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

4.10.2 Estrategia N° 2

ORGANIZAR GRUPOS DE GUÍAS TURÍSTICOS LOCALES EN LAS ZONAS DESTINADAS AL DESARROLLO DEL TURISMO GERONTOLÓGICO PARA LOS RESPECTIVOS RECORRIDOS

Con esta estrategia se pretende tener al personal idóneo para la realización de la guianza, los mismos que serán capacitados en diferentes áreas incluyendo la gerontológica, siendo guías nativos que conocen bien los lugares de interés turísticos y los servicios que giran alrededor de ellos será mucha más fácil el traslado de un sitio a otro, los encargados de este proyecto pretenden seleccionar según el perfil que se presenta a continuación a las personas que formaran parte de este proyecto.

Requisitos:

- Ser mayores de 18 años.
- Educación secundaria o superior.
- Conocimiento del idioma inglés.
- Tener facilidad de palabra.
- Disponibilidad de tiempo.
- Conocer los atractivos de la zona.

Capacitaciones para guías

A partir de la selección de personas que serán parte del proyecto, luego de haber realizado las gestiones correspondientes, estas se llevaran a cabo de seis meses, las capacitaciones se darán tipo módulos, con actividades teórico – práctico.

Los temas a tratar son:

- Calidad en el servicio turístico.
- Actividades de recreación
- Guianza turística
- Presentación ante el cliente
- Protocolo y etiqueta
- Servicio personalizado
- Curso de inglés básico

Entre otros temas que saldrán a medida que avance la programación, también se les entregará kit de estudios el mismo que contiene una pequeña libreta, afiches de los temas a tratar, esferos una gorra y camiseta, y al finalizar las capacitaciones se les entregará un certificado por su participación el mismo que será avalado y gestionado por el MINTUR.

Dentro de los talleres los participantes realizarán diferentes actividades como evaluaciones de lo aprendido, al igual que realizarán prácticas vivenciales en sitios turísticos concurridos.

Perfil del capacitador

Las personas que impartirán los talleres o módulos son profesionales en el área de administración de empresas, relaciones humanas o psicólogos. Estas personas serán parte del equipo de trabajo con gestiones de organizaciones tanto públicas como privada, y además deben presentar el siguiente perfil:

- Debe tener facilidad de palabra
- Ser activos
- Mantener el manejo de grupos
- Cumplir con horarios establecidos
- Facilidad de enseñanza
- Carismático y dinámico
- Edad entre los 25 y 45 años

4.10.3 Estrategia n° 3

FOMENTAR LA IMAGEN TURÍSTICA GERONTOLÓGICA DE SANTA ELENA

Dentro de la realización de este proyecto se creyó conveniente aplicar estrategias que ayuden a llegar a los turistas con una imagen visual que les represente y cause expectativa para que estos puedan adquirir el producto o servicio, por lo cual se tomó en cuenta el diseño de una marca ayude a identificar nuestro producto tanto a nivel local, nacional e internacional, así mismo se promueve un slogan con el que se definirá al producto turístico y a su vez encierra en significado del proyecto, el logotipo y slogan se muestran a continuación.

LOGOTIPO

Gráficos 25 Logotipo



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Descripción del Logotipo

En este logotipo que se ha creado con el propósito de implantarlo como una marca reconocida en nuestro país y fuera de él, a continuación detallaremos cada uno de los elementos que lo conforman y el significado que cada uno de ellos tiene dentro del logotipo.

- El fondo es de color blanco el mismo que representa la pureza, la sencillez y la humildad que refleja una persona de la tercera edad.



- Las hojas de color verde representan la exuberante vegetación por la está rodeada la zona norte del cantón Santa Elena y los senderos turísticos donde se puede apreciar todo tipo de flora y fauna.



- El dibujo del sol, es la representación del calor, no solo el que nos brinda el astro sol, sino también el ambiente acogedor que brinda cada uno de los habitantes del cantón Santa Elena a los turistas y visitantes de este lugar.



- La vasija de barro que encontramos en este logotipo representa a las cerámicas encontradas como vestigios en todo el cantón y son la atracción de turistas principalmente extranjeros.



- La estatuilla de la Venus Valdivia es la representación cultural del cantón y habla de los asentamientos ancestrales de nuestras tierras y nuestras raíces, haciéndola llamativa para el turista de la tercera edad.



- El pequeño riachuelo que brota de las hojas, representa las aguas de los ríos y pequeños estanques que se forman a raíz de las cascadas que se encuentran en la zona de los bosques húmedos tropicales.



- Esta pareja de adultos mayores que está en el centro del sol representa a la gente nativa del cantón Santa Elena la misma que está dispuesta a recibir a cualquier tipo de turista, en especial al de la tercera edad, y así realizar cambios culturales que fortalezcan lazos de amistad.



- El agua que se ve en la parte inferior del logotipo representan las al Océano Pacífico que baña a todo el perfil costanero del cantón Santa Elena y sus extensas playas.



- Esta otra pareja de adulto mayores que camina sobre las aguas que representan nuestras playas, son aquellos futuros turistas, los visitaran y harán de Santa Elena su segundo hogar



Detalles del nombre y el slogan

Nombre

The text 'AÑOS EN PLENITUD' is presented as a Word Art graphic. The letters are blue with a green-to-yellow gradient shadow behind them. The text is arranged in a slight upward curve.

Este nombre se creó haciendo referencia a que cada año en una persona debe ser vivido al máximo, gozando de sus seres queridos, de sus amistades, de los logros laborales y de estudios y cada cosa propuesta que hemos llegado a cumplir con éxitos en la vida. Al plantear la idea y hacerla parte del logotipo es escrita en Word Art con letra Calibri, tamaño 36 y en colores azul con sombreado verde y forma arco hacia arriba.

Slogan

“Viajando revive la experiencia de tus

El propósito de este slogan es el de animar a los adulto mayores a realizar viajes que le permitan una vez más sentirse activos en toda área de su vida, al mismo tiempo se pretende llegar a ellos como si se les hiciera una invitación a este destino, el cual no querrán perderse de visitar. El slogan ha sido escrito en Word Art con tipo de letra Calibri, tamaño 22 y de color mostaza degradado y en forma horizontal.

4.10.4 Estrategia n° 4

CREACIÓN DE UN CLUB PARA ADULTOS MAYORES.

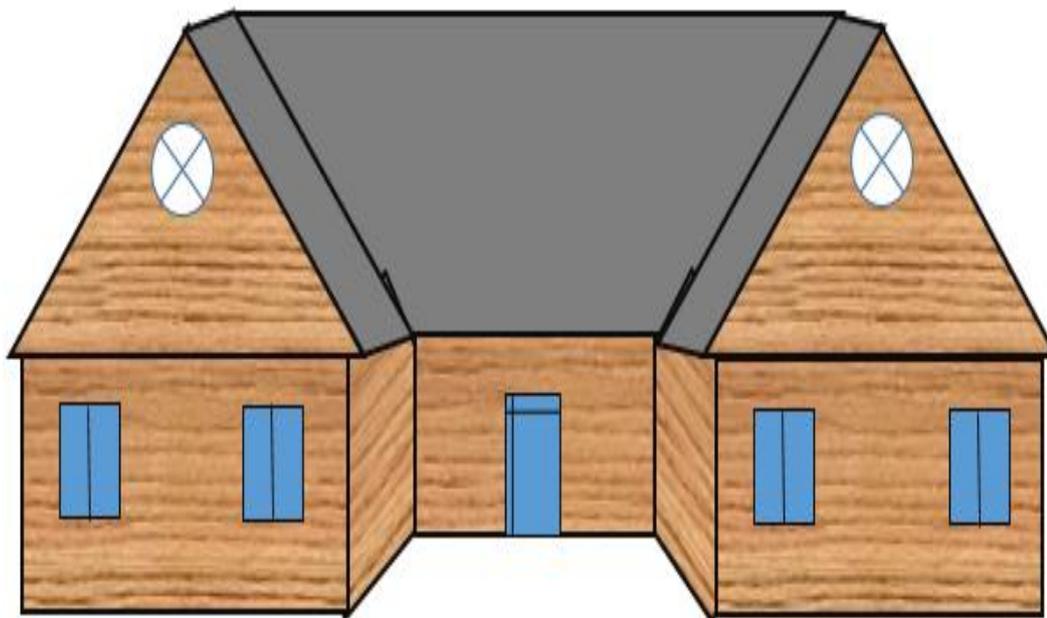
Es una de las actividades que se pretende desarrollar a largo plazo con el propósito de que los turistas adultos mayores tengan un espacio donde reunirse y conocer a más personas que tengan edades similares y que hayan recibido el servicio turístico que se les está ofreciendo, como son los paquetes turísticos, al mismo tiempo que se establecerán gestiones con entidades públicas y privadas, una de las instituciones a la que se le propondría este proyecto es al EMUTURISMO que a su vez hará gestiones con el municipio de Santa Elena con posibles financiamientos y con la donación de tierras para su construcción.

Además se pretende solventar el club a través del dinero que se obtenga con la inscripción de los socios y las mensualidades mínimas que estos aporten para seguir en la agrupación. El lugar estará implementado de varios servicios como: salas para diferentes tipos de actividades, adecuaciones con juegos de mesas y didáctico, taller de pintura y manualidades, entre otros.

La infraestructura será diseñada y creada de una construcción mixta con madera y concreto, el terreno que se está poniendo como referencia y por su ubicación que es privilegiada es en el Cerro el Tablazo (sin embargo esto esta sujetos a cambios), las medidas estimada del terreno para la construcción de la casa club son 10 x 25metros cuadrados. Por obvias razones la casa club llevara el mismo nombren y logotipo del producto turístico.

Casa club “Años en Plenitud”

Gráficos 26 Casa club “Años en Plenitud”



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

La casa club de adultos mayores, en su mayoría estaría construida de forma rústica que es un aspecto que les gusta a las personas de la tercera edad, sin embargo su base y algunas divisiones internas son de cemento, en su interior se encuentran ocho habitaciones para diferentes usos, el techado es de eternit.

La madera de la fachada será laqueada para realzar su vistosidad, mientras que en la parte frontal se pondrán cuatro grandes ventanales para que haya un ingreso fuerte de luz natural, también se encontraran áreas verdes y de recreación.

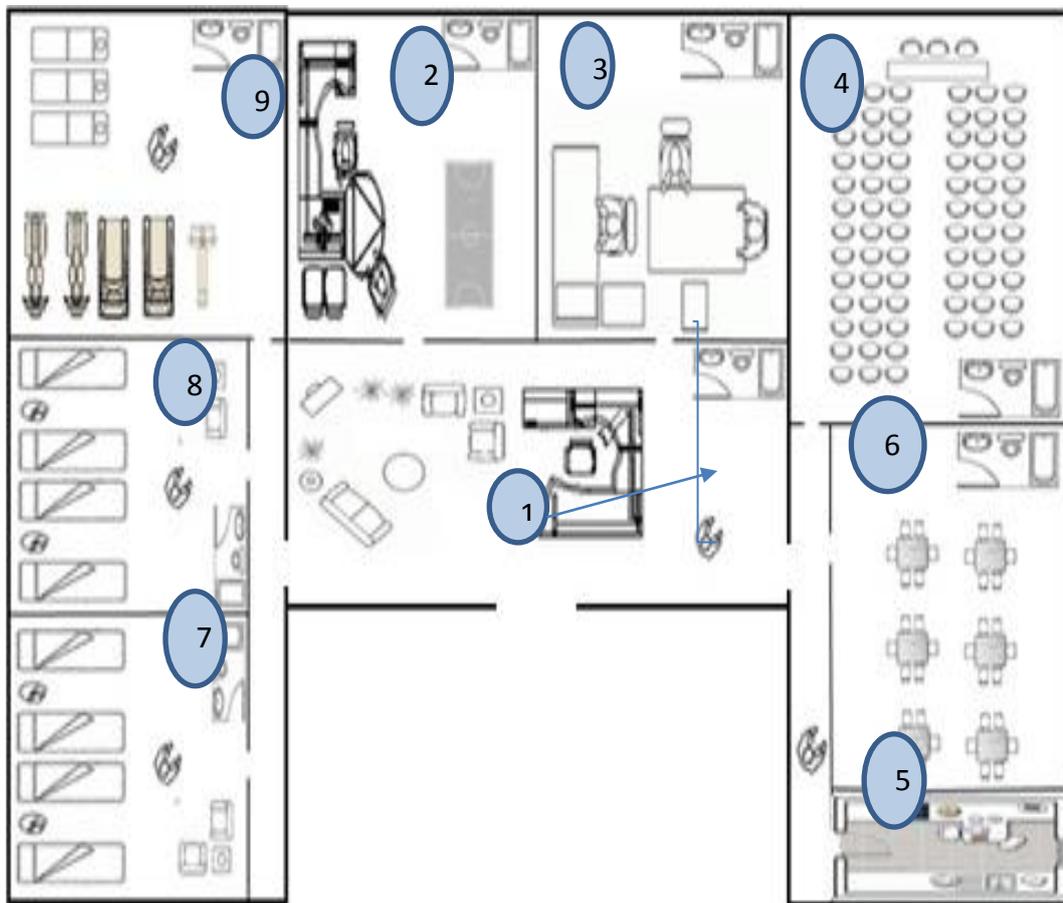
En este lugar podrán hospedarse hasta setenta y dos y ocho horas máximas y sin familiares, (solo en caso que sea una pareja).

Diseño Interno de la casa club de adultos mayores

La maqueta de la casa club “Años en plenitud” muestra la parte interna de la casa y las diferentes salas los servicios que en ellas se brinda.

Diseño de la Casa club “Años en plenitud”

Gráficos 27 Diseño del club “Años en plenitud”



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Descripción de del diseño de la casa club

Consta de ocho habitaciones que se detallan a continuación de acuerdo al número que tiene en la maqueta:

- 1) Sala de espera o recepción.- en esta área se recibe a los adultos mayores y se receptan inscripciones, en este mismo sector se encuentra una subdivisión la que se la ha designado para la enfermería en caso de haber alguna emergencia.
- 2) Sala de juegos.- en esta sala se encuentra varios juegos de mesa que son de distracción de adulto mayor.
- 3) Sala de artes y manualidades.- en esta habitación se realizaran talleres de arte, música y manualidades.
- 4) Sala de conferencia.- aquí se realizaran varios eventos y festivales así como convivencia y fiestas entre los afiliados.
- 5) Sala de cocina.- en este lugar se prepara los alimentos para los afiliados, así como bebidas y aperitivos de fiestas y reuniones.
- 6) Sala comedor.- en este sitio se servirán y degustaran de loa alimentos que se les ha preparado.
- 7) Habitaciones de hombres.- cuentan con diez camas, en donde podrán reposar los afiliados después de cualquier actividad.
- 8) Habitaciones de mujeres.- también está equipada con diez camas, de igual manera podrán descansar después de los eventos que se programen.
- 9) Sala de deportes y relajación.- aquí encontraremos un pequeño gimnasio con actividades de ejercicios físicos leves, Bailoterapias, y un espacio para masajes corporales.

4.10.5 Estrategia n° 5

INVOLUCRAR A LOS PEQUEÑOS ARTESANOS EN LA PARTICIPACIÓN E INTERCAMBIO CULTURAL CON LOS ADULTOS MAYORES.

Con esta estrategia lo que se pretende es involucrar a los artesanos del cantón Santa Elena para realizar actividades como talleres de creación de artesanías hechas con materiales de la zona como el zapan, tagua, balsa, caña guadua, paja toquilla, conchas y con papel reciclado.

De esta forma el turista adulto mayor no solo será un visitante más sino que se sentirá parte de las asociaciones artesanales, y sobre todo desarrollara destrezas que a lo mejor no sabía que el los tenia y tal vez de allí en adelante pueda desarrollar independientemente cualquiera de estas actividades.

Para realizar lo ya expuesto se escogerá previamente a los artesanos que deseen participar y ser parte de este proyecto, demostrando su profesionalismo, también su disposición y anhelo de trabajar con adultos mayores, por otra parte se les dará charlas y capacitaciones para que puedan expresar y compartir de mejor forma sus conocimientos, técnicas de elaboración de productos, manejo y utilización de utensilios a los turistas ya que ellos serán partícipes en el proceso de elaboración de los diferentes productos que ellos elaboran y de esta manera dar una nueva experiencia en sus vidas.

Las capacitaciones que se darán a los artesanos serán constante, al mismo tiempo que se gestionara con empresas para que puedan dotar de herramientas y utensilios que son necesarias para llevar a cabo lo planteado. En las siguientes páginas se muestran imágenes de los trabajos que realizan los artesanos y el proceso de creación de sus obras y la forma de enseñanza para el adulto mayor.

Las capacitaciones que se pretenden brindar a los artesanos serán las siguientes:

Capacitación N°1: Formas de impartir conocimientos y atención al cliente

Es importante enseñarles a los artesanos formas básicas de impartir sus conocimientos y habilidades para la elaboración de sus artesanías, que además debe estar ligada a la buena atención, ya que nunca está de más la cortesía, amabilidad, respeto y en este caso paciencia.

Capacitación N°2: Formas o usos de materiales y utensilios.

Estas capacitaciones se dividirán en grupos dependiendo de las actividades que los artesanos realizan, con el propósito de capacitar e instruir en nuevas técnicas de elaboración de sus productos, lo que permitan presentar y exhibir trabajos de calidad, se capacitarán en áreas como nombres correctos de los materiales, las técnicas de utilizar equipos o utensilios, para que al momento de ellos asistir con sus conocimientos y lo aprendido a los adultos mayores estos no tengan dificultades.

Capacitación No 3 Nuevas técnicas de elaboración e innovación de productos

Aunque el propósito de las capacitaciones es que los artesanos impartan sus conocimientos, también es el anhelo de ellos pueda mejorar la calidad de sus productos e innovarlos, por tal razón se ha tomado este tema en la que ellos aprenderán a mejorar sus productos.

Perfil del capacitador

- Profesional en el área de Administrador de Empresa o Recursos Humanos y artesanos especializados del MIES o la Asociación de Artesanales del Ecuador.

- Edad de 25 a 45 años
- Manejo de grupo
- Facilidad de palabras
- Carismático
- Capacidad de interrelación
- Puntualidad y responsabilidad

Además se realizaran gestiones para obtener financiamiento que permita adecuar los lugares en donde se valla a desarrollar las actividades artesanales con los adultos mayores, a continuación se muestran los lugares, materiales y procesos artesanales en las que estarán involucrados los turistas de las tercera edad.

Fotografías de lugares, materiales y trabajos de los artesanos.

Gráficos 28 Artesanías de paja toquilla



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay
Fotografías realizadas por: Luis Sánchez

Gráficos 29 Esculturas de madera



Información: Artesanos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay
Fotografías realizadas por: Luis Sánchez

Gráficos 30 Pan artesanal



Información: Artesanos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay
Fotografías realizadas por: Luis Sánchez

Gráficos 31 Artesanía concha y tagua



Información: Artesanos del cantón Santa Elena
Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay
Fotografías realizadas por: Luis Sánchez S.

4.10.6 Estrategia n°6

PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO

Para la promoción y difusión del producto gerontológico se diseñaran varias presentaciones publicitarias a continuación se muestran las que vamos a usar para la presentación del mismo:

Dípticos

En ellos se presenta de manera gráfica y textual los distintos paquetes turísticos que se ofrecerán a los adultos mayores, se pretende imprimir 2000 ejemplares que serán distribuidos a lo largo de la cantón, provincia, y a las ciudades más cercanas, a través de medios de transporte interprovincial, agencias de viajes, centros comerciales, entre otros lugares que los turistas suelen concurrir y puedan conocer del producto.

Parte frontal izquierda



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Parte frontal derecha



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Parte interior izquierda

VIAJANDO REVIVE LA EXPERIENCIA DE TUS AÑOS

PAQUETES TURÍSTICOS:

PAQUETE CAMPAL



PAQUETE RURAL



PAQUETE URBANO



Te ofrecemos paquetes especializados en adultos mayores, con servicios adicionales y descuentos por grupos mayores a 9 personas

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Parte interior derecha

ACTIVIDADES Y SERVICIOS

ACTIVIDADES

- > ACTIVIDADES FÍSICAS
- > JUEGOS LÚDICOS
- > DEPORTES
- > JUEGOS DE MESA
- > BAILOTERAPIA
- > FIESTAS RECREATIVAS
- > FESTIVALES
- > OTROS



SERVICIOS

- > MÉDICOS
- > ALIMENTICIOS
- > TRANSPORTE
- > OTROS



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Página web

Se tomó encuesta el diseño de una página web donde los turistas adultos mayores podrán informarse acerca de los diferentes paquetes que se promocionan, de todas las actividades que se pueden desarrollar en los recorridos, las distintas rutas programadas, y a su vez inscribirse para ser partes del club de adultos mayores que se promociona dentro del producto turístico elaborado.

Diseño de página web



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

Valla Publicitaria

Otra de las estrategias a realizarse para la promoción de los distintos paquetes que se promueven a través del producto turístico es la valla publicitaria la misma que contiene la siguiente información: de fondo la extensa playa de Olón, el logotipo creado para la identificación del producto turístico, así como también se puede observar a una pareja de esposos adultos mayores sentados disfrutando del paisaje y la naturaleza, el correo electrónico, números de contactos para la reservación o para la solicitud de información de los paquetes y promociones. Las medidas de esta valla son de 4 metros de largo por 2 metros de ancho elaborado con lona y estructura mixta, base de concreto y de tubo acero de 3 metros de largo, a continuación se muestran las imágenes de la publicidad propuesta.

Diseño de la valla publicitaria



Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DEL PROYECTO: PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA																		
ESTRATEGIAS	ACCIONES	2015				2016				2017				RESPONSABLE	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO	PRIORIDAD	PLAZO
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Creación de paquetes gerontológicas dentro del cantón Santa Elena	Aplicación de 3 paquetes turísticos llamadas campal, rural, urbano													EMUTURISMO	\$ 200,00	Propia	Alta	Corto
Capacitaciones a guías para el recorrido y actividades gerontológicas	Capacitaciones en guianza, atención al cliente													EMUTURISMO	\$ 3700,00	Propia	Alta	Mediano
Crear un plan de promoción del producto turístico	Diseño de dípticos valla publicitaria y pagina web													EMUTURISMO	\$2500,00	Propia	Alta	Mediano
Creación de un club para adultos mayores	Ejecución del club “Años en plenitud”													EMUTURISMO	\$120.000,00	Propia	Media	Largo
Fomentar la imagen turística gerontológica de Santa Elena a través de isologo y slogan	Creación del isologo y slogan													EMUTURISMO	\$300,00	Propia	Alta	Corto
Involucrar a los pequeños artesanos en la participación e intercambio cultural con los adultos mayores.	Capacitaciones y charlas a pequeños artesanos que se encuentran en el cantón de Santa Elena.													EMUTURISMO	\$3000,00	Propia	Media	Mediana
TOTAL															\$129.700,00			

Realizado por: Viviana Borbor Gonzabay

CONCLUSIONES

- El turismo como tal ha causado y seguirá causando cambios que ayudan en ámbitos socioculturales, sin embargo el turismo que es aplicado a la gerontología no se ha explotado como tal, por el poco conocimiento de sus beneficios, que al decir de especialistas en el área gerontológica beneficia mucho a estas personas, pero más al área turística.
- En el cantón Santa Elena se encuentran atractivos naturales y culturales que ofrecen el poder desarrollar en su área geográfica el turismo gerontológico, y el poder realizar y ofertar productos, paquetes y rutas orientadas bajo un perfil del turista adulto mayor.
- Los recursos turísticos con los que cuenta el cantón Santa Elena no es suficiente para el desarrollo del turismo gerontológico, pues en su mayoría no están totalmente equipados en infraestructura, accesibilidad y equipo humano especializado para el adulto mayor e incluso dependerá mucho de la conservación y el cuidado de los atractivos.
- La información que obtengan tanto turista estudiantes y especialistas será de gran ayuda para su fortalecimiento personal y profesional, sin embargo al momento el cantón no cuenta información turística de su área actualizada, la falta de un inventario de atractivos, de trípticos, volantes, dípticos, en donde se proporcione información de los lugares referentes a visitar, como accesibilidad, mapas, lugares de hospedaje y alimentación serán de gran ayuda para el turista sobre todo para el adulto mayor.
- La mayoría de los prestadores de servicio turístico no incluye planes y proyectos en sus establecimientos para el adulto mayor, siendo para ellos una desventaja ya que a este tipo de turistas la ley los ampara con descuentos en sus tarifas.
- El turista adulto mayor es parte importante para el desarrollo y diversidad del turismo, por lo tanto es necesario diseñar y ejecutar planes y proyectos exclusivamente para ellos, como el que se propone en esta investigación.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar el turismo gerontológico como alternativa de diversificación para el cantón Santa Elena, tomando como referencia que el adulto mayor es un segmento de mercado potencial.
- Aprovechar gerontológicamente los recursos turísticos que se encuentran en el cantón promocionándolos para tener una mayor afluencia en ellos.
- Dar el debido cuidado y mantenimiento a los lugares turísticos para su mayor conservación y sustentabilidad, equipándolos de tal manera que brinden el mejor servicio no solo para el adulto mayor sino también para otros grupos de turistas.
- Los entes competentes como Ministerio de turismo y EMUTURISMO deberán actualizar información sobre los lugares turísticos ya que es de mucha importancia para el turista o visitante.
- Gestionar de manera conjunta con los empresarios turísticos y entidades gubernamentales involucrados con el turismo para la debida capacitación de los servidores turísticos y a la comunidad en general acerca del desarrollo del turismo gerontológico y sus beneficios tanto para el turista adulto mayor como para la comunidad.
- Diseñar productos turísticos diversos para el adulto mayor, tomando en cuenta sus necesidades y requerimientos con los cuidados especiales en gerontología para lograr satisfactoriamente un buen servicio turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

- Machado, E. Hernández, Y. 2009. Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico Integrado en Cuba. 161p.
- Altarriba, X. (2009). Gerontología: aspectos biopsicosociales del proceso de envejecer. España: Marcobo.
- Boullón, R. (2009). Las Actividades turísticas y Recreacionales. México: Trillas.
- Boullón, R. 2008. Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas S. A. México. 1ed.
- Cabarcos, N. (01 de Agosto de 2010). Promoción y venta de Servicios Turísticos
- Cárdenas, F. (2008). Producto Turístico. México: trillas.
- Carvajal, D., & Cando, N. (2011). “DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS PARA POTENCIALIZAR EL TURISMO DE GUARANDA, CHIMBO Y SAN MIGUEL, EN LA PROVINCIA DE BOLIVAR EN EL AÑO 2009
- Hernández, Roberto et al. 2003. “Metodología de la Investigación”. Primera Edición. México DF. 505 páginas.
- Mantecón (2008) La experiencia del Turismo
- Una introducción al Turismo de Jenkins y Lickorish (2010)
- Las Actividades Turísticas y Recreacionales Boullón (2009)
- Circuitos Turísticos, Programación y Cotización de Chan (2011)

- Altarriba (2009), gerontología aspectos biopsicosociales del proceso de envejecer
- Oscar De La Torre Padilla (México 2004), El turismo: Fenómeno social – Fondo de la Cultura
- Revista de Turismo Senior (España, 2006)
- Creación de Productos turísticos de Beatriz Díaz (2005)
- Armadans, I., Pérez Guillorme, A.C., y Franco N., (1998). Actividad deportiva recreativa y tercera edad: algunos criterios de gestión para potenciar su demanda.
- GOBIERNO PROVINCIAL DE SANTA ELENA. 2010. Plan de Desarrollo de la Provincia de Santa Elena.
- GOBIERNO PROVINCIAL DE SANTA ELENA. 2010. Información de la Provincia de Santa Elena.
- MACHADO, E. HERNÁNDEZ, Y. 2009. Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico Integrado en Cuba. 161p.
- Alonso, C. 2008. La construcción de la imagen turística de un territorio a través de la publicidad. Revista Questiones publicitarias. Vol. 1. No.12
- Esteve, R. 2009. Estructura de mercados turísticos. Editorial UOC. Primera Edición. España.
- Franco, S. 2009. Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca – México. Revista Estudios perspectiva en turismo.

- Proyecto de Ley Orgánica de Turismo. 2012. Asamblea Nacional. No. SAN 2012 0996.
- Quesada, R. 2009. Elementos del turismo. Editorial Universidad a Distancia San José, Costa Rica. Primera Edición.

Páginas Web

- <http://www.biblioteca.ueb.edu.ec/handle/15001/809>
- http://books.google.com.ec/books?id=GDIXq8Zsj_0C&pg=PT18&dq=definici%C3%B3n+de+turista&hl=es
- www.teoríaypraxis.uqroo.mx
- <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/visita-de-turistas-extranjeros-al.html>
- www.optur.org/estadisticas-turismo.html

ANEXO

ANEXO # 1 Matriz de Operacionalización de Variables

Hipótesis	Variable independiente	Definición	Indicadores	Ítems para los indicadores	Instrumentos
¿Con la creación de un producto turístico gerontológico se lograra la diversificación de la oferta turística del cantón Santa Elena a través de las diversas actividades a realizarse con el adulto mayor?	Producto turístico gerontológico	El Producto turístico gerontológico es aquel que está diseñado para el turista senior o adulto mayor e incluye servicios y actividades especiales, que satisfagan sus necesidades y motivaciones.	<ul style="list-style-type: none"> -Identificar los recursos naturales y culturales potenciales. -Diseñar paquetes para este segmento del mercado turístico. -Vincular a los servidores turísticos con el proyecto, para ofrecer servicios de calidad. -Informar a usuarios del producto turístico gerontológico del cantón. - Aplicar las herramientas tecnológicas para promocionar atractivos turísticos para el adulto mayor. 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué atractivos turísticos del cantón ha visitado o conoce? ¿Conoce usted del turismo senior o del adulto mayor? ¿Cree que existe un producto turístico gerontológico ya establecido dentro del cantón? ¿Cómo considera la atención del servicio turístico en este cantón? ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría que se difunda la promoción de este producto turístico gerontológico? 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta Observación Encuesta Entrevista Encuesta Entrevista Encuesta Encuesta

ANEXO # 2 Matriz de Operacionalización de Variable

Hipótesis	Variable dependiente	Definición	Indicadores	Ítems para los indicadores	Instrumentos
¿Con la creación de un producto turístico gerontológico se lograra la diversificación de la oferta turística del cantón Santa Elena a través de las diversas actividades a realizarse con el adulto mayor?	Diversificación de la oferta turística	Oferta turística: es todo lo que se le puede brindar al turista para su distracción y satisfacción. Diversificar la oferta, es dar nuevas propuestas de destinos y añadirles un valor agregado al producto o paquete turístico para lograr una mayor aceptación en el mercado donde se lo va a comercializar.	Motivar a los prestadores de servicios que incluyan en sus paquetes actividades que sean atractivas y fáciles de realizar. Rescatar el buen uso de los servicios turísticos, concientizando a la comunidad, prestadores de servicios y entes gubernamentales.	¿Cuenta el cantón Santa Elena con atractivos en los que puedan desarrollarse actividades turísticas para el adulto mayor? ¿Con el diseño de un nuevo producto se diversificaría las actividades turísticas para lograr captar el mercado de la tercera edad? ¿Las personas a cargo de este proyecto deberán estar debidamente capacitadas para brindar este servicio al adulto mayor?	Entrevista Encuesta Encuestas Entrevista Encuesta Entrevista

ANEXO # 3 Encuesta aplicada a Turistas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

La finalidad de la siguiente entrevista es recopilar la información necesaria, para el desarrollo del tema “Creación de un Producto Turístico Gerontológico, para el cantón Santa Elena, año 2014”

OBJETIVO: DISEÑAR UN PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA, QUE PERMITA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA
Encuesta a los turistas

1. Genero

Masculino Femenino

2. Edad

De 25 a 35 de 35 a 45 de 45 a 65 de 65 en adelante

3. Lugar de procedencia: _____

4. ¿Cuál de los siguientes lugares turísticos del cantón Santa Elena conoce o le gustaría conocer?

El cerró el Tablazo	<input type="checkbox"/>	Museo Valdivia	<input type="checkbox"/>
Baños de San Vicente	<input type="checkbox"/>	Santuario Olón	<input type="checkbox"/>
Playas de Olón	<input type="checkbox"/>	Manglares de Palmar	<input type="checkbox"/>
Playas de Ayangué	<input type="checkbox"/>	Museo amantes de Sumpa	<input type="checkbox"/>
Acuario Valdivia	<input type="checkbox"/>	Cascadas en Dos Mangas	<input type="checkbox"/>
Montañita	<input type="checkbox"/>	Isla el Pelado	<input type="checkbox"/>

5. Según su perspectiva los atractivos turísticos del cantón Santa Elena están brindando un servicio:

Malo Regular Bueno Excelente

6. ¿Conoce o ha escuchado del turismo senior o de la tercera edad?

Si No

7. ¿Estaría usted de acuerdo que debería existir un producto turístico especializado y dirigido al turista de la tercera edad?

Si

No

8. ¿Cuál de las siguientes motivaciones considera usted en el adulto mayor para que este acceda o compre un producto turístico?

Salud

diversión y distracción

nuevas experiencias

Viajar y conocer

Otras:

9. Según la motivación de viaje; que actividades turísticas la gustaría que se incluya en el producto turístico.

Actividad física

Bailoterapias

Talleres de fabricación de artesanías

Caminatas

Masajes corporales

Avistamientos

10. La época o el tiempo para efectuar su viaje o el de algún familiar adulto mayor es de:

Todo el año

Temporada alta Diciembre a Marzo

Temporada baja Abril a Noviembre

Eventos programados

11. ¿Cuál de los siguientes servicios turísticos deberían implementarse o mejorar, para brindar una mejor atención al turista de la tercera edad?

Guía local

restaurantes con comida especializada

Servicio médico

Buena transportación

Sitios de información

terapias y natación

Otras: _____

12. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría que se promocióne este tipo de producto turístico?

Televisión

Radio

Internet

Diarios

Otros: _____

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

La finalidad de la siguiente entrevista es recopilar la información necesaria, para el desarrollo del tema “Creación de un Producto Turístico Gerontológico, para el cantón Santa Elena, año 2014”

OBJETIVO: DISEÑAR UN PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA, QUE PERMITA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA

Encuesta a los moradores del cantón Santa Elena

11. Genero.

Masculino

Femenino

12. Edad

De 25 a 35 de 35 a 45 De 45 a 65 de 65 en adelante

13. Según su criterio el desarrollo turístico del cantón Santa Elena es:

Malo Regular Bueno Excelente

14. ¿De los siguientes tipos de turismo cuál cree usted que está dando mayor flujo turístico para el cantón?

Cultural	<input type="checkbox"/>	Sol y Playa	<input type="checkbox"/>
Vivencial	<input type="checkbox"/>	Aventura	<input type="checkbox"/>
Naturaleza	<input type="checkbox"/>	Deporte	<input type="checkbox"/>
Comunitario	<input type="checkbox"/>	Religiosos	<input type="checkbox"/>

15. ¿Conoce o ha escuchado del turismo de la tercera edad o gerontológico?

Si No

16. ¿Considera usted que el cantón Santa Elena cuenta con recursos turísticos naturales y culturales para el desarrollo del turismo de la tercera edad o senior?

Si

No

Mencione uno

17. ¿Debería existir un producto turístico especializado y dirigido al turista de la tercera edad en este cantón?

Si

No

18. ¿Cree usted que los establecimientos turísticos están aptos para recibir en sus instalaciones al turista de la tercera edad?

Si

No

19. ¿Con la creación de un producto turístico gerontológico cree usted que aumentaría el flujo turístico de la tercera edad sobre todo en temporada baja?

Si

No

20. ¿A través de qué medio considera usted se puede promocionar este producto turístico dirigido a la tercera edad?

Televisión

Radio

Internet

Diarios

Otros

ANEXO # 5 Entrevista aplicada a las Autoridades



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

La finalidad de la siguiente encuesta es recopilar la información necesaria, para el desarrollo del tema “Creación de un Producto Turístico Gerontológico, para el cantón Santa Elena, año 2014”

OBJETIVO: DISEÑAR UN PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO PARA EL CANTÓN SANTA ELENA, QUE PERMITA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA

Entrevista a las autoridades del cantón Santa Elena

Fecha:

Nombres:

Edad:

Lugar actual de trabajo:

No. de entrevista

1. ¿Considera usted que la actividad turística en el cantón Santa Elena en estos últimos años se ha desarrollado en gran medida? ¿Por qué?
2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más relevantes del Cantón Santa Elena?
3. ¿Qué tipo de turismo es el que más se destaca dentro del cantón Santa Elena?

ANEXO # 6 Tabulación de Información

Tablas de tabuladas de las encuesta a los turistas

Tabla #1

GENERO DE LOS TURISTAS ENCUESTADOS		
Masculino	27	46,55
Femenino	31	53,45
Total	58	100

Fuente: encuestas realizadas en el cantón
Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #2

POBLACIÓN TOTAL ENCUESTADA A TURISTAS				
Edades	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
De 25 a 35 años	3	2	5	8,62
De 35 a 45 años	5	6	11	18,97
De 45 a 55 años	9	11	20	34,48
De 55 a 65 años	6	9	15	25,86
65 años en adelante	4	3	7	12,07
Universo Poblacional	27	31	58	100

Fuente: encuestas realizadas en el cantón
Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #3

LUGAR DE PROCEDENCIA		
Ciudad o país	Cantidad	Porcentaje
Alemania	2	3,45
Chile	1	1,72
Colombia	2	3,45
Cuenca	14	24,14
Guayaquil	19	32,76
La libertad	3	5,17
Manabí	4	6,90
México	1	1,72
Quito	10	17,24
Venezuela	2	3,45
Total	58	100

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Tabla #4

LUGARES TURÍSTICOS DE SANTA ELENA		
Atractivos	Conocen	No conocen
Cerro el Tablazo	1	1
Baños de San Vicente	5	1
Playas de Olón	4	0
Playas de Ayangué	5	0
Acuario Valdivia	5	2
Museo Valdivia	3	1
Santuario de Olón	4	1
Manglares de Palmar	1	5
Museo Amantes de Sumpa	3	4
Montañita	4	0
Cascadas Dos Mangas	1	3
Isla el Pelado	1	3
Total	37	21
LUGARES TURÍSTICOS DE SANTA ELENA		
Atractivos	conoce	no conoce
TOTAL	37	21

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla # 5

CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS		
Malo	5	8,62
Regular	8	13,79
Bueno	32	55,17
Excelente	13	22,41
Total	58	100

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #6

TURISMO DE LA TERCERA EDAD O SENIOR		
Si	22	37,93%
No	36	62,07%
Total	58	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #7

DEBEN CREARSE PRODUCTOS TURÍSTICOS		
Si	55	94,83%
No	3	5,17%
Total	58	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #8

MOTIVACIONES DE VIAJES DEL ADULTO MAYOR		
Motivaciones	Cantidades	Porcentaje
Salud	11	18,97%
Diversión y distracción	19	32,76%
Nuevas experiencias	14	24,14%
Viajar y conocer	9	15,52%
Otras	5	8,62%
Total	58	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #9

ACTIVIDADES TURÍSTICAS PARA EL ADULTO MAYOR		
Actividades	Cantidad	Porcentaje
Actividades físicas	10	17,24%
Talleres de fabricación de artesanías	5	8,62%
Masajes corporales	12	20,69%
Bailoterapias	19	32,76%
Caminatas	5	8,62%
Avistamientos	3	5,17%
Otras	4	6,90%
Total	58	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #10

ÉPOCA PARA QUE EL ADULTO MAYOR VIAJE		
Época	Cantidad	Porcentaje
Todo el año	28	48,28%
Temporada alta	9	15,52%
Temporada baja	14	24,14%
Eventos programados	7	12,07%
Total	58	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #11

SERVICIOS TURÍSTICOS A IMPLEMENTARSE EN EL PRODUCTO GERONTOLÓGICO		
Servicios turísticos	Cantidad	Porcentaje
Guía local	8	10%
Servicio medico	13	24%
Sitios de información	7	15%
Comida especializada	6	8%
Buena transportación	21	38%
Otros	3	5%
Total	58	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #12

PUBLICIDAD A TRAVÉS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO		
Medios	Cantidad	Porcentaje
Televisión	29	44%
Radio	7	9%
Internet	15	34%
Diarios	5	9%
Otros	2	4%
Total	58	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tablas de tabulación de las encuestas realizadas a los moradores

Tabla #13

GENERO DE LAS MORADORES ENCUESTADOS		
Masculino	22	52,38%
Femenino	20	47,62%
Total	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #14

TOTAL MORADORES ENCUESTADOS				
Edades	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
De 25 a 35 años	2	4	6	14,29%
De 35 a 45 años	10	7	17	40,48%
De 45 a 55 años	5	5	10	23,81%
De 55 a 65 años	3	3	6	14,29%
65 años en adelante	2	1	3	7,14%
Universo Poblacional	22	20	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #15

DESARROLLO TURÍSTICOS DEL CANTÓN SANTA ELENA		
Malo	2	4%
Regular	7	10%
Buena	22	74%
Excelente	11	12%
Total	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #16

TIPO DE TURISMO EN EL CANTÓN SANTA ELENA		
Cultural	4	9,52%
Vivencial	2	4,76%
Naturaleza	7	16,67%
Comunitario	9	21,43%
Sol y playa	11	26,19%
Aventura	2	4,76%
Religioso	3	7,14%
Deportes	4	9,52%
Total	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón

Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #17

CONOCE EL TURISMO DE LA TERCERA EDAD O GERONTOLÓGICO		
Si	16	38,10%
No	26	61,90%
Total	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón
Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #18

EL CANTÓN CUENTA CON RECURSOS TURÍSTICOS PARA LA TERCERA EDAD		
Si	23	54,76%
No	19	45,24%
Total	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón
Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #19

ES CONVENIENTE CREAR PRODUCTOS GERONTOLÓGICOS		
Si	41	97,62%
No	1	2,38%
Total	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón
Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #20

LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS ESTÁN PREPARADOS PARA RECIBIR AL ADULTO MAYOR		
Si	13	30,95%
No	29	69,05%
Total	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón
Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #21

EL PRODUCTO TURÍSTICO GERONTOLÓGICO INCREMENTARA EL FLUJO TURÍSTICO DEL ADULTO MAYOR		
Si	41	99%
No	1	1%
Total	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón
Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

Tabla #22

PUBLICIDAD A TRAVÉS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO		
Medios	Cantidad	Porcentaje
Televisión	22	44%
Radio	3	9%
Internet	11	34%
Diarios	4	9%
Otros	2	4%
	42	100%

Fuente: encuestas realizadas en el cantón
Elaborado por: Viviana Borbor Gonzabay

ANEXO # 7 Leyes que Respaldan la Investigación

Ley del anciano – Ley de la Constitución

Art. 2.- El objetivo fundamental de esta Ley es garantizar el derecho a un nivel de vida que asegure la salud corporal y psicológica, la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica, la atención geriátrica y gerontológico integral y los servicios sociales necesarios para una existencia útil y decorosa.

Art. 4 Literal b.- impulsar programas que permitan a los ancianos desarrollar actividades ocupacionales, preferentemente vacacionales.

Art. 5.- Las instituciones del sector público y del privado darán facilidades a los ancianos que deseen participar en actividades sociales culturales, económicas, deportivas, artísticas y científicas.

Art. 35 Las personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas privadas de libertad y quienes adolezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado. La misma atención prioritaria recibirán las personas en situación de riesgo, las víctimas de violencia doméstica y sexual, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos. El Estado prestará especial protección a las personas en condición de doble vulnerabilidad.

Derecho de las personas y grupos de atención prioritaria Sección adulta y adultos mayores

Art. 36.- Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad.

Art. 37.-El Estado garantizará a las personas adultas mayores los siguientes derechos:

Literal:

4. Rebajas en los servicios públicos y en servicios privados de transporte y espectáculos.

Ley de turismo

Capitulo X: Protección al consumidor de Servicios Turísticos

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimin a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

ANEXO # 8 Fotografías que respaldan la investigación



Fotografía realizada por: Luis Sánchez



Fotografía realizada por: Luis Sánchez



Fotografía realizada por: Luis Sánchez



Fotografía realizada por: Luis Sánchez



Fotografía realizada por: Luis Sánchez

ANEXO # 9 Fotografías de los sitios y lugares turísticos del cantón Santa Elena

Playas: Olón – Manglaralto - Ayangue - San Pedro



Realizado por: Viviana Borbor



Realizado por: Viviana Borbor



Realizado por: Viviana Borbor

Manglares: Manglares de Manglaralto – Manglares de Palmar



Realizado por: Viviana Borbor

Dos Mangas (su sedero y su comunidad)

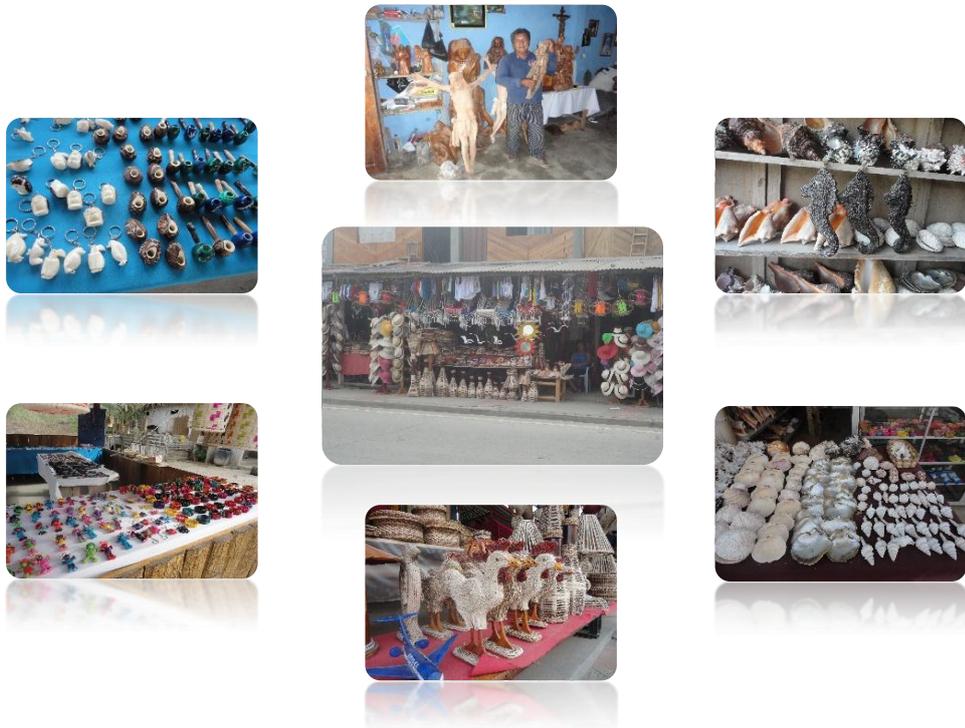
La Entrada (papel reciclado, los Dulces de Benito)



Realizado por: Viviana Borbor

Realizado por: Viviana Borbor

Artesanías en: tagua – concha – paja toquilla



Realizado por: Viviana Borbor

Museos y Santuarios: Santuario de Olón – Museo Amantes de Sumpa



Realizado por: Viviana Borbor



Realizado por: Viviana Borbor