



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:**

**“Diseño de producto turístico para adultos mayores en el cantón Salinas,  
provincia de Santa Elena”**

**AUTOR:**

**María Mercedes Córdova Arévalo**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 10 días del mes de marzo del año 2021**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Córdova Arévalo María Mercedes, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

Lcda. Ramírez Iñiguez Karla, Lucía Mgs

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 10 días del mes de marzo del año 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Córdova Arévalo María Mercedes**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, Diseño de producto turístico para adultos mayores en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena previo a la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 10 días del mes de marzo del año 2021**

**EL AUTORA**

---

**Córdova Arévalo María Mercedes**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Córdova Arévalo María Mercedes**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Diseño de producto turístico para adultos mayores en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 10 días del mes de marzo del año 2021**

**LA AUTORA:**

---

**Córdova Arévalo María Mercedes**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Diseño de producto turístico para adultos mayores en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, presentado por la estudiante Córdova Arévalo María Mercedes, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 5% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Documento	<a href="#">TT Mercedes Cordova.pdf</a> (D96292198)
Presentado	2021-02-22 18:18 (-05:00)
Presentado por	Karla Lucía Ramírez Iñiguez (karla.ramirez01@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	karla.ramirez01.ucsg@analysis.arkund.com
	5% de estas 84 páginas, se componen de texto presente en 23 fuentes.

  
Lcda. Ramírez Iñiguez Karla, Lucha Mgs

**TUTOR**

## **Agradecimiento**

Agradezco a mis padres por el apoyo incondicional y por sus consejos que siempre me dieron la fuerza y la voluntad para seguir adelante con este proyecto.

También a mis hermanos, que me respaldaron en todo el proceso y a toda mi familia por ese apoyo incondicional que siempre me han ofrecido.

A mi asesora de Proyecto de Investigación, Lcda. Mgs. Ramírez Iñiguez Karla Lucía, por su esfuerzo, quien con sus conocimientos y paciencia me ha impulsado y motivado para poder terminar con satisfacción mi Proyecto.

**María Mercedes Córdova Arévalo**

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro a mi madre, que con su apoyo y sus sacrificios siempre ha querido darme la mejor educación. Siempre inculcándome valores éticos y morales, dándome lecciones de vida a través de sus experiencias, con la finalidad que sea mejor en todos los aspectos de la vida.

**María Mercedes Córdova Arévalo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Ramírez Iñiguez Karla Lucia, Mgs**  
TUTOR

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Ec. Shirley Segura Ronquillo Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ec. Luis Fernando Alban Alaña Mgs.**  
OPONENTE





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Córdova Arévalo María Mercedes</b>	

---

**Lcda. Karla Lucia Ramírez Iñiguez, Mgs  
TUTOR**

## Índice General

Resumen.....	XIX
Abstrac .....	XX
Introducción .....	2
Antecedente.....	4
Planteamiento del problema.....	7
Problema de Investigación.....	10
Formulación del Problema.....	10
Hipótesis.....	10
Justificación .....	11
Objetivos .....	13
Objetivo general.....	13
Objetivos específicos .....	13
Capítulo 1.....	14
Fundamentación Teórica.....	14
Marco Teórico.....	14
Teoría de la inclusión social en el turismo.....	14
Teoría de las Necesidades .....	15
Teoría del Consumo y Consumidor turístico .....	16
Marco Conceptual.....	17
¿Qué es incentivación turística?.....	17
Producto turístico .....	17
Generalidades.....	17
Calidad del producto turístico .....	18
Características del producto turístico .....	19
Heterogeneidad. ....	19
Componentes del producto turístico.....	21
Rutas y paquetes turísticos.....	23
Ruta turística .....	23
Paquetes turísticos.....	24
Adulto Mayor.....	27
Definición de estilo de vida.....	27
Ocio y recreación en el adulto mayor.....	27
Beneficios de los juegos en el adulto mayor .....	28
¿Qué es oferta de producto turístico?.....	29

Diagnóstico turístico .....	29
Generalidades.....	29
Facilidades turísticas .....	30
Estudio de mercado .....	30
Generalidades.....	30
Investigación de mercados .....	30
Segmentación de mercado.....	31
Demanda turística.....	31
Oferta turística.....	32
Componentes de la oferta turística.....	33
Publicidad.....	34
Generalidades.....	34
Características de la publicidad.....	34
Animación turística .....	35
Generalidades.....	35
Actividad recreativa .....	35
Actividad terapéutica en los adultos mayores .....	36
Marco Legal .....	36
Marco Referencial.....	38
Capítulo 2.....	43
Metodología de la Investigación.....	43
Tipo de estudio.....	43
Estudio exploratorios .....	43
Estudio descriptivo.....	43
Estudio explicativo.....	43
Método de investigación .....	44
Método de análisis .....	44
Método de síntesis.....	44
Método de observación .....	45
Consulta a Especialistas .....	45
Enfoque de la investigación .....	45
Enfoque etnográfico .....	45
Métodos estadísticos .....	46
Análisis porcentual.....	46
Población y muestra .....	46
Población.....	46
Muestra.....	47

Encuesta .....	48
Entrevista .....	48
Capítulo 3.....	49
Resultados y Discusión .....	49
Diagnóstico de la Zona de Estudio.....	49
Antecedente del cantón Salinas.....	49
Aspecto biofísico.....	49
Ubicación y extensión.....	49
Extensión Territorial .....	50
Limites .....	50
Hidrografía .....	50
Orografía .....	51
Tipo de suelo.....	51
Aspecto socioeconómico.....	51
Población.....	51
Parroquias urbanas y rurales .....	52
Fiestas.....	52
Principales actividades económicas .....	53
Servicios básicos .....	53
Aspecto Ambiental.....	54
Biodiversidad .....	54
Aspecto turístico .....	55
Atractivos .....	55
Facilidades turísticas .....	56
Análisis FODA del turismo en el cantón Salinas.....	58
Estudio de mercado.....	59
Análisis de la Demanda Turística .....	59
Segmentación del mercado .....	59
Resultados del estudio de mercado .....	59
Discusión de los resultados .....	77
Análisis de la oferta turística.....	78
Inventario de Atractivos turísticos .....	78
Evaluación de Criterios Internacionales en Atractivos Turísticos .....	79
Inventario de la Planta Turística .....	80
Análisis de la competencia turística.....	82
Capítulo 4.....	84
Diseñando un Producto Turístico para Adultos Mayores en el Cantón Salinas.....	84

Antecedente.....	84
Mapa de Ubicación de la Ruta Naturaleza y Cultura de Salinas.....	85
Diseño Técnico .....	86
Paquete turístico 1.....	87
Ruta 1 de Avistamiento de aves – Playa de Chipipe.....	88
Paquete turístico 2.....	89
Ruta 2 Puertos Pesqueros – Playa San Lorenzo.....	90
Paquete turístico 3.....	91
Ruta 3 Puertos Pesqueros - Playa de Chipipe .....	93
Punto de Equilibrio de los Paquetes Turísticos.....	94
Técnicas de Difusión y Publicidad.....	95
Texto para la Publicidad de la Radio, la Televisión e Internet.....	95
Diseño de la hoja volante .....	96
Plan de publicidad.....	97
Conclusiones y Recomendaciones .....	98
Conclusiones .....	98
Recomendaciones.....	98
Glosario.....	99
BIBLIOGRAFÍA .....	101

## Índice de Tablas

Tabla 1 Etapa I Elaboración del inventario de atractivos turísticos.....	22
Tabla 2 Etapa II generación de espacios turísticos .....	23
Tabla 3 Categorías de costos.....	26
Tabla 4 Tipos de demanda .....	32
Tabla 5 Características de la publicidad.....	34
Tabla 6. Técnicas, entidades y cantidades para la investigación .....	48
Tabla 7 Extensión Territorial .....	50
Tabla 8 Límites del cantón.....	50
Tabla 9. Distribución de la Población del cantón Salinas.....	51
Tabla 10 Parroquias Urbanas y Rurales del cantón Salinas.....	52
Tabla 11 Fiestas religiosas y cívicas .....	53
Tabla 12 Flora del cantón Salinas .....	54
Tabla 13 Fauna del cantón Salinas.....	55
Tabla 14 Atractivos turísticos .....	55
Tabla 15 Alojamiento en el cantón Salinas.....	56
Tabla 16 Lugares de recreación del cantón Salinas .....	57
Tabla 17 Estadios y Polideportivos.....	57
Tabla 18. Análisis FODA.....	58
Tabla 19. Cantidad de Atractivos Turísticos Materiales .....	78
Tabla 20. Cantidad de Atractivos Turísticos Inmateriales .....	79
Tabla 21. Evaluación de criterios Internacionales .....	79
Tabla 22. Alojamientos en el cantón Salinas .....	80
Tabla 23. Alimentación en el cantón Salinas .....	81
Tabla 24. Esparcimiento en el cantón Salinas.....	81
Tabla 25. Transporte público .....	82
Tabla 26. Paquete turístico Ruta del Avistamiento de aves – Playa Chipipe .....	87
Tabla 27. Ruta Puerto Pesquero – Playa de San Lorenzo. ....	89
Tabla 28. Ruta Anconcito – Playa de Chipipe. ....	91
Tabla 29. Cálculo del punto de equilibrio del paquete turístico 1 .....	94
Tabla 30. Cálculo del punto de equilibrio del paquete turístico 2 .....	94
Tabla 31. Plan de Publicidad.....	97

Tabla 32. Descripción de la formula del punto de equilibrio.....	109
Tabla 33. REMACOPSE.....	115
Tabla 34. Museo de Ballenas .....	118
Tabla 35. Piscinas de Sal.....	120
Tabla 36. Playa La Diablica .....	122
Tabla 37. Playa, Malecón y Nuevo Muelle de San Lorenzo.....	124
Tabla 38. Playa Paco Illescas .....	126
Tabla 39. Museo de Aviones de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE) .....	128
Tabla 40. Playa y Malecón de Chipipe .....	130
Tabla 41 .Mirador Natural de Punta Carnero.....	132
Tabla 42. Malecón y Puerto Pesquero Artesanal de Santa Rosa .....	134
Tabla 43. Puerto Pesquero y Muelle de Anconcito.....	136
Tabla 44. Elaboraciones Artesanales Peninsulares .....	138
Tabla 45. Tradiciones Culinarias de Influencia Marina.....	140
Tabla 46. Pesca Artesanal en Salinas .....	142
Tabla 47. Día de los Muertos en Anconcito.....	145
Tabla 48. Fiesta de Cristo Pescador en Santa Rosa .....	147
Tabla 49. Extracción Artesanal de Sal en Salinas.....	149
Tabla 50. Elaboración Artesanal de Pan en José Luis Tamayo (Muey) .....	151

## Índice de Figuras

Figura 1. Árbol de Problemas. ....	10
Figura 2. Secuencia de desarrollo de un producto turístico. ....	18
Figura 3. Infraestructura y recursos turísticos. Tomado de: Google.....	33
Figura 4. Marketing turístico. Tomado de: Google.....	33
Figura 5. Posición del cantón Salinas. ....	49
Figura 6. Grado de parentesco de las personas con quien viven los AM.....	61
Figura 7. Porcentaje de los encuestados si poseen limitaciones físicas. ....	61
Figura 8. Tipo de limitaciones. ....	62
Figura 9. Participación en un paquete turístico.....	62
Figura 10. Destinos Turísticos ....	63
Figura 11. Selección de días para el turismo.....	63
Figura 12. Época para viajar. ....	64
Figura 13. Selección del Gasto del paquete turístico. ....	64
Figura 14. Cuidados especiales. ....	65
Figura 15. Actividades de los adultos mayores.....	65
Figura 16. Información del paquete turístico. ....	66
Figura 17. Factibilidad del proyecto ....	66
Figura 18. Edad del adulto mayor.....	67
Figura 19. Género del adulto mayor. ....	67
Figura 20. Interacción con los adultos mayores.....	69
Figura 21. Edad de los adultos mayores con los que interactúa.....	69
Figura 22. Parentesco del adulto mayor.....	70
Figura 23. Condiciones físicas de los adultos mayores. ....	70
Figura 24. Clase de discapacidad. ....	71
Figura 25. Aceptación para Participar en un paquete turístico. ....	71
Figura 26. Preferencia de los destinos turísticos.....	72
Figura 27. Elección de la cantidad de días para viajar.....	72
Figura 28. Selección de la mejor época para viajar. ....	73
Figura 29. Cantidad del gasto para el paquete turístico. ....	73
Figura 30. Cuidados especiales durante el viaje. ....	74
Figura 31. Preferencias de actividades para los adultos mayores.....	74



Figura 32. Preferencia de los canales de comunicación.....	75
Figura 33. Grado de aceptación del proyecto.....	75
Figura 34. Ruta del Sol en la Provincia de Santa Elena.....	85
Figura 35. Ruta de la Naturaleza y Cultura para AM del cantón Salinas. ....	86
Figura 36. Ruta de avistamiento de aves – Playa Chipipe. ....	88
Figura 37. Ruta Puerto Pesqueros – Playa San Lorenzo.....	90
Figura 38. Ruta Puertos Pesqueros – Playa Chipipe.....	93

## Índice de Apéndice

Apéndice A. Clasificación de atractivos turísticos naturales .....	108
Apéndice B. Clasificación de atractivos turísticos culturales .....	109
Apéndice C. Formula del Punto de Equilibrio .....	109
Apéndice D. Encuesta para Personas de 65 – 90 Años.....	110
Apéndice E. Encuesta para Personas de 40 – 55 Años .....	112
Apéndice F. Entrevista al Director de Turismo del GADM de Salinas .....	114
Apéndice G. Fichas de Atractivos Materiales.....	115
Apéndice H Fichas de Atractivos Inmateriales .....	138

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo diseñar un producto turístico para el adulto mayor, porque, de acuerdo con los estudios sobre el envejecimiento ha aumentado la esperanza de vida, lo que conlleva que la población de adultos mayores viva más tiempo. Se analizan las teorías como: la Inclusión Social, las Necesidades y la del Consumismo. Además, se analiza estudios realizados en el país y diversos países de América Latina, para conocer los aspectos que influyen en el cuidado del adulto mayor. El tipo de investigación es exploratoria, aplicada a una población de 7.452 individuos con la que se definió una muestra de 100 personas. Los resultados de la demanda mediante encuestas dirigidas a personas de 40-55 años y a adultos mayores de 65 a 90 años, y de la oferta turística producto del estudio de campo e investigación de fuentes secundarias, manifiestan, que la principal motivación es visitar los atractivos turísticos tangibles como las playas, los miradores turísticos y los puertos pesqueros y con respecto a los intangibles prefieren las iglesias y la recreación. Por lo que, se diseña tres paquetes turísticos, con sus costos, rutas, mapas y duración del viaje, también, se definió las técnicas de publicidad en cuatro medios publicitarios: Televisión, internet, spot radial y hoja volante. Concluyendo que el diseño propuesto, permitió ubicar y clasificar los atractivos turísticos tangibles e intangibles, de acuerdo con los recorridos para que los visitantes los puedan apreciar y disfrutar, estrategia que servirá para mantener los atractivos turísticos en buen estado.

*Palabras Clave:* Producto turístico, adulto mayor, atractivo turístico, Recreación, paquete turístico, ruta turística.

## **Abstrac**

The objective of this research is design a tourism product for the elderly people, because according to studies on aging, life expectancy has increased, which means that the elderly population lives longer. Some theories are considered like: Social Inclusion, Needs and Consumerism. In addition, studies carried out in the country and several of Latin America are analyzed to find out the aspects that influence in the care of elderly. The type of research is exploratory, applied to a population of 7,452 individuals with which a sample of 100 people was defined. The results of the demand through surveys aimed to people aged 40-55 years and adults older than 65 to 90 years, and the tourist offer as a result of field study and research of secondary sources, show that the main motivation is to visit the attractions tangible tourism such as beaches, tourist viewpoints and fishing ports and respect to intangibles they prefer churches and recreation. Therefore, three tourist packages are designed, with their costs, routes, maps and duration of the trip, also, the advertising techniques were defined in four advertising media: Television, internet, radio spots and flyers. Concluding at the proposed design allowed the location and classification of tangible and intangible tourist attractions, according to the routes so that visitors can appreciate and enjoy them, a strategy that will serve to keep the tourist attractions in good condition.

Keywords: Tourist product, Elderly people, Tourist attraction, Recreation, Tourist package, Tourist route.

## **Introducción**

Como es de conocimiento general los habitantes a nivel mundial, estamos enfrentando una pandemia llamada Coronavirus COVID-19, desde el mes de febrero de 2020, donde, se inició la cuarentena para que la población pueda evitar el contagio. El tema propuesto se encuentra en la línea de investigación de los proyectos para la inclusión económica, social e interculturalidad, con respecto al turismo social e inclusivo (adultos mayores). Para lo cual se elaborará la investigación antes y durante la pandemia y, lo que se prevé como se implementará la reactivación económica con respecto al turismo.

De acuerdo con la Organización Iberoamericana de Seguridad Social OISS (2017, pág. 4) boletín 18, antes de la pandemia internacionalmente las noticias indicaban que, en las últimas décadas, el turismo tenía un continuo crecimiento y diversificación. A tal punto que se convirtió en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento y rapidez en el mundo, dado que el turismo mundial está estrechamente relacionado con el desarrollo de los estados y es creciente la inscripción de nuevos destinos accesibles para la ciudadanía. También, que uno de los sectores que más está influyendo en las tendencias turísticas son las personas adultas mayores.

Información que coincidían con el último Barómetro Organización Mundial del Turismo Mundial, (OMT, 2020), donde indicaba que es el décimo año consecutivo de crecimiento. Y que en el año 2019 las llegadas internacionales aumentaron en todas las regiones, pero qué, las tensiones geopolíticas y sociales y la ralentización de la economía global hicieron que el crecimiento fuera más lento en 2019, en comparación con las excepcionales tasas de crecimiento de 2017 y 2018.

Esta ralentización afectó sobre todo a las economías avanzadas, y en especial a las regiones de Europa, Asia y el Pacífico, también, se preveía un crecimiento de entre el 3% y el 4% en el 2020. Una perspectiva que queda reflejada en el último Índice de Confianza de la OMT, que muestra un prudente optimismo: el 47% de los participantes creen que el turismo tendrá mejores resultados que en 2019 y el 43% cree que se mantendrá al mismo nivel.

La (OMT, 2020), comunica que en los actuales momentos las restricciones de viaje introducidas en respuesta a la pandemia de COVID-19, continúan afectando duramente al turismo mundial. Prueba de lo cual son los últimos datos de la OMT, que

muestran una caída del 70% en las llegadas internacionales en los ocho primeros meses de 2020.

En el ámbito nacional el Ministerio de Turismo (2020), antes de entrar en las restricciones que impuso la emergencia sanitaria producto del COVID-19, impulsaba las políticas públicas del Estado Ecuatoriano en trabajo conjunto con los Ministerios de: Deporte, Inclusión Económica y Social, Cultura, SRI y el IESS. Gestiones que coadyuven a que cumpla con los derechos de las personas de la tercera edad, dentro de una política integral que les permitan acceder a diferentes actividades. Además, el Ministerio de Turismo y el IESS complementaban ejecutando un programa exitoso de inclusión de los adultos mayores en el turismo.

El sol, relajación y experiencias, son características fundamentales que buscan los adultos mayores al momento de elegir un destino para visitarlo en la época veraniega. Dentro del turismo de bienestar, Ecuador tiene una variada oferta, y, según el Global Wellness Intitute, Ecuador se ubica en el séptimo puesto de los 10 principales mercados de turismo de bienestar en América Latina y el Caribe. Según la Global Wellness Summit, la industria de bienestar moviliza más de USD 4.000 millones al año alrededor del mundo (Comercio, 2019).

En el cantón salinas se llevará a efecto la investigación, y de acuerdo con el (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas [GADMS], 2020), es un balneario y lugar estratégico para el disfrute del turismo de sol y playa de la provincia de Santa Elena. Se encuentra en la punta más sobresaliente de América Latina, donde, comienza la ruta del Spondylus, lugar estratégico para la observación de flora y fauna de la costa ecuatoriana. Actualmente presenta un aumento notable en el posicionamiento turístico del perfil costero del Ecuador.

La diversidad de este cantón no tiene límites, hay para todos los gustos, desde el sencillo recorrido por el malecón disfrutando de la brisa marina, hasta la celebración a través de un paseo por la popular chiva. También, montarse en grupo en las famosas bananas para disfrutar del mar, en las motos acuáticas, en las lanchas que lo llevan a recorrer los bellísimos paisajes ecológicos de los alrededores. Los avistamientos de lobos marinos, ballenas jorobadas, y aves migratorias ubicadas en las lagunas de Ecuasal, es subir la adrenalina GADMS (2020).

Salinas por ser un balneario está posicionada en la mente del turista que es solo para personas jóvenes, porque se practica deportes extremos. Con lo que estamos marginando a los adultos mayores para que disfruten de un sano esparcimiento. Se

desconoce la influencia que tendrá la oferta del producto turístico para que las personas adultas mayores se incentiven visitar al cantón Salinas.

Como la oferta influirá en la preferencia del adulto mayor para visitar Salinas, con este propósito se ha diseñado un producto turístico para adultos mayores. El mismo que se podrá ejecutar una vez que se levanten las actuales restricciones producto de la pandemia. El cual está alineado al Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida” y a las medidas económicas emitidas por la Presidencia de la República del Ecuador.

### **Antecedente**

En el ámbito internacional de acuerdo con OMT (2020), el secretario general, Zurab Pololikashvili, manifiesta que «en estos tiempos de incertidumbre y volatilidad, el turismo sigue siendo un sector económico fiable». En un entorno de perspectivas económicas a la baja, de tensiones en el comercio internacional, de inestabilidad social y de incertidumbre geopolítica, «nuestro sector sigue adelantándose a la economía mundial y exige no solo crecer, sino crecer mejor».

También, el turismo tiene una posición de ser uno de los primeros en el sector de exportación y creación de empleo y, defiende la necesidad tener un crecimiento responsable. Por lo tanto, el turismo tiene un lugar preponderante en las Políticas de Estados de cada nación, y puede alcanzar una mayor incidencia política de manera efectiva en este decenio de acción. Con lo que se pretende en los siguientes 10 años cumplir con la Agenda 2030 y con los 17 Objetivos de desarrollo sostenible.

En México Fócil (2019), en su análisis del turismo de adultos mayores, concluye que es una oportunidad de crecimiento económico, el cual, incide en el aumento de los ingresos, empleos y consumo, producto del aporte que realizan los turistas al país elegido. Sin embargo, para consolidar a un país en el turismo gerontológico se debe ser racional, humanista y sustentable, con el fin que el adulto mayor sienta el confort como si estuviera en su casa, con todo el servicio y cuidado que la edad demanda.

En la investigación Envejecimiento Activo mediante el Turismo Social en España Abellán (2020), manifiesta que el bienestar de los adultos mayores se ha establecido como una de las principales políticas públicas en España. En términos generales una política pública de envejecimiento activo, cuya finalidad “es fomentar

el intercambio social y cultural para el desarrollo personal, la ocupación del tiempo libre y la mejora de la calidad de vida”, la cual tendrá ventajas económicas y organizativas.

Viajes organizados en todos los aspectos incluidos el acompañamiento, servicio importante para las personas que no están familiarizadas con estas experiencias. Esto para las personas más jóvenes le restaría importancia, pero para los adultos mayores les aportará en experiencia y conocimiento esencial.

A nivel nacional tenemos las actividades desarrolladas por los organismos públicos como los ministerios de: Turismo, Deporte, Inclusión Económica y Social, Cultura, SRI y el IESS. Que por motivo del día internacional de las personas mayores que se celebra el 1 de octubre de cada año, proclamado el día 14 de diciembre de 1990, en la Asamblea General en su resolución 45/106 y aprobada en la Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento.

Los mencionados ministerios unen esfuerzos en favor del adulto mayor. Labor que para llevarla a cabo “suscribieron un acuerdo institucional para trabajar conjuntamente en el cumplimiento de los derechos de las personas de la tercera edad, dentro de una política integral que permita a este sector de la sociedad, acceder a diferentes actividades deportivas, culturales, turísticas, económicas y sociales” (Ministerio de Turismo, 2020). También, abordan el tema “Turismo para la Edad Dorada”, haciendo mención que el Ecuador está entre los mejores destinos turísticos, para adultos mayores por la variada oferta de lugares naturales y culturales.

El turismo para jubilados ofrece actividades turísticas con servicios y facilidades de acuerdo con sus intereses y necesidades, sin dejar de lado la diversión y la experiencia de vida transformadora que se genera a través de esta actividad. Los cruceros, que llegan a Galápagos y Manta, constituyen una experiencia inolvidable para adultos mayores extranjeros. A bordo cuentan con médicos, restaurantes y habitaciones que garantizan el mejor descanso. Además, las playas del país son destinos relajados que recargan energía y brindan contacto con la naturaleza Turismo (2020).

Las universidades nacionales, también, aportan con investigaciones referentes al producto turístico para adultos mayores como Carrillo (2017), en la investigación de campo realizada, se pudo constatar que no existe una guía turística para los adultos mayores, donde, se oferte el producto turístico del cantón de Baños de Agua Santa, cuya población está interesada conocer para aprovechar el potencial turístico



generador de ingresos económicos. Y para los adultos mayores la realización de la guía la perciben como un facilitador para escoger que lugares turísticos emblemáticos le gustaría visitar.

En la provincia del Guayas cantón Guayaquil, De La Cruz (2018), comprobó que las necesidades básicas de las personas con discapacidad física y adultos mayores que visitan Guayaquil son: transporte, alojamiento y salud. También “determinó que pueden ser desarrollados básicamente tres productos turísticos accesibles con mejoras dentro de la gobernanza para cumplir con lo establecido y dejar de vulnerar los derechos de los guayaquileños que tiene discapacidad”. En la investigación, se prioriza al turista nacional y una vez cumplida la satisfacción de los ecuatorianos se puede pensar en satisfacer las necesidades de los extranjeros.

En la provincia de Santa Elena, Martínez (2018), en su investigación logra demostrar que la Reserva Marítima Costera de la Provincia de Santa Elena (REMACOPSE), tiene atractivos, donde, se pueden realizar actividades turísticas, que por su privilegiada ubicación está considerada esta reserva como una de las más importantes del litoral ecuatoriano. Propone estrategias basadas en el marketing mix, para aprovechar las potencialidades mediante el diseño de tres productos de las principales actividades turísticas del lugar que son buceo, senderismo y avistamiento de ballenas actividad que se desarrolla en la temporada de junio a septiembre.

La promoción se la hará mediante operadoras de turismo de la ciudad de Guayaquil, Quito y Cuenca, los medios de comunicación son parte fundamental ya que a través de ellos se difundirá información de la REMACOPSE y sus actividades turísticas. También, la promoción se hará a través de la elaboración de material gráfico, camisetas, gorras que identifiquen el lugar. La puesta en marcha del plan de comercialización contribuirá al desarrollo turístico de la REMACOPSE y también contribuirá a la dinamización de la economía de las parroquias aledañas.

En el cantón Santa Elena, de la provincia del mismo nombre, Borbor (2015), en su investigación recomienda que se debe implementar el turismo gerontológico, como alternativa de diversificación para el cantón Santa Elena, desde la perspectiva que el adulto mayor es un segmento de mercado potencial. También, que debemos aprovechar gerontológicamente los recursos turísticos, para tener una mayor afluencia de visitantes.

Además, manifiesta que dar el cuidado y mantenimiento de los lugares turísticos es fundamental para la conservación y sustentabilidad, equipándolos con el

propósito de entregar el mejor servicio a todos los turistas. Realizar convenios interinstitucionales, tanto, públicos como privados involucrados con el turismo, para capacitar a los servidores turísticos y a la comunidad en temas de desarrollo del turismo gerontológico y, sus beneficios tantos para el turista como para la comunidad.

En la provincia de Santa Elena, López (2020) en su investigación concluye que las playas de San Lorenzo, Chipipe, Olón, y Ayangue, son las que cumplen con los requerimientos para la implementación del desarrollo turístico de la provincia de Santa Elena. También, recomienda que se realicen investigaciones y se desarrollen diseños de accesibilidad, porque el resultado obtenido del estudio, se pudo constatar la gran aceptación que tendrían las implementaciones de los servicios accesibles, para la recreación y bienestar de las personas con discapacidad en las playas de la provincia de Santa Elena.

### **Planteamiento del problema**

En la actualidad los seres humanos a nivel mundial se encuentran en una etapa de experimentación de un proceso de envejecimiento demográfico sin precedentes. Cuando se realiza la clasificación por edad se evidencia el incremento de los adultos mayores y la disminución de los jóvenes producto del aumento de esperanza de vida y el descenso de la natalidad. Lo que repercute en el aspecto socioeconómico como el turismo. (Murello, 2017)

Con este escenario se define el problema a investigar, el envejecimiento de la población trae como consecuencia el incremento de personas que no están obligadas a trabajar, y, por consiguiente, al aumento del porcentaje de individuos que dispone de tiempo libre para la relajación y el ocio.

A la región de América Latina y el Caribe se la cataloga como la región más joven, y, en la actualidad lo es, donde, el 13% es el promedio de las personas mayores de 60 años, solo Barbados y Uruguay se acercan al 20%, pero Latinoamérica no será eternamente joven, esta región es la que más rápido está envejeciendo. La estimación es que, en 2050 las personas de 60 años y más será el 27,5%, uno de cuatro habitantes. Si nos proyectamos 40 años más, la región tendrá la población más envejecida. De acuerdo con las perspectivas de la población mundial de las Naciones Unidas tendrá el 36% más de 60 años. (El País, 2020).

Esta información debería ser suficiente para que los países de América Latina y el Caribe, adopten sistemas de protección, y direccionen sus economías a mejorar la calidad de vida de sus mayores. Ahí hay una oportunidad en el ámbito económico tal como lo manifiesta el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en la publicación “La economía planteada en América Latina y el Caribe “El envejecimiento como oportunidad para la innovación, el emprendimiento y la inclusión” (Okomura, y otros, 2019).

En el Ecuador se enfrenta la problemática mediante el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida”, en el Objetivo 1 manifiesta que se debe “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas”, donde, están incluidos los adultos mayores, por lo que, ellos también tienen derecho a la socialización, al ocio, a la diversión y al entretenimiento, por lo tanto, se deben ofrecer los servicios de actividades para la recreación, para que puedan acceder a espacios naturales, con la finalidad de que disfruten de un sano esparcimiento para mejorar su calidad de vida.

En la Provincia de Santa Elena, cantón Salinas, se ha investigado por parte de organismos públicos y privados, y, se ha llegado a identificar múltiples problemas que tiene este grupo de alto riesgo como son los adultos mayores, (García, 2013) en su investigación nos indica que los más relevantes son los originados por la falta de un trato afectuoso, la falta de compañía, de motivación, también, cuando no se les permiten que ayuden en las tareas y la que más afecta es la pobreza.

Los problemas sociales son los que más impactan en cada individuo, como el abandono lo cual conlleva a que tengan una mala calidad de vida, agravados por la marginación que sufren cuando son discapacitados, y, no les permiten que disfruten de un sano esparcimiento y acceso a los sitios públicos y privados.

(Gonzabay, 2016) manifiesta que, en la búsqueda de soluciones a la problemática en el ámbito turístico, encontramos entre las principales que, en el sector social o personas vulnerables, carecen de lugares para realizar actividades turísticas por la falta de recursos económicos. Entre los grupos vulnerables están las personas que tienen más de 65 años, considerados: Adultos Mayores (séptima y última etapa de la vida: prenatal, infancia, niñez, adolescencia, juventud, adultez y vejez o ancianidad), también, conocidos como personas de la tercera edad o longevos, quienes sufren del deterioro de la salud física y psicológica.

(González, 2011 citado en Garcia, 2013) manifiesta que en el mundo desarrollado en el que vivimos, la longevidad digna y feliz se ha convertido en una aspiración de todos los seres humanos, pero que tenga una elevada calidad de vida que permita a quienes la alcanzan, a ser partícipes del contexto social que los rodea y, no ser una carga para la sociedad. Dar la atención y el cuidado a los adultos mayores en todas las circunstancias, con la finalidad de garantizar no solo su salud física sino también su salud mental, es actualmente un desafío para las organizaciones públicas y privadas encargadas del tema.

Con respecto a la calidad de vida para esta investigación, no solo significa que se debe evitar la enfermedad, se amplía el concepto con la relación de la sensación de agrado, independencia y bienestar, que debe experimentar el individuo, el cual debe estar respaldado por un equilibrio psico-social (Garcia, 2013).

Fortificar la imagen de que la tercera edad es un período importante para el ser humano, conscientes de que tienen limitaciones tanto físicas y psicológicas por causa de la edad avanzada, los adultos mayores merecen tener una vida cómoda (Garcia, 2013).

En el cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, se desconoce la influencia que tendrá la oferta del producto turístico para que las personas adultas mayores se incentiven visitar al cantón Salinas, lo que está afectando la supervivencia de los negocios en el tiempo.

Entre las causas que pueden estar originando que los adultos mayores no visiten el cantón Salinas se han detectado las siguientes: Desconocimiento de las necesidades del adulto mayor relacionado a las actividades turísticas y recreacionales; Poco interés ante las necesidades de los turistas adultos mayores; Insuficiente información de la cantidad de adultos mayores que visitan Salinas; La infraestructura turística en el cantón Salinas se enfoca más al turismo de aventura y no hacia los adultos mayores; y, la ausencia de un documento informativo sobre la práctica de turismo y actividades a desarrollarse por parte del adulto mayor en el cantón Salinas es la causa principal.

Los efectos que pueden traer este problema son muchas, entre las que hemos detectado están: Ausencia de productos y servicios específicos para adultos mayores en el cantón Salinas; Desaprovechamiento de los ingresos que generan los adultos mayores durante su visita al cantón Salinas; Ausencia de datos estadísticos de cuantificación de personas adultas mayores;

También influye que el cantón Salinas no se encuentra posicionado en la mente del consumidor adulto mayor por el desconocimiento de la practica turística enfocado a este sector el cual sería el principal efecto. Por ello la presente investigación pretende mediante la oferta de un producto turístico incentivar al adulto mayor para que visite el cantón Salinas, “ver Figura 1” árbol de problemas.

### Árbol de Problemas

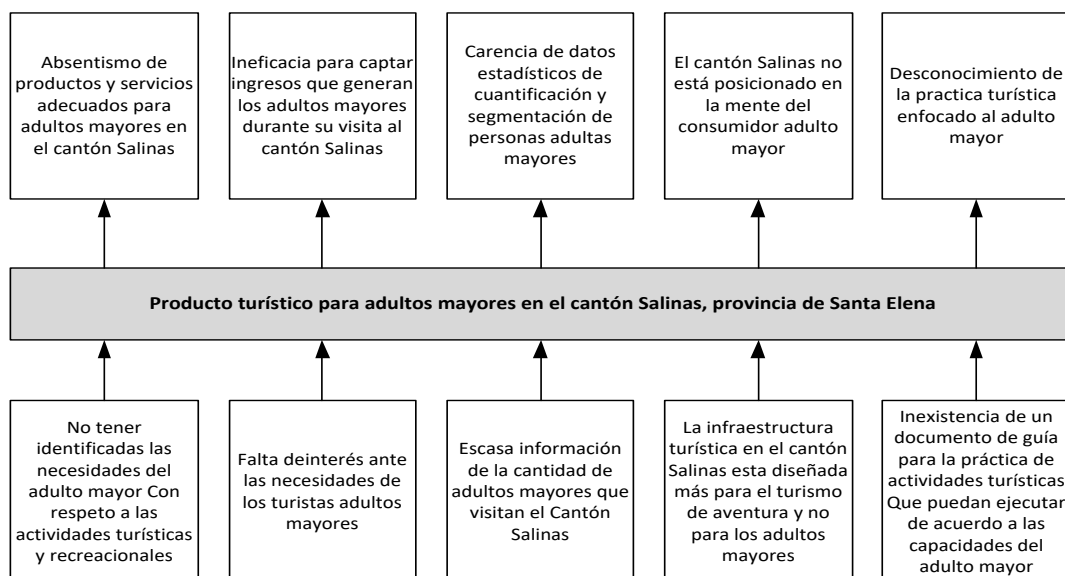


Figura 1. Árbol de Problemas.

Adaptado de: Diseño de una guía turística dirigida a adultos mayores en el cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua 2017.

### Problema de Investigación

Se desconoce la influencia que tendrá la oferta del producto turístico, para que las personas adultas mayores se incentiven y visiten el cantón Salinas

### Formulación del Problema

¿Cómo la oferta del producto turístico en Salinas influye en la incentivación de las personas adultas para visitar el cantón Salinas?

### Hipótesis

La oferta del producto turístico influye en la incentivación de las personas adultas mayores para visitar el cantón Salinas.

## Justificación

Los datos oficiales de la OMT (2020) informan que “en 2019 se contabilizaron 1.500 millones de llegadas de turistas extranjeros en el mundo. Con este optimismo se visualiza que este incremento del 4% con respecto al año anterior se mantenga en este año 2020, estos datos lo que hacen es confirmar que la posición del turismo es un sector económico pujante y resistente, principalmente teniendo en cuenta las actuales incertidumbres. Bajo estas incertidumbres se necesita gestionar el crecimiento con responsabilidad y aprovechar de la mejor manera sustentable y posible las oportunidades que el turismo puede ofrecer a las comunidades de todo el mundo.

El promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador ha crecido en un 4% en el 2019, según los datos del Registro Administrativo de Migración del Ministerio de Gobierno. “Entre enero y noviembre de este año se registró el ingreso de 1.381.726 personas que provienen de mercados priorizados como Estados Unidos que, respecto de 2018, creció un 15,1%; España (15,8%), Alemania (4,5%), Canadá (10,6%) y Francia (12,2%)”.

Al Ecuador ingresaron 1.032.503 personas por medio de los cuatro aeropuertos internacionales, y en el año 2018 fue de 973.113 en el mismo periodo. El crecimiento en divisas de acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador “durante el primer semestre de 2019 ingresaron al país 965 millones de dólares por concepto de turismo, lo que representó el 1,8% del Producto Interno Bruto (PIB). En el mismo período de 2018 la cifra fue de 888 millones de dólares, es decir 1,7% del PIB” Ministerio de Turismo (2020).

La Organización Mundial de la Salud, informa que entre el año 2000 y 2050 se duplicará el porcentaje de los habitantes a nivel mundial que tengan más de 60 años, el aumento será del 11% al 22%. Según el informe de la Secretaría Técnica del Plan Toda una Vida (2018) “Dicho fenómeno social expone a los estados a nuevos retos en cuanto a la implementación de políticas públicas, que garanticen sistemas de salud pertinentes, al igual que políticas sociales que permitan garantizar los derechos de este grupo poblacional”.

También, abordan el tema de envejecimiento activo y saludable donde informan que, en 2002 la Organización Mundial de la Salud, presentó el documento Envejecimiento Activo: un marco político en el cual define al envejecimiento activo

como “el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen”.

Según la redacción del diario el Telégrafo, donde, informa la estimación para el 2020 que será de 1.310.297 (un millón, trescientos diez mil, doscientos noventa y siete) adultos mayores lo que representará el 7,2% de la población total del país.

En síntesis podemos confirmar que la población de adultos mayores está en crecimiento, y, la demanda de mejores servicios se amplía, desde el inicio del viaje hasta el regreso, por lo que es urgente mejorar la calidad de vida de ese segmento de la población, teniendo como perspectiva que a nivel nacional está en auge los adultos mayores y se necesita desarrollar el turismo, debido a que este nicho de mercado tiene los mismos derechos y beneficios como cualquier turista, además, que el factor económico de los adultos mayores no debe ser subestimado, porqué, el turismo es un derecho fundamental de la humanidad. (Turismo M. d., 2018).

Es por esta razón que es necesario diseñar productos turísticos llamativos y acordes con el poder adquisitivo del cliente; por lo que no hay una oferta para los adultos mayores, la demanda se incrementará una vez el producto salga al mercado, porque es la oferta de un turismo social la que permitirá que este segmento alcance satisfacer las necesidades como la recreación y turismo.

En el cantón Salinas, hay operadoras y agencias turísticas que ofertan paquetes a personas de todo el Ecuador y del mundo. Las agencias y operadoras ofrecen actividades que se pueden realizar y conocer dentro del cantón Salinas, aprovechando la tecnología de la información que existe en los actuales momentos, sin embargo, no han considerado a un segmento importante como es el adulto mayor.

“La accesibilidad es un elemento crucial de toda política de turismo responsable y sostenible. Es una cuestión de derechos humanos, una extraordinaria oportunidad de crecimiento económico, y no sólo positivo para las personas con necesidades especiales, sino que es bueno para todos” (Organización Iberoamerica de Seguridad Social, 2017).

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un producto turístico para el adulto mayor en el Cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico de la oferta turística adaptada para adultos mayores en el Cantón Salinas para definir la situación actual del sistema turístico en esta ciudad.
- Investigar la demanda turística mediante encuestas y entrevistas para identificar los gustos y necesidades de los adultos mayores que deseen visitar el cantón Salinas, provincia de Santa Elena.
- Desarrollar un producto turístico para adultos mayores con base a la oferta que tiene la ciudad para incentivar la visita de turistas adultos mayores.



# Capítulo 1

## Fundamentación Teórica

### Marco Teórico

#### Teoría de la inclusión social en el turismo

La mayoría de los Estados tienen dentro de sus políticas públicas, al turismo como herramienta de inclusión social y han implementado dentro de sus agendas programas y proyectos para las personas adultas mayores. La Organización Mundial del Turismo en el informe dado en Madrid (España) el 24 de octubre de 2018 presentó un modelo de destinos turísticos inclusivos titulado (Informe Mundial sobre turismo inclusivo: modelos e historias de éxito) el motivo de la presentación fue la celebración del Día de las Naciones Unidas. (OMT, 2018).

En este informe se explica la modelización de los destinos turísticos inclusivos, los cuales estarán en función de la capacidad del turismo, para que los grupos más desfavorecidos sean integrados y que esta actividad genere beneficios, fue el tema central del informe. Se muestra como el turismo puede funcionar como vía para el desarrollo sostenible, y que también servirá para reducir la pobreza y la desigualdad, objetivos alineados con la Agenda 2030 y con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). (OMT, 2018).

El modelo de destinos turísticos inclusivos que se presentó en este informe aporta al desarrollo del ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), además al ODS 10 (reducción de las desigualdades) y, también al ODS 5 que trata la igualdad de género y al ODS 17, referente a la alianza mundial en pro del desarrollo sostenible. (OMT, 2018).

El secretario General de la OMT, Zurab Pololikashvili afirmó que, con el avance de la globalización, la interconectividad y el incremento de las clases medias influyen a que cada vez más personas viajen, el mundo parecerá más pequeño y la inclusión será una de las mayores prioridades. También, manifestó que este informe se utilizará como una herramienta importante, para que la comunidad turística atenué y promueva la inclusión en los destinos y, servirá como una referencia valiosa para los que están inmersos en el turismo, puedan desarrollar y mejorar los métodos para que el sector sea más lucrativo. (OMT, 2018).

La Organización Mundial del Turismo 2014, en el Manual sobre Turismo Accesible para todos, en el Módulo I Capítulo 4 Demanda del Turismo Accesible “Personas mayores” indica que: Las personas mayores son otro de los grandes grupos que se van a beneficiar de la accesibilidad, porque, desean consumir productos turísticos los cuales cada vez son más y necesitan de atención especial. A pesar de que existe una relación directa entre la edad y la disminución de la capacidad, sin embargo, no todas las personas padecen discapacidad y eso hace que formen otro grupo importante. (OMT, 2014).

El turismo accesible para todos que promueve el manual, no solo está dirigido a permitir el acceso de las personas adultas mayores, sino que está diseñado para crear entornos de diseño universal más seguros, que ayudaran a las personas que padecen una discapacidad temporal, a familias con niños y discapacitados. (OMT, 2014).

El trabajo realizado por los organismos privados y públicos es complejo, porque, este mercado involucra aspectos sociales y psicológicos que tienden a mal interpretar las acciones por parte de organizaciones que están liderando este tema. La finalidad de la investigación es conseguir resultados favorables que beneficien a las organizaciones y a este segmento de personas. (OMT, 2014).

### **Teoría de las Necesidades**

La presente investigación tiene que identificar las necesidades gustos y preferencias de los adultos mayores, y en la investigación de (De La Cruz, 2018, pág. 8) describe las necesidades humanas como las fisiológicas, la seguridad, el reconocimiento, la afiliación y la autorrealización. Por qué, estas son diferentes en cada persona debido a la influencia del entorno donde se desarrollan como seres humanos.

La pirámide de Maslow o jerarquía de las necesidades humanas propuesta por Abraham Maslow demuestra en su teoría psicológica que conforme se satisfacen las necesidades humanas más básicas, especificadas en la parte inferior de la pirámide, las personas desarrollan necesidades y deseos más elevados siguiendo el orden ascendente hasta llegar a la cúspide de la pirámide.

(De La Cruz, 2018, pág. 8), manifiesta que las personas de los organismos tanto público como privado que están inmersos en la actividad turística, deben tener conocimientos sólidos sobre las necesidades de las personas adultas mayores, porque,

contarán con una información relevante con la que tendrán una ventaja competitiva al momento de ofrecer sus productos turísticos.

En su investigación (Cánepa, 2020) menciona que estudiando el funcionamiento de la pirámide de Maslow se puede entender cuál será el comportamiento de las personas ante las necesidades que se les presentan, aduce que éstas ascienden a medida que se satisface su antecesora y, explica con un ejemplo que un individuo no compraría un producto para tener reconocimiento social sin haber satisfecho las necesidades básicas. Este conocimiento es vital para entender a qué público se dirige, no sería justo ofrecer una marca como Christian Dior a personas de clase social baja, porque, la mayoría no llegan a satisfacer sus necesidades básicas.

No solo se debe conocer al consumidor, se debe ubicar en que escalón de la pirámide está para cumplir con sus necesidades o convencerlo para que deba hacerlo. También, alude que es muy difícil ofrecer a un cliente que le urge comprar alimentos a que compre un “Drone”. Y, después de conocer cuál es la necesidad del cliente debemos incluir el producto al proceso de compra presentado, el reconocimiento de la necesidad es el primer paso. (Cánepa, 2020).

### **Teoría del Consumo y Consumidor turístico**

Los consumidores como individuos racionales toman decisiones mediante la codificación de la información que poseen, y, de acuerdo con esta adquirirán bienes y servicios de las marcas de su preferencia. Estas actitudes en el turismo se forman una vez que hallamos elegido un destino turístico como producto; estas se convierten en el imaginario de donde nacen las expectativas antes de la llegada al destino. El turista cuando está en el destino elegido comienza a experimentar si la satisfacción era la esperada y evalúa si fue o no una buena decisión. (Ospina, Gómez, & Pérez, 2014).

La formación de imágenes del lugar desconocido tiene un efecto en el comportamiento del consumidor turista, porque combina la motivación como la causa que origina el impulso de comprar para la satisfacer una necesidad, con beneficios buscados como principal propósito del viaje, el cual es el resultado de la motivación. (Ospina, et al, 2014).

En los estudios de consumo y conducta predomina el análisis del conocimiento sociológico del consumo, donde, se expone en el estudio del comportamiento del consumidor, esfuerzos dedicados a describir y explicar el acto de elección que realiza el consumidor al momento de invertir, ya sea en dinero o en tiempo para la utilización

del ocio, demostrando que en todo acto de elección hay una interacción entre las predisposiciones, influencias y atributos del producto. (Hernández & Mendoza, 2009).

El consumo turístico, involucra factores económicos, sociales y culturales que conducen a aspectos de comportamiento, donde las mercancías turísticas que deben ser consumidas, consolidan una forma dominante de consumo que crea una práctica del turismo, desde una perspectiva específica.

La industria cultural es una actividad empresarial complementaria de gran uso para la comercialización de la oferta turística, que incrementa el flujo de demandantes y se posiciona en el pensamiento de los turistas que viajan de forma sistematizada, en los que esperan ser turistas algún día o en los que nunca viajarán, lo evidentemente turístico se encuentra en los espacios que son sede de las grandes empresas aéreas transportadoras, los centros de diversiones, hoteles y restaurantes de cadena. De esta manera el comportamiento manifiesto deseado del consumo turístico se orienta de acuerdo con los propósitos de los oferentes. (Hernández, et el, 2009).

## **Marco Conceptual**

### **¿Qué es incentivación turística?**

La incentivación o motivación según (Beltran, et al, 2017, pág. 41), son las causas que impulsan a los turistas a ejecutar delimitadas acciones o a iniciar un viaje, en otras palabras, son decisiones personales, las cuales, tienen un carácter intrínseco lo que complica darle una medida.

Para la presente investigación que tiene como objetivo diseñar un producto turístico para adultos mayores, las estrategias deben estar enfocadas en como incentivar a este segmento de la población, mediante paquetes turísticos que estén al alcance de todos los estrato sociales, de acuerdo con sus gustos, preferencias y que la seguridad física y biológica estará garantizada en todo el trayecto de las rutas turísticas.

## **Producto turístico**

### **Generalidades**

El producto turístico corresponde a un grupo de elementos intangibles y tangibles que incumben a recursos como: imágenes, valores simbólicos, infraestructura, orientados a satisfacer lo que demandan los turistas (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos [SECO], 2014), “ver Figura 2”.

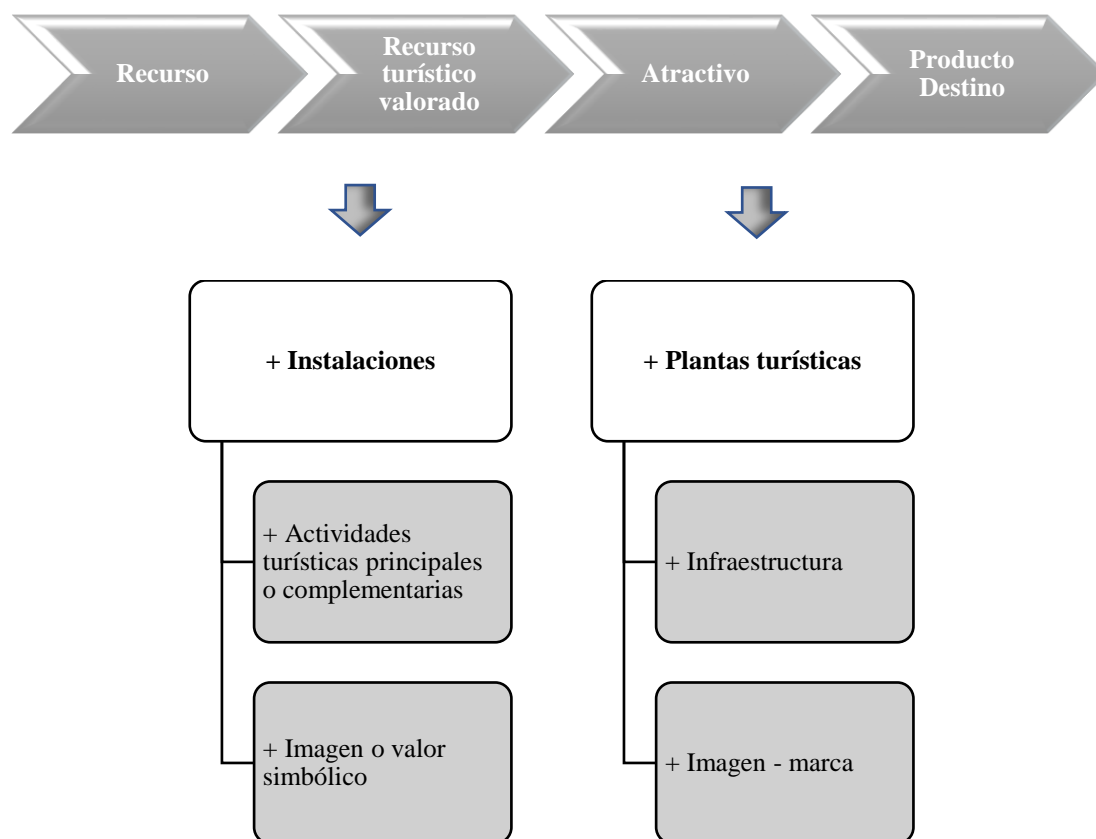


Figura 2. Secuencia de desarrollo de un producto turístico.

Adaptado de: Manual para la planificación de estudios económicos Cooperación Suiza-SECO.

De acuerdo con SECO (2014) manifiesta que el hecho de que exista un recurso turístico no garantiza que haya actividad turística, cuando se le complementan elementos como: instalaciones, equipamientos y otros servicios asociados que le agreguen valor se convierte en atractivo turístico. De la misma forma, cuando a un atractivo turístico se le adiciona elementos tales como: infraestructura, planta turística, se convierte en un producto turístico, complementado con atractivos naturales o elaborados por el ser humano.

El desarrollo de un destino turístico es parte de un proceso en el que bienes y servicios deben ser los óptimos para satisfacer las necesidades de la demanda. En caso contrario, si los productos turísticos no cumplen con las expectativas del mercado, no se sacaría provecho del potencial destino turístico Romero (2014).

### Calidad del producto turístico

La calidad de un producto turístico es la combinación proporcionada de atractivos, servicios y facilidades, con la capacidad de que incida en la decisión de

conocer el lugar y que el visitante tenga una experiencia satisfactoria. La definición expuesta está integrada con los enfoques de oferta y demanda (que son esenciales en el producto turístico) la cual establece claramente que su naturaleza está asociada a la experiencia satisfactoria del visitante, por lo que, un producto está definido fundamentalmente por su calidad. Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (2010).

### **Características del producto turístico**

En la investigación de García (2013) describe que cuando los clientes adquieren un producto lo que buscan en realidad es el servicio que provee ese producto, y al mismo tiempo, las acciones del proceso de entrega del servicio necesitan apoyarse en algunos productos para tangibilizar dicho servicio. Por lo que servicio y producto están integrados.

Especificando las características del producto, en el “mix de producto turístico”, los elementos tangibles (construcciones, comida, regalos) están dominados por los elementos intangibles (imagen, relajación), por lo que, es necesario un esfuerzo para tangibilizar el servicio. García (2013).

### **Intangibilidad.**

Lo que no se puede tocar toma el nombre de intangible, las cosas que son imposibles de agarrar, manipular o agarrar son intangibles. Las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas se forman mentalmente expectativas de cómo es el producto, que provecho le traerá, y si los resultados van a ser los esperados.

Esta categoría de intangibilidad produce incertidumbre en los consumidores al no estar seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto Esan (2016). Para propuesta de esta tesis se promocionarán atractivos intangibles como el avistamiento de aves.

### **Heterogeneidad.**

También se conoce como variabilidad, significa que los servicios tienden a no estar estandarizados o uniformados como los bienes, por lo que, cada servicio depende de quién lo presta, cuando y donde, dado que el factor humano es quien incide en la producción y entrega Esan (2016).

**Caducidad.**

Desde el punto de vista de la naturaleza, los servicios no se almacenan, en otras palabras, son perecederos. Conoceremos por caducidad del servicio a la característica del servicio o se consume en un momento determinado o ya no se pueden consumir. Por lo que, no se pueden mantener en stock, sino que hablamos de disponibilidad del servicio. Esan (2016).

**Inseparabilidad.**

En las empresas que prestan servicios, la producción y el consumo se dan simultáneamente, la persona encargada de entregar el servicio es parte de la prestación del servicio. La inseparabilidad del servicio es porque no se puede apartar la producción de un servicio del consumo de este, en otras palabras, se producen a la vez Esan (2016).

**Agregabilidad y sustituibilidad.**

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, algunos de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata, lo que no facilita su comercialización en lo que respecta al control de la calidad, lo que trae como implicación la variación de los precios al eliminar o agregar servicios al paquete ofertado, dando creación a nuevos productos García (2013).

**Estacionalidad.**

La estacionalidad es una característica inherente al turismo y que determina en gran medida las estrategias empresariales de las compañías que operan en el sector. “La estacionalidad del producto hace referencia a los aumentos de su demanda dependiendo del periodo de tiempo en el que se encuentre”. Meneghin (2019).

**Subjetividad.**

La subjetividad se da porque depende de las circunstancias en las que se encuentren los clientes y proveedor en el momento del consumo. Los niveles de satisfacción que produce son individuales y diferentes de unas personas a otras. Su consumo es paralelo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume García (2013).

## **Componentes del producto turístico**

### **Los recursos y atractivos turísticos.**

Como recurso turístico se comprende a todos los elementos y bienes de un determinado lugar, que es parte de un proceso de estudio que conviene para desarrollar el turismo, que satisfagan la demanda necesitada a través de la actividad del hombre y de los medios de los que dispone. Estos son los que actúan como soporte en la actividad turística y cuando falta la calidad en la oferta (Arévalo 2010, consultado en, Quiguango, 2015).

De acuerdo con la investigación de (Barreto 2017, consultado en Quiguango, 2015) nos indica que puede haber tanto recursos como incentivos tenga la demanda, para movilizarse voluntaria y temporalmente a un lugar distinto al que vive, por lo que, podríamos mencionar que los recursos son infinitos y se adaptan a las diversas necesidades de los turistas, donde, disfrutar de un espacio natural y tener la oportunidad de presenciar en vivo y directo las actividades de caza, deporte, pesca o simplemente disfrutar del clima, conforman los recursos turísticos.

Los elementos intangibles y tangibles “materia prima del turismo”, conforman los atractivos turísticos, que se adaptan al cambio para captar la preferencia del turista. El posicionamiento y aparición de los atractivos, ha evidenciado un marcado desarrollo en infraestructura turística debido a la influencia de la demanda (Quiguango, Zonificación turística de los recursos y atractivos turísticos del cantón San Miguel de Urcuquí, 2015).

Los recursos en los que intervino el ser humano son los atractivos turísticos, los cuales están destinados al crecimiento y potencial desarrollo, por la creación de infraestructura turística y el condicionamiento de los servicios oportunos para incentivar la visita de los turistas (Quiguango, Zonificación turística de los recursos y atractivos turísticos del cantón San Miguel de Urcuquí, 2015).

(Alonso, 2012, consultado en Quiguango, 2015). Manifiesta que la actividad del turismo tiene efectos en la economía, en la zonas edificadas y en el entorno natural, el cual sigue manifestando tendencia de desarrollo globalizado, quienes más se favorecen son las áreas, países y destinos emergentes, dependiendo que exista una planificación participativa donde intervengan organismos públicos y privados, que responda a las expectativas del turistas y preservación de los atractivos.



## Manual Metodológico para la Jerarquización y Generación de Atractivos Turísticos.

Mediante el proceso de inventario de atractivos se registran ordenadamente los factores biológicos, físicos, y culturales que, como conjunto de atractivos, reales o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a la oferta turística del país, “*El inventario proporciona información significativa para el desarrollo del turismo, su evaluación, tecnificación y zonificación en el sentido de diferenciar las áreas del desarrollo turístico*”, Turismo (2018).

### Procedimiento.

De acuerdo con el Manual de atractivos turísticos, donde, indica que antes de iniciar el proceso de ejecución del inventario, se debe revisar la información de atractivos turísticos que existen en el entorno, con la finalidad de establecer el ámbito territorial en el que se aplicará el levantamiento de la información, Turismo (2018).

El proceso se desarrollará en dos etapas, la primera “ver Tabla 1” y la segunda “ver Tabla 2”:

Tabla 1  
*Etapas I Elaboración del inventario de atractivos turísticos*

Fases	Detalle
<b>I: Levantamiento y Registro</b>	1. Levantamiento y clasificación
	2. Levantamiento de información primaria
	3. Verificación con información secundaria
<b>II: Ponderación y Jerarquización</b>	1. Definición de criterios de evaluación
	2. Ponderación de criterios
	3. Jerarquización de atractivos turísticos
<b>III: Sistematización Geográfica de las Fichas</b>	1. Selección de atributos
	2. Conversión de base de datos (DB) a base de datos geográficos (GDB)
	3. Catalogación de los atractivos según catálogo nacional
	4. Generación del mapa de atractivos turísticos

*Nota:* Tomado del Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos (*Turismo M. d., 2018*)

Tabla 2  
*Etapa II generación de espacios turísticos*

<b>Fases</b>	<b>Detalle</b>
<b>I: Identificación y Asociatividad de Atractivos</b>	1. Identificación de Atractivos Turísticos
	2. Asociación de los Atractivos Turísticos
<b>II: Tipificación de Espacios Turísticos</b>	1. Especialización de Información Base y Temática
	2. Análisis Geográfico
	3. Tipificación de Espacios Turísticos

*Nota:* Tomado del Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos (Turismo M. d., 2018)

### **Clasificación de Atractivos Turísticos.**

Para la clasificación se considera dos categorías: Atractivos Naturales y Manifestaciones culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos. En la categoría de Atractivos Naturales se reconocen 11 tipos y 54 subtipos los cuales se los detalla en el Apéndice A y en la categoría manifestaciones culturales se reconocen 4 tipos y 25 subtipos pormenorizados en el Apéndice B.

### **La planta turística.**

Son todos los bienes y servicios que se ofertan a los turistas. Se debe registrar en el atractivo y en la ciudad/poblado más cercano al atractivo. Lo componen el Alojamiento, Alimentos y bebidas, Agencias de viaje / operadoras y Guía, Turismo (2018).

### **Rutas y paquetes turísticos**

#### **Ruta turística**

En la investigación que realiza (Torres, 2006 citado en Giraldo, 2020) nos informa la importancia que tiene reconocer las rutas turísticas con una tradición consolidada, donde, se realizan numerosas aportaciones al recorrer, observar, integrar y sentir la propia esencia de los atractivos. También, indica que en los estudios de las

rutas turísticas culturales se han quedado casi siempre en los aspectos culturales o descriptivos, y la mayor evidencia de que existen estos lugares son las guías turísticas.

Briedenhann y Wickens, 2003, manifiesta como conclusión que una ruta turística se fundamenta en un proceso teórico limitado a los aspectos culturales, en cambio las rutas turísticas, también, se las puede definir como la creación de un clúster de actividades y atracciones, donde, se fomente la cooperación entre los diferentes lugares rurales como vías para forjar el desarrollo económico a través del turismo (Briedenhann y Wickens, 2003, citado en Giraldo, 2020).

Desde otro punto de vista se puede expresar que, una ruta turística es persuadir al viajero que realiza el recorrido, para que sustituya la imagen mercantilizada del atractivo turístico, por una real de lo que sucedió o no en estos parajes urbanos o rurales (Merinero, 2006 citado en Giraldo, 2020).

También Egrijas, Bursztyn & Bartholo define que las rutas turísticas se fundamentan en un recorrido que se da a conocer con anterioridad al visitante, para orientar las actividades que se desarrollarán en el sitio. Las rutas se componen por una cadena de elementos complementarios como: alimentación alojamiento, transporte, que se ofertan al visitante; involucra un recorrido que muestra el costo-beneficio que obtendrá entre puntos geográficos determinados con actividades diarias programadas, y a la vez es una herramienta de socialización, entre el turista y el hábitat que conoce. (Egrijas, 2013 citado en Giraldo, 2020).

### **Paquetes turísticos**

El paquete turístico cuenta con varios subproductos que permiten que se desarrolle una actividad turística en un determinado lugar, lo mismo, sería para el conjunto de atractivos y servicios previamente definidos para cumplir con las necesidades de los turistas. Si lo analizamos desde el punto de vista macro, el paquete turístico es un producto que es parte de uno mayor como el destino.

Y, desde el micro argumento habrá producto o servicio trabajado por una empresa o prestador de servicios turísticos, el cual, estará compuesto por subproductos o servicios-insumos como las actividades recreativas, el alojamiento, el transporte, la gastronomía, independientemente del enfoque, el paquete turístico tiene como finalidad satisfacer las necesidades del turista. (Chan 2005 citado en Reyes, 2018).

Los paquetes turísticos son el conjunto de servicios turísticos ofrecidos por las agencias de viajes, tour operadores o presupuestado de acuerdo al poder adquisitivo

del cliente con un precio preestablecido dentro de las cuales se destaca dos niveles: el primero la producción y organización de paquetes turísticos que es la capacidad que poseen las agencias mayoristas y algunas minoristas para elaborar sus propios paquetes turísticos y el segundo es la venta de paquetes turísticos que es una de las labores más aplicadas por las agencias minoristas. (Nadal, 2004 citado en Reyes, 2018).

### **El itinerario.**

De acuerdo con el Manual para la Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos publicado por el Ministerio de Turismo en el año 2018: El itinerario es la expresión gráfica del camino o dirección a seguir para llegar a un sitio determinado en un programa turístico, su importancia radica en que es el medio en el que se puede plasmar, describir especificar o detallar los lugares de paso, tiempos de visita y servicios que se ofrece dentro de un producto, una ruta o circuito turístico, en contexto, el itinerario se incluye la lista de datos importantes referentes a un viaje (MINTUR, 2018).

### **Costo.**

En su investigación (García, 2013) al costo lo define como tiempo requerido o recursos, que se miden por conveniencia en unidades monetarias. Forma parte de la contabilidad de gestión. Los costos fueron originariamente considerados como fijos (el término proviene de la raíz latina que significa constante) que funcionó bien para los negocios pequeños.

En las grandes organizaciones, algunos costos tendían a mantenerse inalterados, incluso durante periodos de actividad, mientras otros se incrementaban y disminuían según el volumen de trabajo. Para un mejor control de los costos estas organizaciones recurren a la contabilidad de costos, que es una herramienta de gran ayuda para la gerencia, porque, tiene información de los registros e informar de los costos de producción, distribución, administración y financiamiento.

El valor de los recursos distribuidos en la realización de actividades que generan ingreso, en la contabilidad se denomina costo; se identifica porque genera directamente ingreso y, por lo consiguiente, se recupera. Su relación es directa con el producto y/o servicio que oferta la empresa, por lo que lo hace inherente con el giro de la empresa (García, 2013). La manera más adecuada para categorizar estos costos es conocer la diferencia entre los fijos y variables, “ver Tabla 3”.

Tabla 3 Categorías de costos  
Categorías de costos

Costos	Definición
<b>Fijos</b>	Egresos que no se alteran ni disminuyen en proporción directa con las ventas y cuya periodicidad y valor es prácticamente constante, como son los sueldos y salarios, el pago de alquiler del local, las amortizaciones, depreciaciones, etc.
<b>VARIABLES</b>	Egresos que tienden a cambiar en proporción directa con la cantidad de producción y ventas, como: mano de obra a destajo, materias primas, comisiones, etc.

*Nota: Adaptado de Diseño de un producto turístico en el cantón el Empalme (Ortiz 2008, consultado en García, 2013).*

### **Gasto.**

El egreso que no tiene incidencia directa con un ingreso se denomina gasto, sin embargo, contribuye para que haya ingreso, también, no se espera que pueda en el futuro generar ingresos directamente, por lo que, el gasto no es recuperable (García, 2013, pág. 21).

### **Inversión.**

Se conoce como inversión al flujo del producto que está destinado a incrementar el stock de capital, contribuyendo al aumento de la capacidad productiva de un país. Por lo que, con esto se deriva que la inversión es necesariamente intertemporal, su finalidad es incrementar la capacidad de producción en el futuro. Las variaciones de intensidad en la inversión son determinantes para la producción y el empleo (Díaz, 2009 consultado en García, 2013, pág. 21).

### **Punto de Equilibrio.**

Es una herramienta financiera que nos permite establecer el momento en el cual el ingreso producto de las ventas, será la misma cantidad de los costos incurridos en la producción, se puede expresar en valores, porcentaje y/o unidades, también, nos permite conocer si está obteniendo utilidades o pérdidas en un tiempo específico la empresa, pero lo cual, incide directamente las ventas cuando excedan o caen desde este punto, por lo que, esta herramienta nos permitirá controlar y determinar que un incremento en los volúmenes de venta obtendremos utilidades y, también, un decremento incurrirá en pérdidas (Ortiz 2009, consultado en García, 2013).

## **Adulto Mayor**

De acuerdo con la investigación de (Valarezo, 2018) define “como se ha observado en otras minorías y grupos vulnerables, el término adulto mayor se recoge para quienes pertenecen al grupo etario cuya edad supera los 65 años”. De acuerdo con la OMS, se considera personas de edad avanzada a las que tienen 60 a 74 años, viejas o ancianas a las de 74 a 90 años, y las que tienen más de 90 años se las llama grandes viejos o grandes longevos. De forma indistinta se le llamará persona de la tercera edad a los mayores de 60 años. (Varela, 2016).

La ONU a toda persona que sobrepasa los 65 años los considera anciano en los países desarrollados, y en los países en desarrollo a partir de los 60 años, Por lo que, en el Ecuador una persona a partir de los 60 años es considerada anciana de acuerdo con la ONU (Valarezo, 2018).

## **Definición de estilo de vida**

Se refiere a los hábitos o forma de vida, que las personas cotidianamente realizan, algunas no son saludables. Es la unidad de lo social con lo individual, es la realización de la personalidad en la práctica social diaria, para satisfacer sus necesidades.

Se determina por procesos sociales, hábitos, tradiciones, conductas y comportamientos individuales y grupales de la población que sobrellevan a satisfacer sus necesidades humanas para lograr la calidad de vida. Ecured (2020). Según la OMS, es el modo de vida basada en patrones de comportamiento identificables, cuya causa es la interacción entre las características de cada individuo, las relaciones sociales y las condiciones de vida ecológicas y socioeconómicas.

## **Ocio y recreación en el adulto mayor**

De acuerdo con la revista Eumed.net, indica que el ocio son las ocupaciones a las que las personas puede dedicarse de forma completamente voluntaria después de culminar con sus deberes profesionales, familiares, y sociales, lo que les permitirá tener tiempo para descansar, divertirse, y vivir tranquilos para compartir su experiencia o su formación sin presión, o poder participar de manera altruista con la comunidad. Rodríguez (2019).

La recreación es la forma de como escapar de las presiones que causan el aburrimiento producto de la monotonía, también, ayuda al adulto mayor a mantener activo su cuerpo y mente, para lograr el equilibrio que le va a dar placer de forma tanto individual como grupal.

Según la OMS en el artículo “La actividad física en los adultos mayores” informa que para los adultos mayores la actividad física debe enmarcarse en acciones recreativas o de ocio, desplazamientos (paseos caminando o en bicicleta), actividades ocupacionales (cuando la persona todavía pueda realizar labores), juegos, tareas domésticas, deportes o ejercicios programados, en el contexto de las actividades diarias, familiares y comunitarias, para mejorar la calidad de vida de estas personas, y fomentar estilos de vida más saludable a esta edad. (OMS, 2020).

### **Beneficios de los juegos en el adulto mayor**

El hombre cuando llega a la tercera edad debe tener un modo de vida óptimo, para lo cual el anciano debe tener una actividad física metódica, compartida con otras personas de su edad, lo que le permitirá fortalecer su vida social y emocional, para ir mejorando adecuadamente (Martin, 2018 consultado en Tomalá, 2020).

Las actividades lúdicas contribuyen al proceso de socialización entre varios seres, desempeñando una función de integración y rehabilitación, donde, el objetivo de esta clase de terapia está dirigido al estudio de individuos que se encuentran pasando por la tercera edad, desarrollen destrezas físicas y perceptivas, adquiriendo facultades de mucho beneficio para la salud, con lo cual evitará enfermedades propias de la edad como osteoporosis, cardiovasculares entre otras. Tomalá (2020).

Con el juego los individuos adquieren conocimientos, habilidades y, sobre todo le permite conocerse así mismo, a sus semejantes y al entorno que los rodea (Posligua, 2017, consultado en Tomalá, 2020); es decir, que la lucidez con la que lleguen las personas a la vejez va a ser distinta, porque, influye las relaciones interpersonales que han mantenido y que tan satisfechos están de haber disfrutado de la vida.

El juego establece el fomento de lazos afectivos de manera placentera y saludable; el juego permite relajarnos con lo que se ahuyenta el estrés, la ansiedad, la depresión y todo tipo de emociones negativas y es por este medio que el individuo descubre la capacidad de transformar la realidad desarrollando juegos creadores, empleando representaciones y símbolos (Stefani, 2014 consultado en Tomalá, 2020).

. Las rutinas lúdicas para los adultos mayores tienen muchos beneficios como, mantener su mente ocupada, y que sientan que son parte de un grupo, con lo que se estimula la comunicación, el aprendizaje y la memorización de tareas nuevas u olvidadas lo que genera autoconfianza en sí mismos. La mayoría de los terapeutas ven a la lúdica como una estrategia de motivación precisa para fomentar valores, reforzar conocimientos a nivel psíquico y físico, a través de la asociación de ideas facilitándole de esta forma adquirir capacidades que fortifiquen el proceso de madurez. Tomalá (2020).

### **¿Qué es oferta de producto turístico?**

(Fisher, 2011 consultado en Granizo, 2017, pag 17) en su investigación considera que la oferta “son las cantidades de un producto que los fabricantes están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”. No siempre incluye como base un producto tangible. Contiene un producto social vinculados a estímulos para que adopten acciones que conduzcan a adquirir el producto, como, permitir hacer una llamada telefónica, poner sus datos en un cupón y enviar, suscribir una petición, etc. La cantidad de incentivos es directamente proporcional a la probabilidad de que se adquiera el producto (Kotler,1992 consultado en Granizo, 2017).

De acuerdo con la investigación de (Granizo, 2017) define:

“Conceptualmente, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con la intención de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas. En la práctica, puede ser visto como una mezcla de atracciones, alojamientos y entretenimientos. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los elementos que lo completan, a saber: los atractivos turísticos, las facilidades para el disfrute de estos, y las posibilidades de acceso al lugar en donde se ofrecen los atractivos y facilidades” (Acerenza, 2005 consultado en Molina, 2017, p, 17).

## **Diagnóstico turístico**

### **Generalidades**

El diagnóstico turístico es el proceso de planificación, el cual sirve para establecer y evaluar la situación de un destino en un momento determinado, también, el diagnóstico es un destino de corte temporal, que marca una diferencia entre la



situación del turismo antes y, los resultados que obtienen después de aplicar las acciones o estrategias de planificación turística en un destino. Quijano (2009).

### **Facilidades turísticas**

Las facilidades turísticas como: gastronomía, amenidades turísticas, alojamiento, infraestructura y servicios convenientes para el turista, accesibilidad y transporte son las que colaboran en la generación y constitución del producto turístico. Estas facilidades son las que al recurso turístico lo constituye en un producto turístico, donde, la calidad es el instrumento de integración de los diversos componentes de este. Castro (2016).

Las facilidades turísticas son las que al momento de decidir qué determinado lugar visitar, elijamos el mejor destino, si este lugar cuenta con todas las facilidades será el que tenga la preferencia para ser visitado, lo importante es que el individuo se sienta como en casa, que su estancia sea agradable para que en su mente quede posicionado para regresar y recomendarlo a su círculo social. Gudiño (2016).

### **Estudio de mercado**

#### **Generalidades**

Para Naresh Malhotra el estudio de mercado lo clasifica dentro del tipo de investigación descriptiva (investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros. (Malhotra, 2008).

Un estudio de mercado es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Malhotra, 2008).

#### **Investigación de mercados**

“Es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y, solución de problemas y oportunidades de marketing”. Malhotra (2008).

En definitiva, es una herramienta útil que permite a la empresa obtener información relevante para establecer las políticas, objetivos, planes y estrategias para alcanzar los fines de acuerdo con sus intereses.

### **Segmentación de mercado**

Para segmentar el mercado de consumo se utilizan dos grupos de variables, en el primer grupo los investigadores delimitan los segmentos en función de las características descriptivas de los consumidores: geográficas, demográficas y psicográficas. Luego, analizan si los segmentos de consumidores presentan diferentes necesidades ante los productos. Por ejemplo, examinan si existen diferentes posturas hacia la seguridad como atributo de los sitios turísticos por parte de los “profesionales”, “trabajadores con ingresos bajos” y otros grupos.

El segundo grupo de investigadores se enfocan en las consideraciones “conductuales” para definir los segmentos; por ejemplo, analizan cual es la respuesta de los consumidores ante las ventajas de un producto, cuantas veces lo visitan o cambian de lugar. Una vez que se definan los segmentos, los investigadores buscan las diferentes características asociadas con cada uno.

Por ejemplo, se podría investigar si las personas buscan “calidad” en lugar de” precio bajo” a la hora de visitar un lugar comparten características geográficas, demográficas o psicográficas. Independientemente de la segmentación que se utilice, la clave es que el programa de marketing se ajuste de forma rentable a las diferencias de los consumidores.

### **Demanda turística**

De acuerdo con los estudios realizados uno de los ejes principales del sistema turístico son los turistas, también, los aspectos geomorfológicos y orográficos de un destino, la demanda turística es la cantidad de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir, a determinados precios y a determinados niveles de rentas. Romero (2014).

En el estudio que realiza la OMT Introducción al turismo (1998), afirma que: la definición de demanda turística varía según los intereses que muevan al investigador. Así, un economista se centrará en la demanda desde el punto de vista del consumo, un psicólogo se interesará más en el comportamiento y las motivaciones de dicha demanda (OMT, 1998, pág. 61).

La demanda en el sector turístico es aquella que abarca al individuo o al conjunto de personas que viajan y se trasladan, fuera de su domicilio habitual por un periodo de tiempo máximo a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, en concordancia con la definición de OMT, para consumir productos y servicios turísticos de acuerdo con los diferentes intereses, necesidades y deseos. Romero (2014).

### **Tipos de demanda turística.**

Se puede dividir dos categorías “Ver Tabla 4”:

*Tabla 4*  
*Tipos de demanda*

<b>Categorías</b>	<b>Definición</b>
<b>Nacional:</b>	Aquella que viaja por el interior de su propio país donde habita
<b>Internacional:</b>	Aquella que viaja fuera de su propio país de residencia.

*Nota:* Adaptado de Productos, servicios y destinos turísticos (Romero, 2014)

La OMT menciona al visitante internacional y visitante interno cuando se refiere al turista, porque, su incentivo principal no es el de realizar una actividad remunerada. También, se incluye en la clasificación de turista al que pernocta, al excursionista y al que realiza la actividad en un solo día. La demanda clasifica al turismo en función de su lugar de origen y de destino. Romero (2014).

### **Oferta turística**

La oferta turística básica comprende los elementos que conforman el producto turístico, exclusivamente los intermediarios turísticos, el transporte, el alojamiento, alimentación, artesanías y los atractivos turísticos tangibles como las playas e intangibles como el avistamiento de aves. La oferta complementaria es el conjunto de productos y servicios que solicitan los turistas mientras disfrutan de su estadía en el sitio de destino. La oferta turística es “Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado para su disfrute y consumo”. Romero (2014).

### Componentes de la oferta turística.

La oferta turística se compone por: Recursos turísticos, Planta Turística e Infraestructura. En la figura 4, se puede apreciar la oferta turística básica como la complementaria, cuya base está en aquellos productos y servicios utilizados por el turista, pero que no son considerados exclusivamente de carácter turístico. La oferta turística se compone de recursos turísticos, las infraestructuras y las empresas turísticas.



Figura 3. Infraestructura y recursos turísticos. Tomado de: Google



Figura 4. Marketing turístico. Tomado de: Google

Para que la oferta turística tenga el éxito deseado siempre deberá ser necesaria la intervención imprescindible de la labor del marketing turístico, puesto que este convierte el poder de compra en demanda efectiva de los servicios y productos turísticos. Romero (2014).

## Publicidad

### Generalidades

La publicidad es cualquier tipo de información impersonal pagada, en la que un patrocinador conocido presenta y promueve ideas, productos o servicios. Los anuncios constituyen una forma efectiva de diseminar mensajes, ya sea para crear preferencia de marca o para educar consumidores (Kotler, 2006, pág. 568).

La publicidad es la comunicación impersonal constituida y compuesta de información, la mayoría es pagada y su naturaleza es persuasiva, con respecto a productos como: bienes, servicios e ideas, por patrocinadores reconocidos a través de varios medios.

También, es un medio muy estructurado de comunicación que utiliza elementos verbales y no verbales, además, hay publicidad que es gratuita, con lo que pretende ganar consumidores para un producto, servicio o idea (Thompson, 2005). Para la presente investigación la publicidad es clave para posicionarnos en la mente del turista adulto mayor.

ya que Salinas en los actuales momentos está p

### Características de la publicidad

Tabla 5

Características de la publicidad

Características	Descripción
<b>Tiene un fin promocional</b>	La publicidad se caracteriza porque es un tipo de comunicación que procura que se conozca un producto o servicio e incita las ventas de este. Hay que distinguir bien la diferencia entre propaganda y publicidad, la propaganda tiene como fin influir en la ideología y la manera de pensar de la población.
<b>Su principal función es persuadir</b>	Para lograr incrementar las ventas que es el principal objetivo de la publicidad, tiene que convencer a la clientela de que el producto o servicio de su empresa es mejor que el de la competencia, el cual, resolverá la necesidad del consumidor o mejorará su existencia de alguna manera.
<b>Se dirige a un público objetivo</b>	Por tradición, la publicidad ha usado los medios de comunicación masiva entre los que destacan la radio y la televisión, con lo que ha logrado llegar a una audiencia masiva, con un fin específico que es el de influir en un segmento específico del público.
<b>Tiene un costo para el anunciante</b>	Para hacer publicidad las empresas tienen que invertir en: tiempo, recursos y dinero. Por lo general, el modelo publicitario se fundamenta en que el anunciante cobra una cantidad pactado para la difusión. Con esta inversión en publicidad se espera que se aumente los beneficios de la empresa, y que el beneficio sea mayor al costo invertido

Nota: Adaptado de 10 Características Fundamentales de la Publicidad (Quiroz, 2019).

## **Animación turística**

### **Generalidades**

De acuerdo con la OMT la animación turística “Es toda acción realizada en o sobre un grupo, colectividad o medio, con la intención de desarrollar la comunicación y garantizar la vida social”. Las técnicas que emplea la animación turística están marcando el futuro del turismo, enfocado a la inclusión con sentido de responsabilidad social, suministrando ese patrimonio donde se encuentra vivo: en las tradiciones culturales, costumbres sociales de familias religiosas conservadoras o lugareños de origen. Sentirse orgulloso de presentar lo propio, es lo que marca la forma de hacer turismo, a través de la animación (Morfín, 2017).

La animación turística brinda la oportunidad no sólo de conocer el lugar visitado, sino también que debemos sentir que somos parte de esa riqueza cultural, a estos sucesos de los lugares que son tradicionales en ciertos periodos fijos, que nos permitirán adquirir un conocimiento propio, que lo mantendremos más tiempo que una imagen o un simple haber estado, esto, es la riqueza que nos deja de manera individual. (Morfín, 2017).

Desde la propuesta de investigación compleja, la animación turística analiza y toma al turismo como un agente intermediario entre la humanidad y la naturaleza, presentando temas tales como la transversalidad, agentes de cambio, resiliencia, interinstitucional, talento humano, aprendizaje colectivo, alfabetización socio ecológica, cultura y la gastronomía de la región. (Morfín, 2017).

Por lo descrito, es importante proponer que la animación turística no sólo sea para la construcción de un diálogo de saberes, sino también como intermediario de los procesos de concientización de que el planeta necesita que los turistas sean solidarios y respetuosos de la sociedad y del ecosistema del territorio, denominado destino (Morfín, 2017)

### **Actividad recreativa**

La vejez es un período donde la posibilidad de sufrir pérdidas es considerable, las más comunes son: fisiológicas, sociales y psicológicas, en igual magnitud las capacidades físicas, el aspecto físico, el estatus social, la responsabilidad social y familiar, de personas influyentes, lo que afecta su estado de ánimo. Las actividades recreativas en la tercera edad no deben faltar, porque, mantienen el equilibrio biopsico-

emocional cuando se mantienen activos, útiles hace que se sientan integrados socialmente (Morales, 2016).

El estado anímico del adulto mayor es esencial, para que interactúe y participe en las actividades familiares, con la sociedad y con el medio donde se desarrolla, el deterioro no se puede parar cuando la persona envejece, sin embargo, con la actividad física podemos desacelerar el proceso. Por lo descrito, el juego recreativo y el deporte social es una política de derecho (Morales, 2016).

### **Actividad terapéutica en los adultos mayores**

Se refiere a la prevención, el diagnóstico y tratamiento de enfermedades tanto físicas como mentales, además, de mejorar los sistemas de dichas dolencias, también la regulación del estado físico y mental que favorecerá al organismo. Tabares (2018).

Los beneficios de las actividades terapéuticas son medicinales, las cuales logran un efectivo y completo restablecimiento de la salud, mediante lo cual se promueve una vida plena en todas las etapas del ser humano. Con las actividades terapéuticas se obtiene un impacto positivo en el organismo para el bienestar de este. Son importantes las actividades terapéuticas para el ser humano debido a que ayudan a conservar la salud y el bienestar, además, que promueve el rejuvenecimiento de los sistemas del organismo para mejorar la calidad de vida a las personas. Tabares (2018).

### **Marco Legal**

En la República del Ecuador mediante la Constitución, Leyes, Acuerdos y Ordenanzas se protege y se incluye las personas adultas mayores para que sean partícipes de las actividades turísticas.

### **La Constitución de la República del Ecuador, 2008.**

La Constitución de la República del Ecuador aprobada en el año 2008, en el Título II Derechos, capítulo tercero “Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria”, sección primera “Adultos y Adultas mayores” legisla en el:

*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.*

En el artículo 38, establece que se instituirán políticas públicas y programas de cuidados a los adultos mayores y, que fomentara el mayor grado posible de autonomía personal y participación en la ejecución de estas políticas.

En el mismo artículo:

*Numeral 3 el estado tomará medidas de “Desarrollo de programas y políticas destinadas a fomentar su autonomía personal, disminuir su dependencia y conseguir su plena integración social; y,*

*Numeral 5 “Desarrollo de programas destinados a fomentar la realización de actividades recreativas y espirituales”.*

### **Ley Orgánica de las Personas adultas mayores, 2019**

De acuerdo con la Ley Orgánica de las Personas adultas mayores emitida en mayo del 2019 en el Título I Principios y disposiciones Fundamentales Art. 3.- Fines. La presente Ley tiene las siguientes finalidades: literal b) “Impulsar el cumplimiento de mecanismos de promoción, asistencia, exigibilidad, protección y restitución de los derechos y garantizar el derecho a la igualdad y no discriminación”;

“...literal c) Orientar políticas, planes y programas por parte del Estado que respondan a las necesidades de los adultos mayores y promuevan un envejecimiento saludable” (...) y,

“...literal e) Garantizar y promover la integración, participación ciudadana activa e inclusión plena y efectiva de las personas adultas mayores, en los ámbitos de construcción de políticas públicas, así como en actividades políticas, sociales, deportivas, culturales y cívicas” (...).

Y en la misma Ley Art. 4.- Principios fundamentales y Enfoques de atención. Para la aplicación de la presente Ley, se tendrán como principios rectores:

“...literal c) Integración e inclusión: Se garantiza de manera progresiva la incorporación de las personas adultas mayores, en las actividades públicas y privadas que sean de su interés, valorando y respetando la diversidad humana con el objetivo de convivir, contribuir y construir oportunidades reales para el ejercicio de sus derechos” (...) y,

“...literal f) Participación Activa: Se procurará la intervención protagónica de las personas adultas mayores, en todos los espacios públicos de toma de decisiones, en el diseño, elaboración y ejecución de planes, programas y proyectos que sean de su interés. El Estado proveerá los mecanismos y



*medidas necesarias para su participación plena y efectiva, con valoración especial sobre sus vivencias y conocimientos, en el desarrollo social, económico, cultural y político del Estado” (...).*

### **Código Ético Mundial para el Turismo**

El Código Ético Mundial para el Turismo “Prepararse para el nuevo Milenio”, es un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial, donde, se afirma el derecho al turismo y la libertad de desplazamiento turístico y, expresa la voluntad de promover el orden turístico mundial equitativo responsable y sostenible.

También, proclama con este fin los Principios del Código Ético Mundial para el Turismo que en su artículo 7 “Derecho al Turismo” manifiesta lo siguiente:

*Numeral 1. “La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta2;*

*Numeral 3. “Con el apoyo de las autoridades, se desarrollará el turismo social, en particular en los viajes y a las vacaciones”; y,*

*Numeral 4. “Se fomentará y se facilitará el turismo de las familias, de los jóvenes y de los estudiantes, de las personas mayores y de las que padecen discapacidades”. Con respecto al Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021 “Toda una vida” en el objetivo 1: “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas” en las Políticas propone en los:*

*Numerales 1.8 “Garantizar el acceso a una vivienda adecuada y digna, con pertinencia cultural y a un entorno seguro, que incluya la provisión y calidad de los bienes y servicios públicos vinculados al hábitat: suelo, energía, movilidad, transporte, agua y saneamiento, calidad ambiental, espacio público seguro y recreación”; y,*

*Numeral 1.15 “Promover el uso y el disfrute de un hábitat seguro, que permita el acceso equitativo a los espacios públicos con enfoque inclusivo”.*

### **Marco Referencial**

Las investigaciones internacionales sobre el turismo de los Adultos Mayores, realizadas en el continente americano que tienen relación con la presente tesis, se hallaron las siguientes:

### **Los adultos mayores como consumidores de turismo (Argentina).**

El trabajo está centrado en los adultos mayores, un sector que se presenta prometedor para el desarrollo del turismo. Específicamente analiza de manera crítica el segmento de adultos mayores de la ciudad de Bahía Blanca como potenciales consumidores de turismo.

Para tener un conocimiento relevante de la realidad de los adultos mayores de la ciudad de Bahía Blanca como consumidores de turismo, se definieron tres unidades de análisis: Adultos mayores de la ciudad de Bahía Blanca, Agentes de viaje de la ciudad de Bahía Blanca y Representantes de las instituciones a nivel nacional, provincial y municipal vinculadas a Programas de Turismo Social.

El estudio realizado aporta con la sugerencia de que la implementación de las políticas públicas orientadas al turismo accesible, mediante el abatimiento de las barreras, tendrían un efecto positivo en la demanda turística y, consecuentemente, beneficiarían el sector (Murello, 2017).

### **Análisis del turismo de adultos mayores en México**

En México, el turismo es un segmento económico fructífero, donde, se destaca como una actividad importante para la economía nacional; en el año 2017 México se destacó como una potencia turística a nivel global con 21 mil 333 millones de divisas captadas y 39.3 millones de turistas internacionales. El análisis tiene la finalidad de identificar y analizar el segmento de adultos mayores como consumidores de turismo en México.

Según la Secretaría de Turismo del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos en el año 2018, los turistas que llegaron a México lo hicieron mediante información que obtuvieron en internet (87.2%), en agencias de viajes (34.3%), recomendaciones de amigos y familiares (23.5%), y revistas especializadas en turismo (12%). El 96% de los turistas realizaron reservaciones de servicios de transportes, en diferentes medios.

La investigación contribuye con información relevante de que el turismo de la tercera edad es un nicho de oportunidad para el desarrollo económico de un país, un

segmento que puede acrecentar los ingresos, empleos y consumo que los turistas aportan al país que visitan. Vidal (2019).

### **Producto turístico para adultos mayores vulnerables económicamente de la fundación Centro noche Restrepo 2 de Bogotá en el municipio de Pandi Cundinamarca.**

Con el propósito de diseñar un producto turístico, en la investigación se desarrolló el proceso de análisis de los factores encauzados al estudio del adulto mayor vulnerable económicamente. Utilizando como sujeto de estudio la población residente en el centro noche de Restrepo 2 ubicado en la ciudad de Bogotá.

El trabajo se fundamenta dentro de la política de responsabilidad social y, busca crear fuentes de entretenimiento para la comunidad a la vez que se promueve el turismo en el municipio. Con una investigación de tipo descriptivo y utilizando un enfoque mixto, la investigación concluye: que la población del adulto mayor que está en condiciones de pobreza no dispone de suficientes recursos propios para participar en actividades de turismo, porque, sus ingresos los utiliza en el diario vivir y satisfacer sus necesidades básicas, a pesar de gozar de buena salud y poder realizar ciertos tipos de actividades turísticas.

Por su condición de adultos mayores no pueden financiar este tipo de actividades, por lo que, la búsqueda de capitales por parte de empresas y estado que estén interesados en financiar estos proyectos de fomentación al turismo y en ayudar a la comunidad de la tercera edad, es de carácter vital para el desarrollo del turismo en lugares con potencial turístico. La ejecución de estos sería el punto de partida para la publicidad y, aceptación externa de este municipio que empezaría a asentarse como un destino turístico en el país. Rocha (2018).

### **Las Universidades Nacionales también aportan con Investigaciones Referentes al Producto Turístico para Adultos Mayores como:**

#### **Creación de un Producto Turístico Gerontológico para el cantón Santa Elena, año 2015.**

Borbor (2015) realiza una investigación cuyo objetivo es “Diseñar un producto turístico gerontológico para el cantón Santa Elena”, donde, se destaca la importancia de un desarrollo turístico para la tercera edad, se analizaron las ventajas y desventajas

de esta etapa de la vida, enfocadas en el turismo, donde, tuvieron que ser precisos al momento de diseñar las opciones de viajes para el adulto mayor, considerando el aspecto físico, biológico, psicológico, económico y social de estas personas.

Se aplicaron las encuestas y entrevistas a una muestra de 246. Con los resultados obtenidos se escogieron los atractivos del cantón, que más se ajustan a las necesidades y motivaciones del adulto mayor, y se diseñó el “Producto Turístico Gerontológico Años en plenitud”, donde se oferta un servicio de calidad y que a la vez mejorará la economía de este cantón.

Por lo que, recomienda que se debe trabajar en equipo para optimizar recursos con empresas públicas y privadas, involucradas con el turismo para capacitar a 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.

#### **Diseño de una guía turística dirigida a adultos mayores en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, año 2017.**

Carrillo (2017) en su trabajo propone diseñar una guía turística mediante el aprovechamiento de las posibilidades recreativas en el Cantón, dirigido al adulto mayor considerando sus necesidades. La información se la obtuvo de una muestra de 584 personas compuesta por 384 adultos mayores que visitan el cantón Baños de Agua Santa y 200 prestadores de servicios turísticos en el Cantón, a las cuales se le aplicaron las encuestas y las entrevistas, con los resultados obtenidos se diseñó la guía turística.

La recomendación de la investigación es que se debe difundir la guía turística, utilizando los medios tradicionales para el turista nacional y las redes sociales para los extranjeros, también, que tiene que ser utilizada por los prestadores de servicios turísticos de la provincia, para que conozcan los adultos mayores los productos ofertados, porque el cantón Baños de Agua Santa tiene recursos potenciales que deben ser aprovechados para el desarrollo local.

#### **Diseño de productos turísticos para personas con discapacidad motriz en el destino Guayaquil, año 2018.**

En el trabajo que realiza De la Cruz (2018) tiene como objetivo diseñar productos turísticos para influir en la disposición de las personas con discapacidad motriz en viajar o recorrer la ciudad de Guayaquil y que conozcan los diferentes

atractivos, por lo que, se planteó el diseño de dos productos turísticos: el mejoramiento de la planta turística (alojamiento y restauración), transporte terrestre, y, el uso de las facilidades.

El primer producto se diseñó para los turistas nacionales y el segundo para las que viven en la ciudad de Guayaquil. Mediante encuestas se obtuvo el resultado de la demanda, con lo que se demostró que las personas con discapacidad motriz si quieren conocer la ciudad. Y, por intermedio de fichas metodológicas, se valuó la planta turística (Hoteles y Restaurantes), con lo que se constató el porcentaje de accesibilidad.

También, se realizó entrevistas con agencias turísticas de la ciudad y con una agencia especializada en este negocio, con lo que se conoció su apreciación si la ciudad cuenta con accesibilidad, además, con ocho representantes de organizaciones que trabajan con personas con discapacidad motriz se realizó un grupo focal, los cuales estuvieron de acuerdo con apoyar al proyecto que beneficia e incluye al sector turístico, porque es escasa la labor en beneficio de estas personas.

## **Capítulo 2**

### **Metodología de la Investigación**

#### **Tipo de estudio**

De acuerdo con el nivel de conocimiento científico como la observación, la descripción y la explicación, con el que se pretende llegar a investigar, se tiene que proponer el tipo de estudio, cuyo propósito es definir el tipo de información necesaria y el nivel de análisis a realizar. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 228). Para el presente trabajo se lo ejecutó con tipos de estudios que nos proporcionaron información acertada y relevante, para lo cual se utilizaron los siguientes:

#### **Estudio exploratorios**

Tienen como propósito exponer el problema de tal manera que posibilite la indagación precisa o la comprobación de la hipótesis, además, permite familiarizar al investigador con el problema planteado, esclarecer conceptos, establecer preferencias para futuras investigaciones. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 229). A través de este tipo de estudio se obtuvo el conocimiento previo sobre el problema planteado y los trabajos llevado a cabo por investigación, y la información adquirida por medio de relatos.

#### **Estudio descriptivo**

Con este estudio se definen características del universo de investigación, se identifican las conductas y actitudes de la población total investigada, se establecen comportamientos determinados y se revela y evidencia la asociación entre variables de investigación. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 231). Con este estudio se pudo recolectar la información mediante los cuestionarios, las entrevistas y la observación, con el muestreo se obtuvo la información a la que sometió al proceso de codificación, tabulación y análisis estadísticos.

#### **Estudio explicativo**

Esta direccionado a demostrar si se cumple o no la hipótesis de tercer grado, para lo cual se tiene que identificar y analizar las causales descrita en la variable independiente y sus efectos, que a su vez se expresan en hechos enunciados en la variable dependiente. Para el investigador implica esfuerzo y debe tener capacidad de

análisis, síntesis e interpretación. Se debe tener un conocimiento total del marco de referencia teórico, así como una excelente formulación y operacionalización de la hipótesis de estudio. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 232). Este estudio nos permitió conocer las causas y los efectos que originaron el problema, mediante la interpretación de los resultados para determinar si se cumplió con el planteamiento de la hipótesis.

### **Método de investigación**

Lo compone el conjunto de procesos que tienen que ejecutarse al emprender una investigación y demostrar la verdad, el método nos permite ejecutar el procedimiento organizado y lógico para llegar a la observación, descripción y explicación de la realidad. El propósito de lo investigado establece el tipo de método apropiado para llevar a cabo el trabajo. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 238). El presente trabajo se lo ejecutó con métodos que nos proporcionen información acertada y relevante para optimizar recursos, para lo cual se utilizaron los siguientes:

### **Método de análisis**

Por medio del análisis se inicia el proceso de conocimiento con la identificación de cada parte que determina una realidad, y por este medio se establecerá la relación causa-efecto entre las partes que componen lo que se investiga. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 242).

Este método es necesario aplicarlo en la investigación, porque, el conocimiento de la realidad del producto turístico para adultos mayores, lo podemos obtener conociendo las partes más simples, e ir ascendiendo poco a poco al conocimiento de lo más complejo como es el diseño. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 242).

### **Método de síntesis**

La síntesis se inicia a partir de la interacción de las partes que componen el objeto de estudio, cada una de estas puede vincularse al conjunto, de acuerdo con la función que desempeñan con respecto al problema investigado. Por lo que, síntesis y análisis son dos procesos complementarios, y el orden es que al análisis le sigue la síntesis. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 242).

## **Método de observación**

Es el proceso a través del cual se distinguen premeditadamente alguna cualidad que existe en la realidad, por medio de un bosquejo conceptual previo, con base en propósitos determinados generalmente por una hipótesis que se quiere comprobar. (Mendez Alvarez, 2006, pág. 238). El procedimiento de la observación es importante para este trabajo, porque, se va a emplear como método para obtener información, ya que esta no solo se encuentra en las fuentes secundarias y encuestas.

## **Consulta a Especialistas**

El vocablo especialista atañe al ejercicio de la profesión que tiene relación con el tema que se investiga. Se considera especialista al profesional que ejerce una rama determinada de la ciencia. Para nuestra investigación esta forma de recolección de información relevante y de interactuar con personas conocedoras del tema, aportara con argumentos específicos para el diseño del producto turístico para adultos mayores, porque, se formulan preguntas estableciendo un diálogo distintivo, donde, se busca recoger información de una fuente confiable.

## **Enfoque de la investigación**

El enfoque abarca el proceso, las etapas y los elementos que se desarrollan desde el principio hasta el término de la investigación, para lo cual cada enfoque contiene características diferentes, y de acuerdo con los objetivos de la investigación se adopta el enfoque más conveniente. (Mata Solis, 2019). Para el presente trabajo se lo hará con los parámetros del enfoque etnográfico.

## **Enfoque etnográfico**

*“La etnografía es aquella rama de la antropología que estudia descriptivamente las culturas”*. El enfoque etnográfico estriba en la evidencia de que las tradiciones, roles, valores y normas del ambiente donde se vive se empoderan paulatinamente y crean disciplinas que permiten explicar las conductas adoptadas individuales y de grupo en forma apropiada.

En consecuencia, los miembros de una etnia, cultural o situacional tienen una organización lógica o de razonamiento que no se puede explicar, pero se muestra en diferentes etapas de su vida. (Martinez, 2005, pág. 2). El enfoque etnográfico se adecua



a nuestra investigación, porque, la población de estudio son los adultos mayores los cuales tienen arraigados costumbres y saberes.

### **Métodos estadísticos**

“La estadística la conforman dos funciones: la primera es la descripción y el resumen de la información con la finalidad que aporte datos relevantes, y la segunda es la inducción, para formular generalidades de una determinada población con base de una muestra calculada de la misma” (Hubert M. Blalock, 1999, pág. 16).

El análisis estadístico es un método efectivo para deducir valores de datos psicológicos, sociales, económicos, políticos entre otros, el cual es una herramienta para predecir, relacionar y analizar dichos datos. Para la presente investigación utilizaremos los siguientes análisis:

### **Análisis porcentual**

Consiste en inducir una serie de cantidades a porcentaje sobre la base dada. También, se lo conoce como análisis vertical, porque, va de arriba hacia abajo. Este análisis nos facilitará la interpretación de los resultados durante la investigación de lo que está aconteciendo y, cuál es el porcentaje de participación de las personas que componen la muestra de acuerdo con los parámetros planteados. (Borbor Gonzabay, 2015, pág. 54).

### **Población y muestra**

Esta metodología nos permite por medio de la aplicación de una fórmula obtener la muestra una vez determinada la población. La muestra es la cantidad de personas que se entrevistarán y se encuestarán, con la finalidad de obtener información relevante que nos sirva para diseñar el producto turístico. La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 N . p . q .}{e^2 (N - 1) + Z^2 . p . q}$$

### **Población.**

El objetivo de los proyectos de investigación de mercados es obtener información sobre las características o delimitaciones de la población. “Una población es la suma de todos los elementos que comparten algún conjunto de características y que constituyen el universo para los propósitos del problema de la investigación de

*mercados*”. Los parámetros de la población son números, como la proporción de consumidores que son leales a una determinada marca de productos alimenticios. Malhotra (2008).

La población escogida para la presente investigación tiene incidencia directa en el turismo del cantón Salinas. Para la entrevista se escogió Director de Turismo de GAD Municipal de Salinas, y para las encuestas a los turistas adultos mayores y sus acompañantes que visitan el cantón Salinas. De acuerdo con las cifras del Censo de Población y Vivienda de 2010, las provincias de Pichincha y Guayas son las que más población de adultos mayores tienen, superando los 90.000 habitantes.

También indica solo el 23% de la población con 60 años o más está afiliada al IESS, siendo estas las personas que nos interesan para el objetivo de la investigación las cuales nos la cantidad de 20.700 adultos mayores y según el estudio que realiza (Padilla, Linzan, & Villao, 2019) indica que la mayoría de los turistas proviene de Guayas 25% y de Pichincha el 11% los que nos da una población de 7.452 adultos mayores.

### **Muestra.**

Una muestra es un “*subgrupo de la población que se selecciona para participar en el estudio*”. Las características de la muestra llamadas estadísticos, sirven para hacer deducciones sobre los cuantificaciones de la población. Las deducciones que vinculan las características de la muestra y los parámetros de la población son procedimientos de estimación y pruebas de hipótesis. Malhotra (2008).

Con una población de 7.452 adultos mayores calculamos la muestra:

$$n = \frac{1,96^2(7452)(0,5)(0,5)}{0,0978^2(7452 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416(7452)(0,5)(0,5)}{0.00956484(7451) + 3,8416(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{7156,9008}{72,22802284}$$

$$n = 100$$

n = Tamaño muestra

N =Tamaño conocido de la población	
Z = Nivel de confianza	95%
p= probabilidad que se cumpla la hipótesis	5%
q= probabilidad que no se cumpla	5%
e = Error muestral	

En la Tabla 6 se resumen las técnicas y las cantidades que se aplicarán:

*Tabla 6.*  
Técnicas, entidades y cantidades para la investigación

<b>Técnica</b>	<b>Entidades</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Entrevista</b>	Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas	1
<b>Encuesta</b>	Adultos mayores de 65 a 90 años	50
	Adultos de 40 a 55 años	50

*Fuente:* Investigación

### **Encuesta**

Es una herramienta esencial para el estudio de las relaciones sociales, para nuestro caso (adultos mayores, servidores turísticos públicos y privados, esta técnica cuantitativa nos permitirá obtener información a través de preguntas previamente establecidas en un cuestionario, donde, el encuestado tendrá diferentes alternativas de respuesta.

### **Entrevista**

Es el proceso de comunicación que se realiza comúnmente entre dos personas, donde, el que entrevista obtiene información del entrevistado de forma directa. Esta técnica es un instrumento de recolección de información cualitativa, la cual tiene el propósito de conocer como describe el entorno donde se desarrolla el experto del tema investigado.

## Capítulo 3

### Resultados y Discusión

#### Diagnóstico de la Zona de Estudio

##### Antecedente del cantón Salinas

Salinas se inició como recinto del cantón Santa Elena hasta el año 1929 que fue elevada a parroquia. El 22 de diciembre de 1937 mediante decreto supremo del gobierno del Gral. Alberto Enríquez Gallo fue designado cantón, esto influyó mucho en su desarrollo y crecimiento. Es el principal balneario de la provincia de Santa Elena y del país.

##### Aspecto biofísico

##### Ubicación y extensión

El cantón Salinas se encuentra ubicado a 144 Km. de la ciudad de Guayaquil en el extremo más saliente de la costa del pacifico sur. La ciudad se ubica en la parte occidental de la Provincia de Santa Elena, en la puntilla de Santa Elena, que es el extremo occidental del Ecuador continental “ver Figura 6. Su nombre deriva de su fuente inagotable de sal sus coordenadas son  $2^{\circ}13'00''S80^{\circ}57'00''O$  (Datos recuperados de la página web [www.salinas.gob.ec](http://www.salinas.gob.ec)).



Figura 5. Posición del cantón Salinas.

Tomado de: [https://www.ecured.cu/images/8/87/Sta\\_elen\\_a\\_mapa.jpg](https://www.ecured.cu/images/8/87/Sta_elen_a_mapa.jpg)

## Extensión Territorial

El total de la extensión territorial del cantón Salinas es de 68,70 Km<sup>2</sup> “ver Tabla 7”.

Tabla 7  
Extensión Territorial

No.	Zona	Parroquia	Km <sup>2</sup>
1	Urbana o Cabecera Cantonal	Salinas	25,80
1	Rural	José Luis Tamayo	8,80
2		Anconcito	34,10
<b>Total</b>			<b>68,70</b>

Nota: Recuperado de la página Web [www.salinas.gob.ec](http://www.salinas.gob.ec).

## Límites

Tanto del Norte, Sur y Este colindan con El Océano Pacífico, y al este con el cantón La Libertad “ver Tabla 8”.

Tabla 8

Límites del cantón

Puntos Cardinales	Colinda con
Norte	Océano Pacífico
Sur	
Oeste	
Este	Cantón La Libertad

Nota: Adaptado de: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015- 2019 del GADM Salinas

## Hidrografía

No existen causas de agua importantes en la zona de estudio, excepto por el Estero de Punta Carnero donde se descargan las aguas de la Represa Velasco Ibarra y las aguas residuales de los laboratorios de larvas de camarón ubicados en los sectores de Mar Bravo y la Diablica.

El régimen hídrico de la represa es de carácter estacional, ya que depende de las escasas lluvias en esta región. Salinas carece de ríos de importancia, apenas pequeños esteros de invierno, que en épocas como las del fenómeno El Niño, recogen

considerable caudal de aguas lluvias y lo depositan en el mar. Los de mayor consideración son: Las Vegas (límite oriental del cantón), Salado, Tambo y Tortuga, las aguas de estos ríos son recolectadas en la represa Velasco Ibarra (Plan Estratégico 2003 citado en PDOT 2019).

### **Orografía**

Las elevaciones de Salinas son muy pequeñas destacándose: la colina de “Punta Carnero” y el Cerro de Salinas. Además, la ciudad posee “La Puntilla” una pequeña porción de tierra que se encuentra dentro del Océano Pacífico. Datos recuperados de la página Web [www.salinas.gob.ec](http://www.salinas.gob.ec).

### **Tipo de suelo**

Los suelos de Salinas se denominan salórtidos del orden de los aridisoles. El Material de este tipo de suelo corresponde a depósitos marinos y fluvio marinos recientes. El relieve es característico de las zonas del Litoral plano o sin ondulaciones, áreas también conocidas como salitrales porque predomina la arcilla y abundantes sales.

Las playas están formadas por arena fina a media localmente calcáreas con gravas y restos de conchas. (PDOT 2012-INIGEMM citado en PDOT 2019).

### **Aspecto socioeconómico**

#### **Población**

La población de Salinas “ver Tabla 9” está distribuida de la siguiente manera:

Tabla 9.  
*Distribución de la Población del cantón Salinas*

<b>No.</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Población</b>	<b>Zona</b>
<b>1</b>	Salinas	34.789	Urbana o Cabecera Cantonal
<b>1</b>	José Luis Tamayo	22.064	Rural
<b>2</b>	Anconcito	11.822	
<b>Total</b>		<b>68.675</b>	

*Nota:* Tomado de: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2019

El cantón Salinas tiene una población de 68.675 habitantes, esta representa el 22,25% del total de la población de la Provincia de Santa Elena; en la zona urbana habitan 34.789 habitantes y en el sector rural 33.886 personas, lo que representa el 50,66% y 49,34% respectivamente del total de la población del cantón Salinas (PDOT, 2014-2019).

### Parroquias urbanas y rurales

La cantidad de parroquias urbanas y rurales del cantón Salinas “ver Tabla 10” es la siguiente:

Tabla 10

*Parroquias Urbanas y Rurales del cantón Salinas*

No.	ZONA	PARROQUIAS
1	Urbana o Cabecera Cantonal	Enríquez Gallo
2		Carlos Espinoza Larrea
3		Vicente Rocafuerte
4		Santa Rosa
1	Rural	José Luis Tamayo
2		Anconcito

*Nota:* Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2019

El cantón Salinas tiene cuatro parroquias urbanas, que en su conjunto se les conoce como la cabecera cantonal y dos rurales, total 6 parroquias.

### Fiestas

La mayoría de los pobladores se relacionan con las fiestas tradicionales religiosas, porque el salinense es muy devoto de la religión católica, por lo que celebran casi la mayoría de las fiestas de acuerdo con el calendario católico. A continuación, “ver Tabla 11” se detallan los festejos religiosos y cívicos del cantón salinas:

Tabla 11  
Fiestas religiosas y cívicas

Denominación	Zona	Parroquia	Barrio
Fiesta Patronal Virgen de las Mercedes		Enríquez Gallo	Chipipe
Fiesta Patronal de San Lorenzo			San Lorenzo
Fiesta Patronal San Judas Tadeo	Urbana o Cabecera cantonal	Carlos Espinoza Larrea	Pueblo Nuevo
Fiesta de San Pedro (27 de junio)			Pedro José Rodríguez
Fiesta Patronal de Santa Rosa			
Fiesta Cristo del Pescador		Santa Rosa	Primero de enero
Fiesta Patronal de San Rafael	Rural	José Luis Tamayo	Centenario
Cantonización 22 de diciembre		Cantonal	
Vía Crucis del Viernes Santo			
Fiesta de los Fieles Difuntos (noviembre 2-3).		Nacional	

Nota: Tomado del: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial GADMS (PDOT, 2014-2019).

Asimismo, como las festividades religiosas y cívicas, a los ciudadanos les gustan celebrar las fiestas populares determinadas durante el año, como los aniversarios de barrios y las parroquias.

### Principales actividades económicas

Entre las actividades económicas que más se ejecutan en el cantón salinas está la pesca, el turismo, el procesamiento de sal y el comercio en general, también, se desarrollan otras actividades como, la cría de larvas de camarón, la extracción y procesamiento de petróleo, varias clases de manufacturas como la construcción y la elaboración de artesanías (PDOT, 2014-2019).

### Servicios básicos

#### Cobertura de Agua Potable

El agua potable que abastece al cantón está a cargo del consorcio Agua para la Península (AGUAPEN), conformado por las alcaldías de los tres cantones que conforman la Provincia y la Secretaría Nacional del Agua (SENAGUA), cuyo abastecimiento diario media entre los 150 y 250 L/hab/día, con lo que se cumple con



la normativa vigente de acuerdo con la densidad poblacional, abastece al 90% de la demanda. (PDOT, 2014-2019).

### **Cobertura de Alcantarillado Sanitario y Pluvial**

La evacuación de aguas servidas de las viviendas, se lo ejecuta a través de los sistemas: Alcantarillado público, pozo séptico, pozo ciego, descarga directa al mar, río, lago o quebrada y letrina. El servicio de alcantarillado público atiende al 36,99 % y 29,29 % del total de las viviendas ubicadas en el área urbana y rural; este servicio en el área urbana y rural supera en 6,55 y 18,03 puntos porcentuales respectivamente a los promedios que registra la provincia de Santa Elena. (PDOT, 2014-2019).

### **Aspecto Ambiental**

#### **Biodiversidad**

El cantón Salinas, está considerado en un ecosistema adicional: las playas y líneas de costa, las cuales, junto con el matorral seco de tierras bajas de la costa, forman los principales ambientes del área protegida del Ministerio de Ambiente y ECUASAL. Tiene una extensión aproximada de 20 hectáreas el bosque seco tropical, el cual es una zona de protección turística por poseer una amplia flora y fauna propia del sector, también recoge las aguas en el invierno en el embalse artificial Velasco Ibarra que por la escasez de lluvias de encuentra seco (Plan estratégico 2008 citado en el PDOT 2014-2019).

#### **Flora**

La vegetación Dominante del cantón Salinas “ver Tabla 12” está dividida en:

Tabla 12  
*Flora del cantón Salinas*

<b>Descripción Del Recurso</b>	<b>Nombre Científico</b>	<b>Nombre Común</b>
Matorrales secos de tierras bajas, matorral seco litoral y espinar litoral.	Capparidaceae, Euphorbiaceae, boraginaceae, Convolvulaceae	Plantas herbáceas, Flor de Noche buena, campanilla, oreja de ratón etc.

*Nota:* Tomado de: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GADMS (PDOT, 2014-2019)

## Fauna

La fauna silvestre de Salinas “ver Tabla 13” está compuesta por:

Tabla 13  
*Fauna del cantón Salinas*

Descripción del Recurso	Nombre Científico	Nombre Común
Aves migratorias, con 1 especie en peligro crítico, 1 vulnerable, 2 amenazada y 3 endémicas	Phoebastria irrota, Procellaria Parkinsoni, Sterna elegans	Albatros, Petrel playero de Panamá, pelicano, gaviotín

*Nota:* Tomado del: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GADMS (PDOT, 2014-2019)

## Aspecto turístico

### Atractivos

Los principales atractivos turísticos “ver Tabla 14” del cantón son:

Tabla 14  
*Atractivos turísticos*

Atractivos	Nombres	Ubicación Parroquias
<b>Reserva de Producción Faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena</b>	REMACOPSE (La Chocolatera) Reserva Militar	Enríquez Gallo
	Mar Bravo,	José Luis Tamayo
<b>Playas</b>	Punta Carnero y La Diablíca.	Anconcito
	San Lorenzo	Carlos Espinoza Larrea
<b>Piscinas</b>	Chipipe	Enríquez Gallo
	ECUASAL	José Luis Tamayo
<b>Mirador</b>	Segundo Yagual	Carlos Espinoza Larrea
<b>Iglesia</b>	Nuestra Señora de la Merced	Enríquez Gallo
	Arcángel Miguel	José Luis Tamayo
<b>Parque</b>	Cívico de San Lorenzo	Carlos Espinoza Larrea
<b>Malecón</b>	Santa Rosa	Santa Rosa
	Salinas	Enríquez Gallo
<b>Paseos</b>	Yates y Lanchas	Carlos Espinoza Larrea
<b>Puntos para la observación</b>	Ballenas jorobadas	
<b>Gastronomía</b>	Típica	Todo el cantón
<b>Artesanías</b>		

*Nota:* Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GADMS (PDOT, 2014-2019)

## Facilidades turísticas

### Alojamiento

En la época actual el turismo moderno requiere que haya una gran diversidad de alojamiento, y que el trato sea personalizado y eficiente con los clientes. En el cantón Salinas se sigue brindando el tradicional alojamiento del hotel, el cual no ha variado su conducta paciente de esperar la llegada de turistas, con la opción básica de acrecentar o mejorar los servicios en tiempo de vacaciones, a continuación, “ver Tabla 15” se detalla la afluencia de los turistas por meses:

Tabla 15

*Alojamiento en el cantón Salinas*

Temporada	Afluencia	Meses
Alta	Costa	Diciembre-Abril
Baja	Sierra (vacaciones estudiantiles)	Julio-Septiembre
Variable	Colombianos	Noviembre-Diciembre

*Nota:* Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GADMS (PDOT, 2014-2019)

### Alimentación

En Salinas se encuentran algunos establecimientos de alta cocina y restaurantes familiares, donde, se ofertan sabrosos alimentos caseros y mariscos exquisitos. Las comidas y bebidas al igual que el alojamiento, es la segunda fuente de ingresos producto del sector turístico del cantón, con lo que cada vez es más importante el papel que desempeña en la economía del país y concretamente del balneario.

Actualmente escenario global es inestable, sin embargo, la gastronomía se mantiene y continúa progresando. Los establecimientos de restaurantes y bares en Salinas hasta el año 2016, eran 251 establecimientos con 2.406 mesas registradas (Padilla, Linzan, & Villao, 2019).

### Recreación

En el cantón Salinas, en cada parroquia y barrios se encuentran parques los cuales están destinados a las áreas verdes y recreación pública, ocupan en el cantón una extensión de 0,8 Km<sup>2</sup> donde se encuentran 17 parques, a continuación, “ver Tabla 16” se detallan los nombres, las cantidades y lugares donde se encuentran:

Tabla 16

*Lugares de recreación del cantón Salinas*

No.	Parques	Parroquia
1	La Merced	Enríquez Gallo
2	Enríquez Gallo	
3	Evaristo Montenegro	
4	Francisco Rodríguez	
5	23 de mayo	Vicente Rocafuerte
6	Frank Vargas	
7	Pueblo Nuevo	
8	Sindicato	Carlos Espinoza Larrea
9	San Lorenzo	
10	Los Matías	
11	Santa Rosa	Santa Rosa
13	Vicente Rocafuerte	José Luis Tamayo
14	Santa Paula	
16	Carmen Buchelli	Anconcito
17	Barrio Manabí	

*Nota: Tomado del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas (GADMS, 2020).*

Además, se encuentran en el cantón 4 Estadios y 4 Polideportivos “ver Tabla 17”:

Tabla 17

*Estadios y Polideportivos*

No.	Nombres	Parroquia	Tipo
1	Rio Guayas	Santa Rosa	Estadios
2	Camilo Gallegos	Vicente Rocafuerte	
3	9 de octubre	José Luis Tamayo	
4	El dorado	Anconcito	
1	Benjamín Carrión	Carlos Espinoza Larrea	Polideportivos
2	Rio Guayas	Santa Rosa	
3	9 de octubre	José Luis Tamayo	
4	Santa Paula		

*Nota: Tomado del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas (GADMS, 2020).*

## Transporte y acceso

Existen tres medios de transportes para llegar a Salinas desde cualquier parte del mundo: aéreo, marítimo y terrestre. Las líneas aéreas internacionales promocionan en el exterior vuelos con conexión desde Quito y desde Guayaquil a Salinas. Actualmente Salinas cuenta con el aeropuerto General Ulpiano Páez construido con la finalidad de que el turista llegue directamente al cantón, y para el transporte terrestre existen 2 cooperativas de transporte interprovincial que llegan a este cantón: Cooperativa Libertad Peninsular S.A. (LIBERPESA), y Cooperativa Internacional Costa Azul (CICA).

## Análisis FODA del turismo en el cantón Salinas

Tabla 18.  
Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Existen recursos naturales, que pueden ser aprovechados como potenciales turísticos.</li><li>➤ Recursos culturales, como iglesias y museo.</li><li>➤ Gastronomía típica de la zona.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ No hay competencia directa con respecto a los atractivos turísticos.</li><li>➤ Existen organizaciones de adultos mayores, a los que se les puede ofertar los paquetes turísticos.</li><li>➤ Vías de acceso tanto terrestre, aérea y marítima.</li></ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ No hay proyectos de promociones turísticas.</li><li>➤ Escasa señalización turística.</li><li>➤ Infraestructura apropiada para las personas vulnerables como los discapacitados y adultos mayores.</li><li>➤ Desconocimiento del valor que tiene el patrimonio natural y cultural, por parte de la ciudadanía del cantón.</li><li>➤ Insuficiente capacitación de los servidores turísticos y de la población en temas como atender al turista con eficiencia.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Inestabilidad económica del país.</li><li>➤ Cambios de políticas públicas.</li><li>➤ Efectos climáticos.</li><li>➤ Integridad física y psicológica.</li><li>➤ Deterioro de los recursos naturales por el uso sin planificación de las rutas turísticas</li></ul>

Fuente: Investigación

## **Estudio de mercado**

### **Análisis de la Demanda Turística**

#### **Segmentación del mercado**

Se identificó tres segmentos prioritarios de acuerdo con los objetivos de la investigación como son:

1. Director de Turismo del GAD Municipal de Salinas
2. Adultos mayores con edad entre 65-90
3. Encargados de los adultos mayores con edad entre 40-55

#### **Resultados del estudio de mercado**

##### **Entrevista al representante del organismo público**

La entrevista se la realizó el Lcd. Carlos Otto Lamán Machuca Director de Turismo del GAD Municipal de Salinas, la **P** significa pregunta y la **R** respuesta.

**P1.** ¿Cree usted que la actividad turística para los adultos mayores se había desarrollado en gran medida antes de la pandemia? y ¿Cómo visualiza el desarrollo del turismo para adultos mayores después de la pandemia?

**R1.** Desde hace varios años en Salinas ya existe en turismo de adultos mayores, incluso hay una gran colonia de extranjeros de Estados Unidos y Canadá que se han radicado en nuestro cantón Salinas, porque, posee las condiciones necesarias para que se desarrolle este tipo de turismo, aunque debemos reconocer que la pandemia del COVID-19 ha causado un gran temor a este segmento de turistas por su condición ya que son catalogados por los médicos como un grupo vulnerable, creo que a futuro cuando se brinden las condiciones de bioseguridad necesarias en el país y se inicie un correcto proceso de aplicación de la vacuna las cosas mejorarán paulatinamente.

**P2.** ¿Qué atractivos turísticos del cantón Salinas serían los más adecuados para los adultos mayores? y ¿Cuáles son los destinos en Salinas que ustedes ofertan a esta clase de turistas?

**R2.** Uno de los principales atractivos de nuestro cantón es la Reserva Marino Costera de Producción de Fauna Puntilla de Santa Elena REMACOPSE, en donde se encuentran espacios como el mirador turístico de la ciudad el Morro, espacios como la Chocolatera y sus miradores el soplador, el faro y el sector de la Lobería, son espacios adecuados para toda la familia en especial para que los adultos mayores puedan disfrutar sin complicaciones de la naturaleza de este bonito sector.

**P3.** ¿Considera usted que tanto los organismos públicos y privados están ejecutando una promoción que incentive a los turistas para que conozcan los atractivos turísticos del cantón Salinas?

**R3.** Siempre es necesario implementar más promoción a los destinos turísticos, más aún luego de lo que vivimos hoy con esta nueva normalidad. Salinas ha sacado campañas de bioseguridad como la denominada Salinas Destino Bioseguro para tratar de seguir reactivando el desarrollo del turismo en el cantón, gracias a esta campaña se logro obtener el 8 de diciembre del 2020 la certificación internacional Safe Travels otorgada por la World Travel y Tourism Council (WTTC).

**P4.** ¿Qué piensa acerca de la infraestructura, oferta y planta turística que existe actualmente para personas adultas mayores? ¿Cree que es lo adecuado para la correcta atención y accesibilidad para estas personas? ¿Considera que cubre las necesidades del grupo con respecto a la accesibilidad motriz?

**R4.** Existe una gran infraestructura turística que poco a poco está siendo adecuada para satisfacer las necesidades de accesibilidad para los grupos de personas discapacitadas y adultos mayores, existen varias obras complementarias que han sido adaptadas, en estos momentos se trabaja en el proyecto del nuevo malecón, el mismo que contará con todas las facilidades de acceso y movilidad para este segmento de turistas y usuarios de las playas.

**P5.** ¿Cree usted que los organismos a cargo de la promoción del turismo en el país deberían fomentar la participación de las personas adultas mayores?

**R5.** Claro que sí, son un segmento de turismo muy importante para el desarrollo de las actividades turísticas de nuestro país.

**P6.** ¿Qué recomendaría usted para mejorar el servicio que se les presta a las personas adultas mayores?

**R6.** Se debe desarrollar productos turísticos adecuados, poseer personal muy capacitados para receptor y atender a los adultos mayores, así mismo generar espacios adecuados con las condiciones para su accesibilidad y movilidad

**P7.** El presente proyecto tiene como finalidad diseñar productos turísticos para personas adultas mayores ¿considera que es una buena iniciativa para fomentar la inclusión de las personas adultas mayores y para la potencialización del turismo en Salinas?

**R7.** Es una excelente oportunidad para los operadores de turismo y prestadores de servicios turísticos, el desarrollo de productos turísticos para adultos mayores.

## Encuestas a los adultos mayores con edad entre los 65 a 90 años

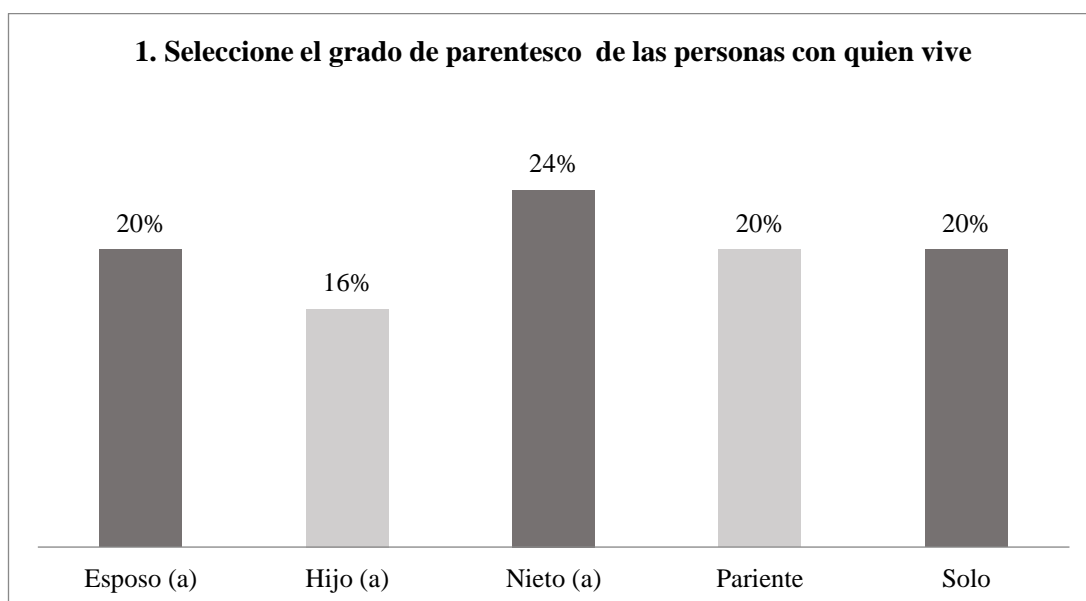


Figura 6. Grado de parentesco de las personas con quien viven los adultos mayores.

El 80% de los adultos mayores comparten su vida con otras personas, de los encuestados el 24% vive con su nieto, el 20% con su conyugue, con el mismo porcentaje viven con parientes y solos, y el 16% con sus hijos.

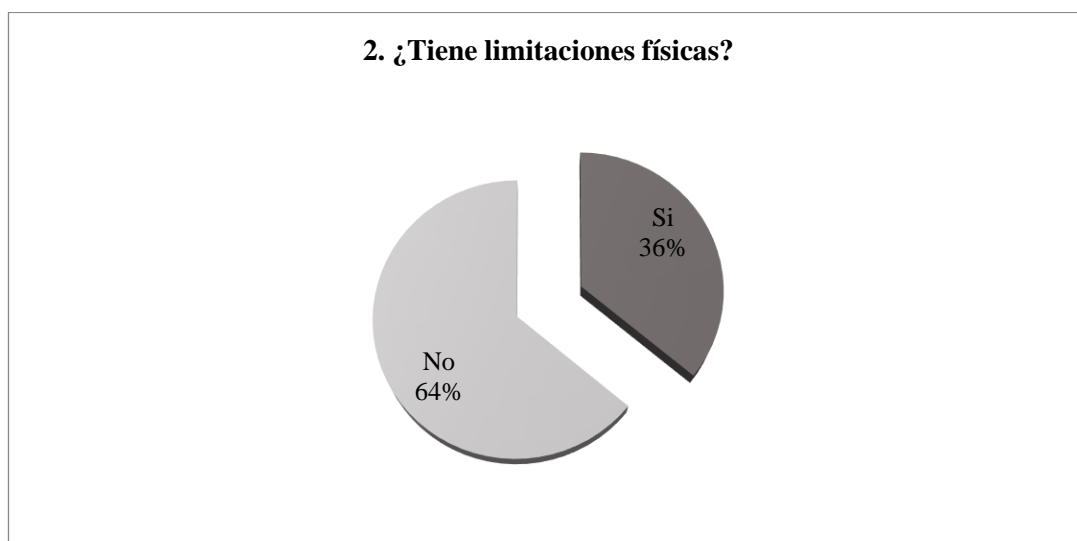


Figura 7. Porcentaje de los encuestados si poseen limitaciones físicas.

Con respecto a las limitaciones físicas de los adultos mayores el 64% no tiene inconvenientes con la movilización física, pero si existe un 36% por ciento que tiene dificultad para trasladarse por sí solas.



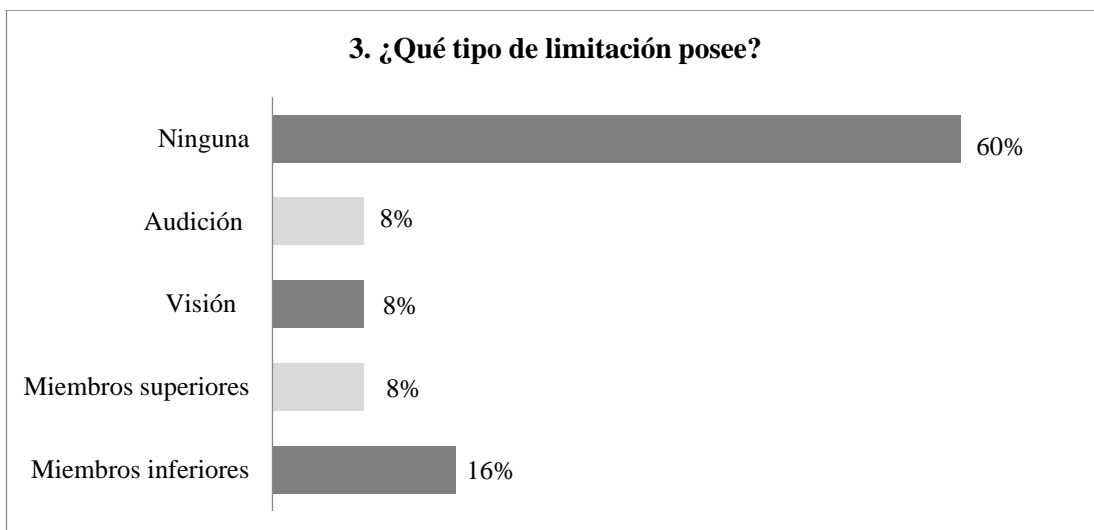


Figura 8. Tipo de limitaciones.

De acuerdo con los resultados de las encuestas se determinó que el 60% de los adultos mayores no tiene limitaciones físicas, con problemas auditivos tienen el 8%, y con el mismo porcentaje los que tienen problemas con la visión y miembros superiores y los que padecen de limitaciones en los miembros inferiores representan 16% de los encuestados.

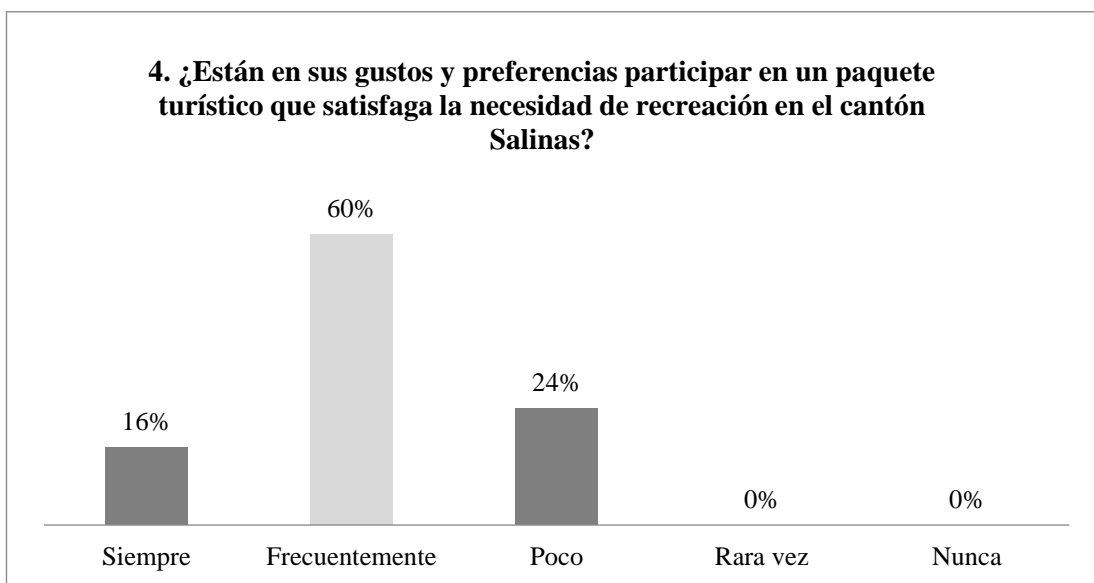


Figura 9. Participación en un paquete turístico

De la muestra de 50 adultos mayores encuestados existe un 60% al que frecuentemente le gustaría participar de un paquete turístico, también, hay un 24% que le gustaría viajar poco, y a los que siempre les gustaría conocer nuevos lugares equivalen a un 16%.

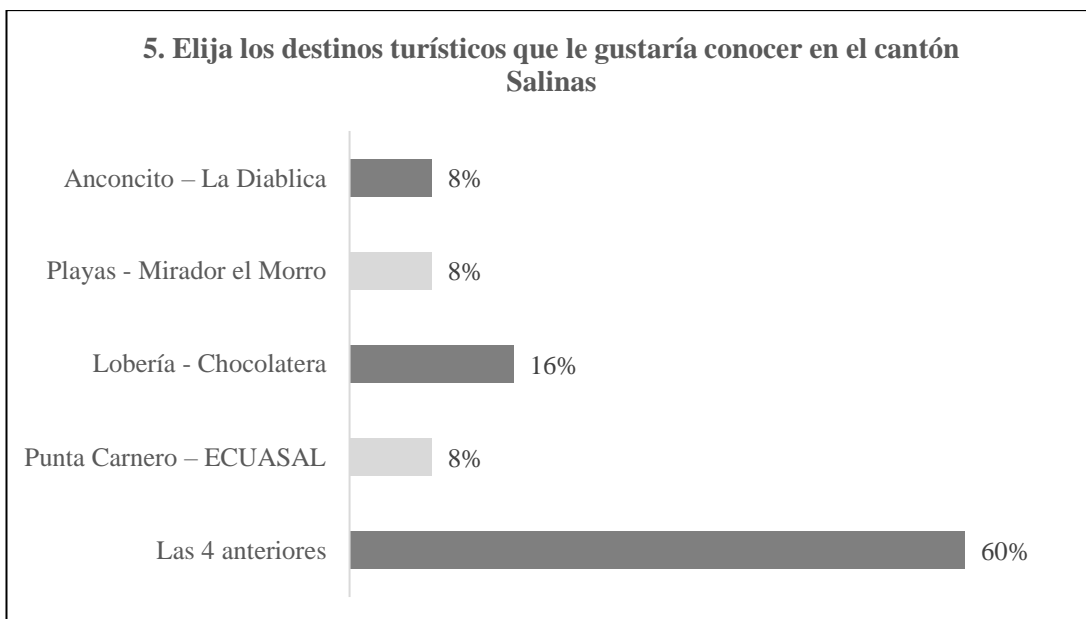


Figura 10. Destinos Turísticos

Los resultados de la encuesta indican que hay un 60% que le gustaría conocer todos los destinos turísticos, al 16% la Lobería y la Chocolatera, al 18% los destinos; Punta Carnero y las Lagunas de ECUASAL; con el mismo porcentaje Playas Mirador el Morro y Anconcito- Playa la Diablica.

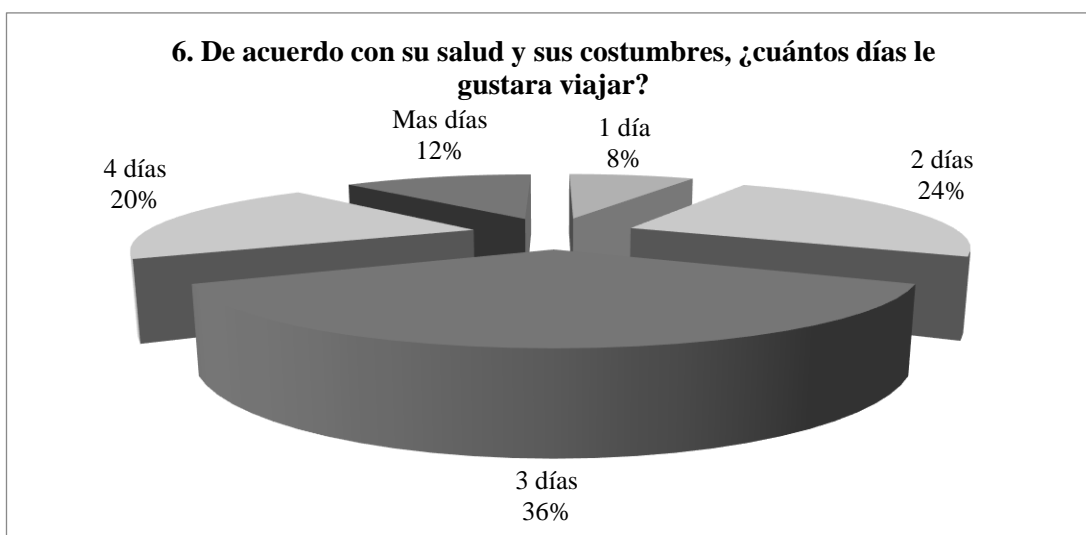


Figura 11. Selección de días para el turismo.

La mayoría de los encuestados adultos mayores que equivalen a un 36% les gustaría viajar tres días, existe un 24% que prefieren dos días, a un 10% lo ideal serían cuatro días, al 8% les gustaría viajar un día y al 12% de los encuestados prefieren viajar más de cuatro días.

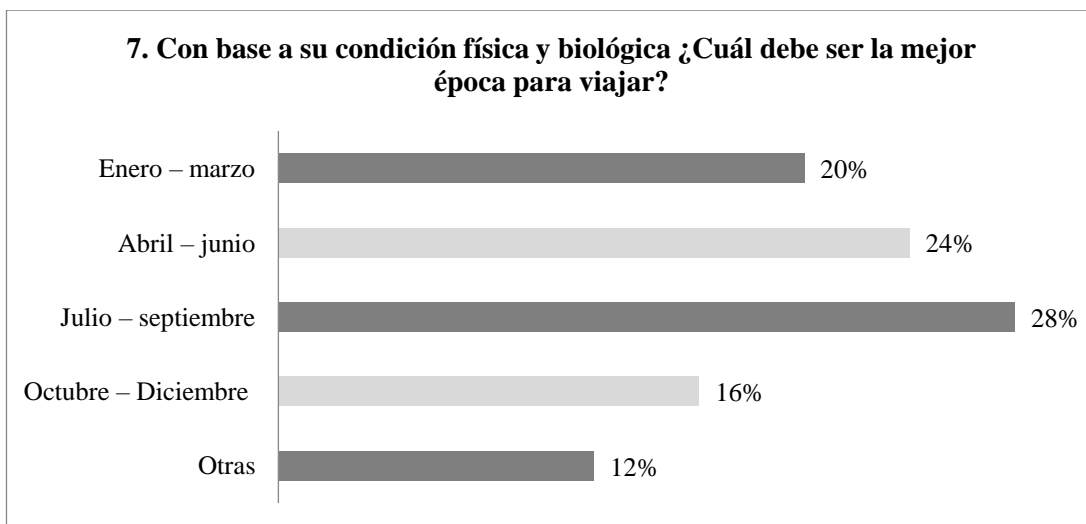


Figura 12. Época para viajar.

El 28% de los adultos mayores con edad comprendida entre 65 a 90 años eligieron los meses entre julio a septiembre para evitar las aglomeraciones de carnaval y fin de año, también el 24% prefiere los meses de abril a junio por la misma razón, sin embargo, hay un 20% que la mejor época es de enero a marzo, además el 16% les gustaría viajar entre octubre a diciembre, y, solo un 12% le es indiferente la época.

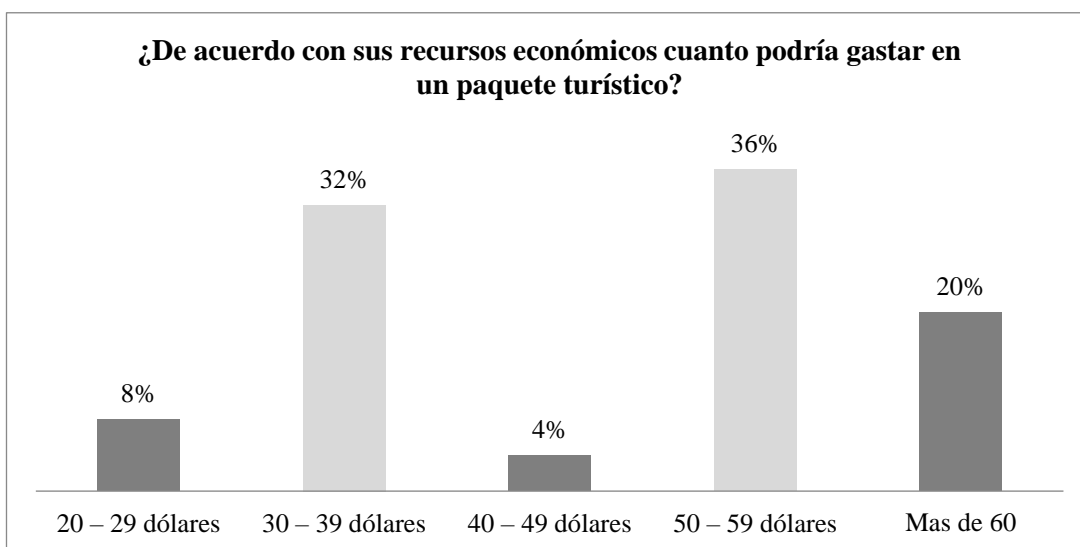


Figura 13. Selección del Gasto del paquete turístico.

Con respecto a los costos del viaje el 36% de los adultos mayores consideran que podrían gastar entre 50 a 59 para visitar Salinas, el 32% está dispuesto a gastar entre 30 a 39 dólares, el 20% más de \$60 dólares entre 40 a 49 dólares, no hubo adultos mayores que quieran pagar más de 50 dólares.

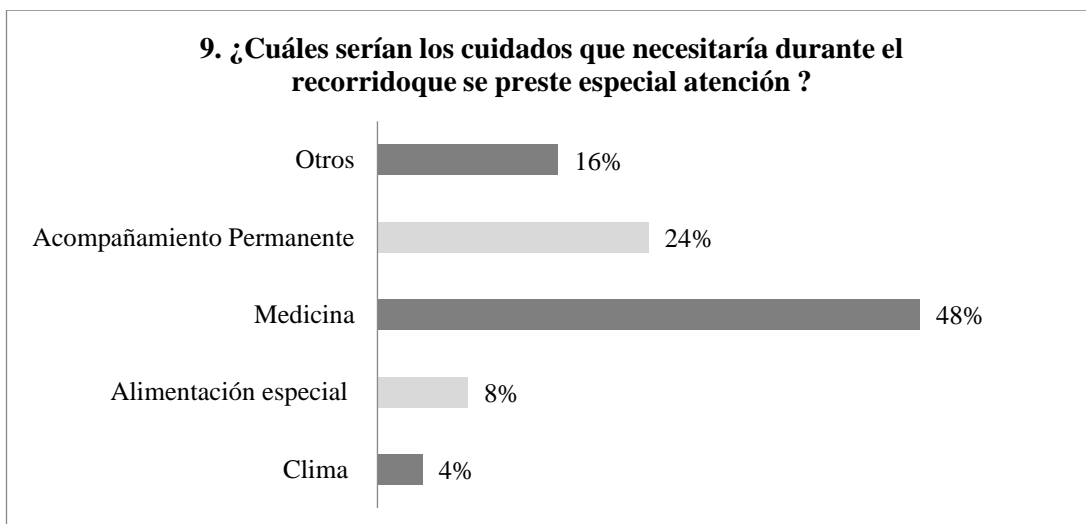


Figura 14. Cuidados especiales.

El 50% de los adultos mayores manifiesta que a las medicinas son muy importantes para esta clase recorridos, el 24% que debe haber acompañamiento permanente, el 16% considera que debe haber otros cuidados especiales, el 8% que la alimentación es muy importante, y los cuidados por la incidencia del clima el 4%.



Figura 15. Actividades de los adultos mayores.

Los resultados de las encuestas indican que el 30% de los adultos mayores consultados prefieren las visitas a las iglesias, el 22% a las actividades lúdicas, las que prefieren las actividades culturales son el 20%, a las que les gustaría los deportes equivalen al 16% y a los que les gustan actividades de recreación están en el 12%.

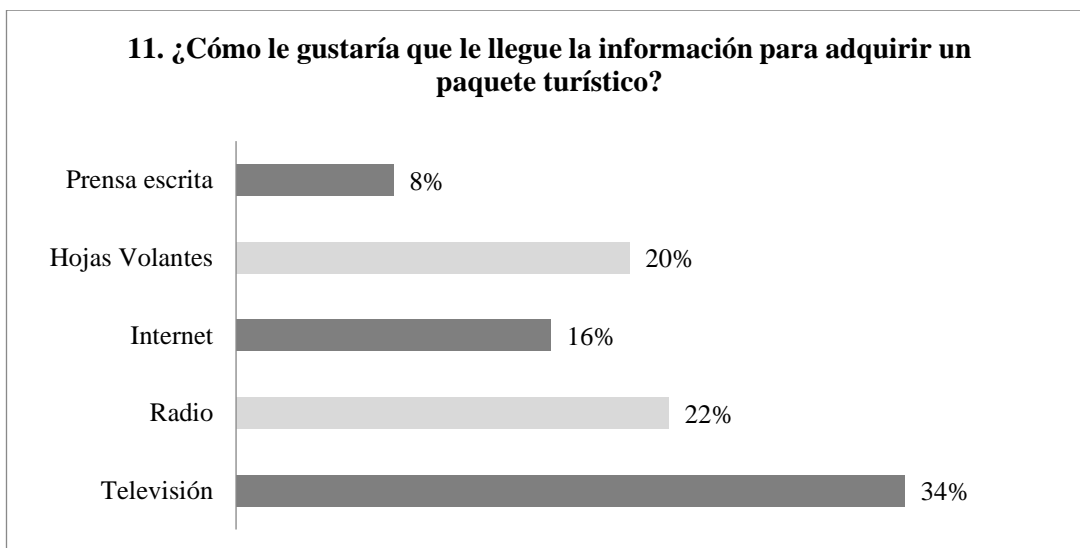


Figura 16. Información del paquete turístico.

Las personas adultas mayores consultadas que quieren que la información les llegue por televisión equivalen a un 34%, la radio también tiene influencia en los adultos mayores en un 22% de los encuestados, también, hay un 20% que le gustaría que les informen sobre los paquetes turísticos por medio de hojas volantes, por medio de internet esta el 16% y, solo el 8% por medio de la prensa escrita.

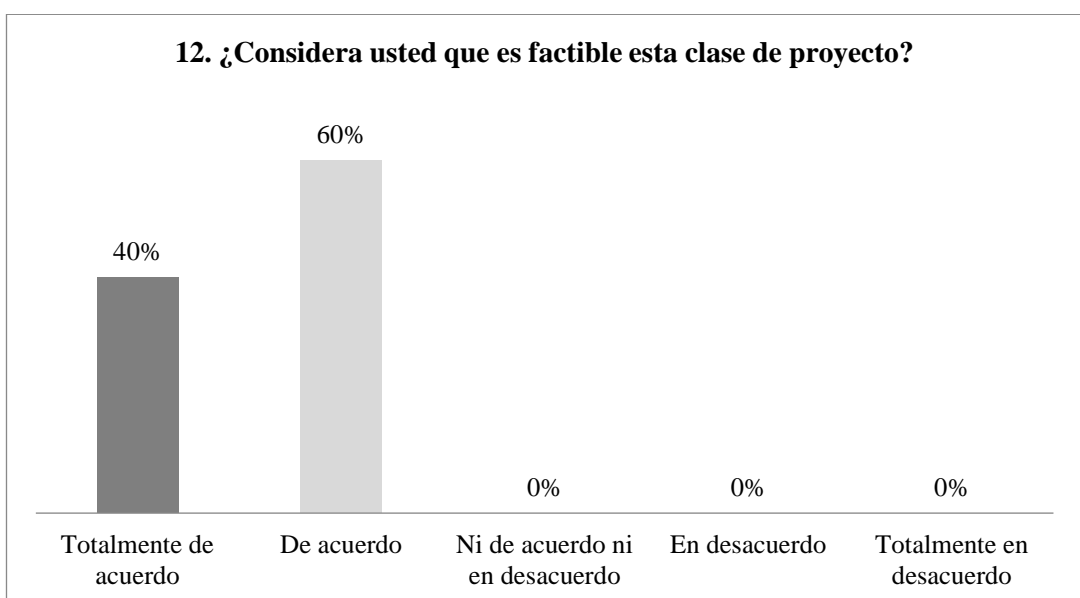


Figura 17. Factibilidad del proyecto

Para este segmento de la población el 60% está de acuerdo que los proyectos de recreación para adultos mayores son beneficiosos, y, el 40% está de totalmente de acuerdo.

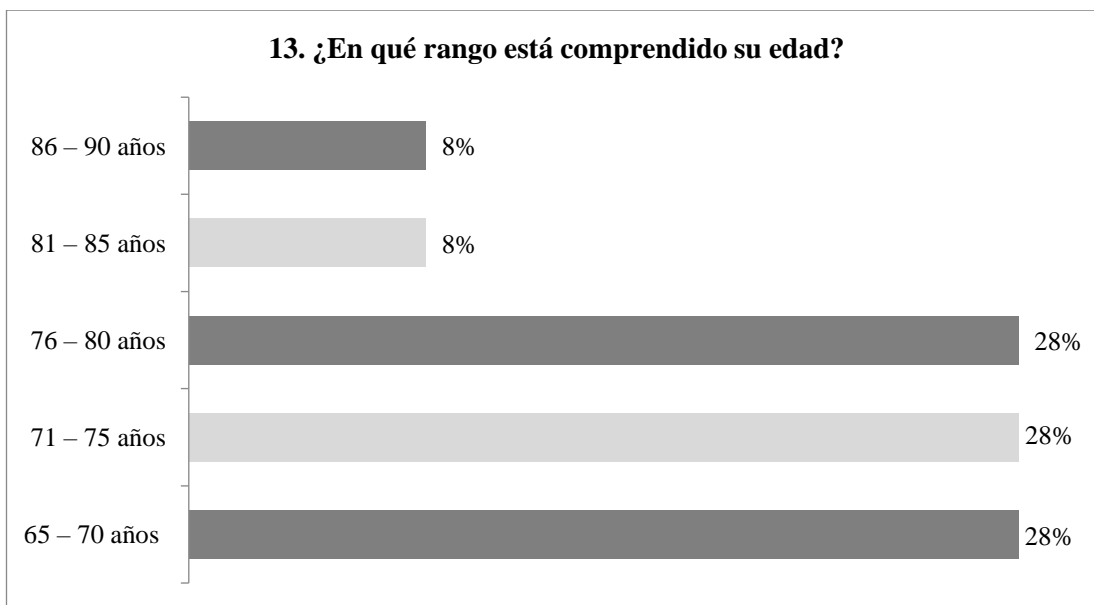


Figura 18. Edad del adulto mayor

El 28% de los adultos mayores consultados las edades están comprendidas entre los 65 a 70 años, con el mismo porcentaje están las personas que están entre las edades 71 – 75 años y las de 76 – 80 años, y con 8% las tienen edades entre 81 – 85 años y 86 – 90 años.

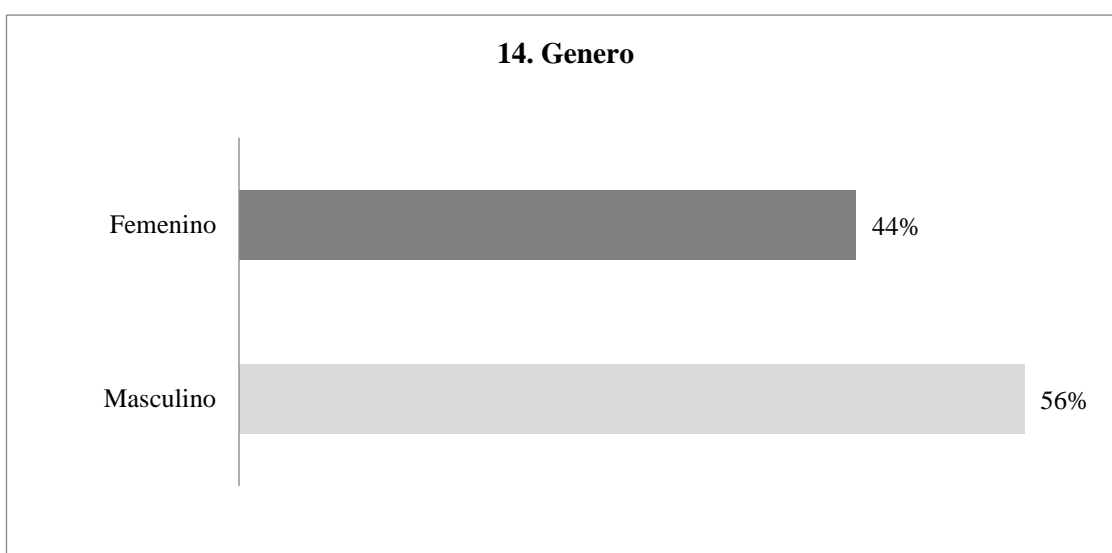


Figura 19. Género del adulto mayor.

Con respecto al género de los adultos mayores encuestados el 56% es del sexo masculino, y 44% restantes es del sexo femenino. Con lo que se determina que predominan los hombres en las encuestas.

### **Sugerencias de los Adultos Mayores con Respecto al Proyecto**

Los adultos mayores comprendidos entre las edades de 65 a 90 años sugieren que deberían tomarse en cuenta lo siguiente:

Esta clase de proyectos dirigidos a personas que cumplen la última etapa de su vida traerán muchos beneficios tanto físicos, espirituales y psicológicos, porque, la mayoría de las veces son aislados, marginados de la sociedad, por parte de familiares con los que comparten su vida, olvidando que estas personas a esta edad necesitan de un sano esparcimiento y recreación.

Entre los beneficios propuestos de este proyecto, está el de conocer lugares diferentes al donde ellos han compartido su vida con personas de su entorno, y, cuando se les da la oportunidad de distraerse visitando atractivos turísticos nuevos, donde podrán admirar paisajes, conocer culturas diferentes, personas de la gran diversidad de nuestro país será una experiencia inolvidable.

Conocer el cantón Salinas su hermosas playas como son: Chipipe, San Lorenzo, Paco Illescas, La Diablica, Punta Carnero, Mar Bravo y los atractivos turísticos situados en la REMACOPSE, el Mirador el Morro, La Lobería, las Lagunas de ECUASAL, y su variada gastronomía siempre serán gratificantes.

Con esto lograremos que los adultos mayores divinos tesoros, dejen sus penas y sinsabores en casa, y levanten el ánimo disfrutando de una recreación en un lugar donde se respira un aire libre de contaminación industrial como es el cantón Salinas.

Para que tengan un feliz término esta clase de proyectos deben tener un plan de servicio al cliente acorde a la edad del turista, especial atención en el trato preferencial con una comprensión como el de que a los adultos mayores se les debe hablar fuerte para que escuchen y siempre deben estar acompañados por que muchos no pueden caminar solos.

(García, A. 2013) manifiesta que “El Ecuador pasó por la oscuridad del alma, ahora estamos viendo luces. Gracias a todos los soldados de esta revolución de paz. Gracias a nombre del Adulto Mayor”.

**Encuestas a las personas con edad entre los 40 a 55 años que tienen a cargo el cuidado de adultos mayores.**

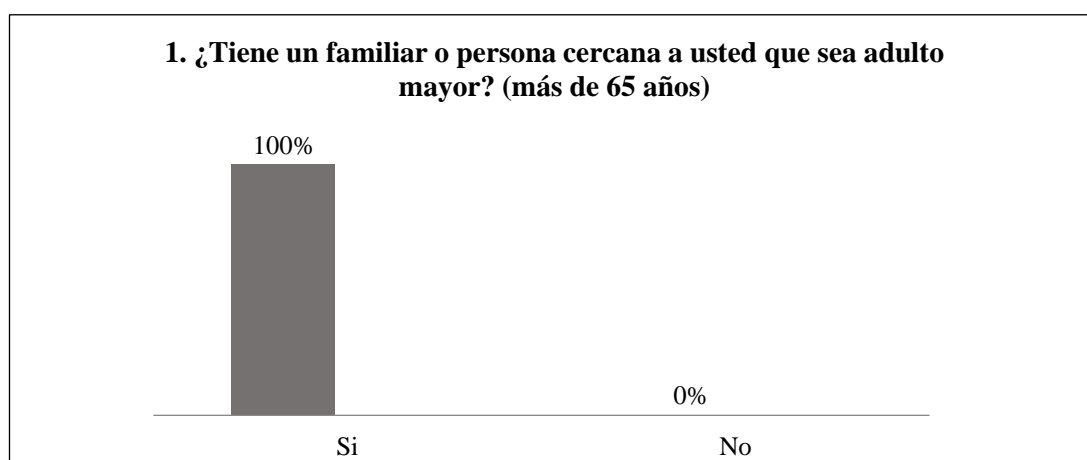


Figura 20. Interacción con los adultos mayores.

Las personas encuestadas cuya opinión sirvió para este proyecto fueron las que tienen un adulto mayor cercano o están bajo su responsabilidad, es por ese motivo que se llega al 100% de los consultados por que tienen a una persona cercana igual o mayor a 65 años.

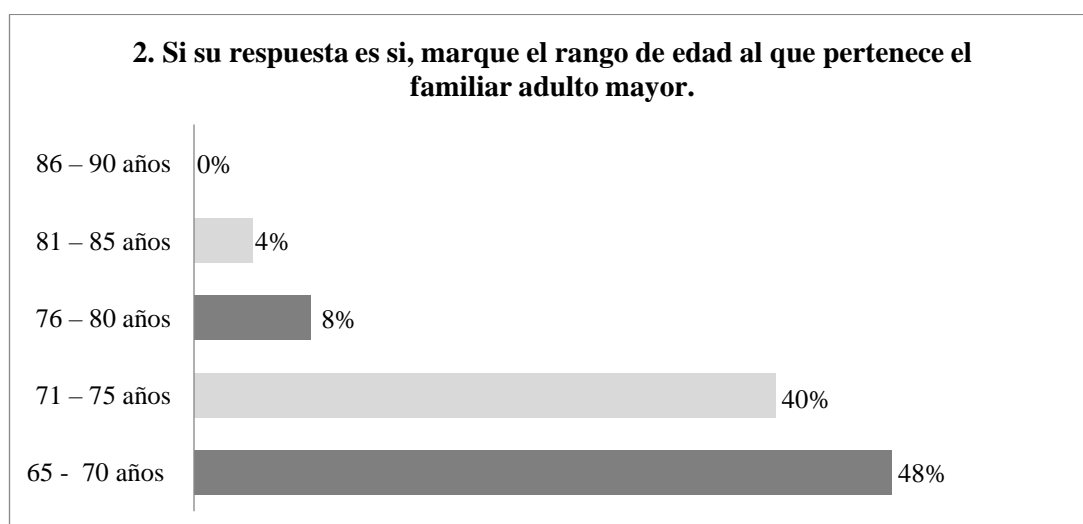


Figura 21. Edad de los adultos mayores con los que interactúa.

De acuerdo con la encuesta el 48% que es el mayor porcentaje pertenece a los adultos mayores comprendidos entre las edades de 65 a 70 años, seguido de un 40% de personas entre el rango de 71 a 75 años, también, hay un 8% de personas que tienen entre 76 a 80 años, además existe un 4% que tienen entre 81 a 85 años.



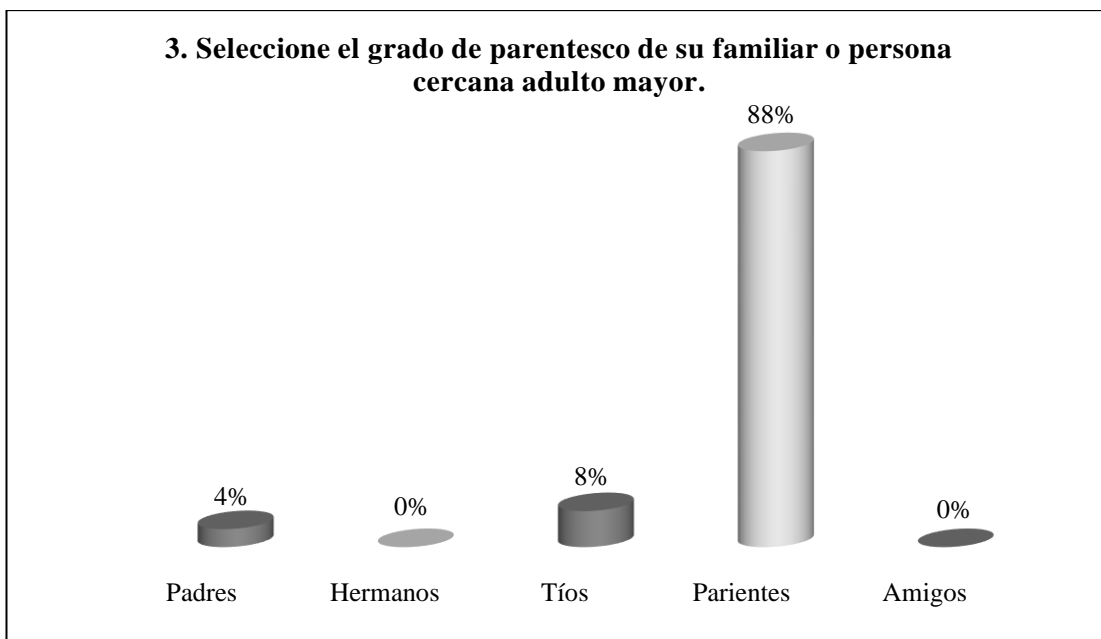


Figura 22. Parentesco del adulto mayor.

Según las respuestas de los consultados el 88% tiene el grado de parientes, también el 8% es de tíos, y el 4% de padres.

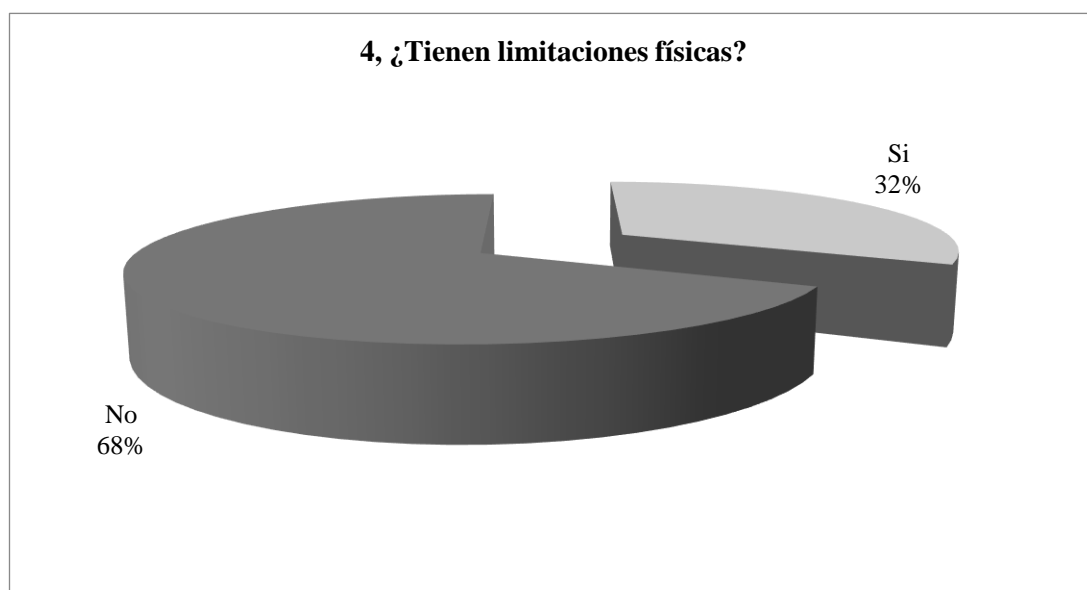


Figura 23. Condiciones físicas de los adultos mayores.

Los resultados nos indican que los familiares que están bajo el cuidados de los consultados el 68% tienen no tienen limitaciones físicas severas que nos le permitan viajar, y las personas que tienen limitaciones físicas equivalen al 32%, las cuales si necesitarían de ayuda permanente para poder viajar.

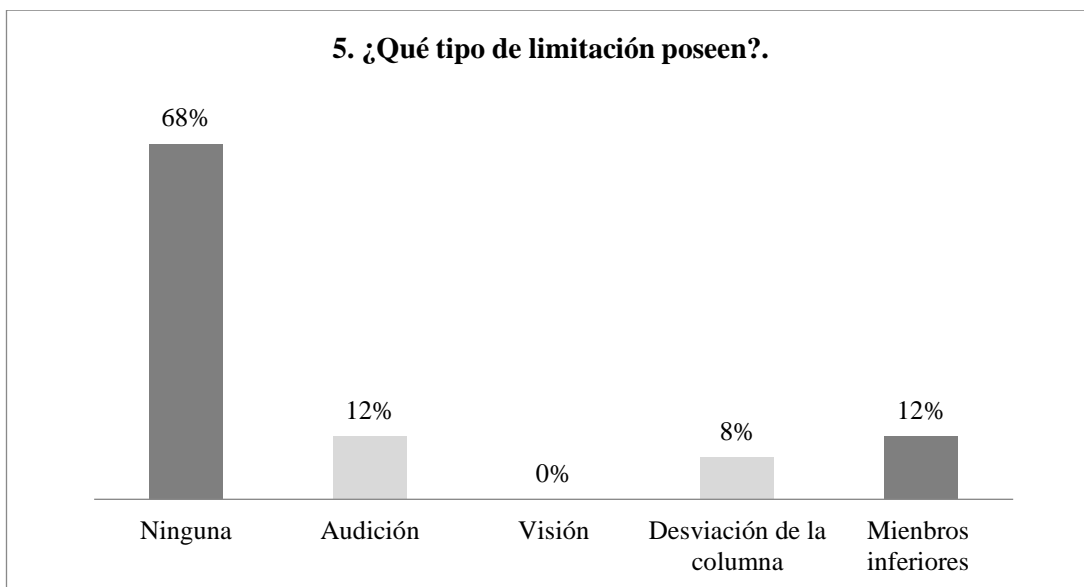


Figura 24. Clase de discapacidad.

Las personas encargadas de los adultos mayores manifestaron que el 68% no tienen limitaciones físicas severas, el 12% tiene problemas con la audición, con un porcentaje del 12% tienen problemas los adultos mayores con los miembros inferiores, además el 8% presenta problemas con la columna.

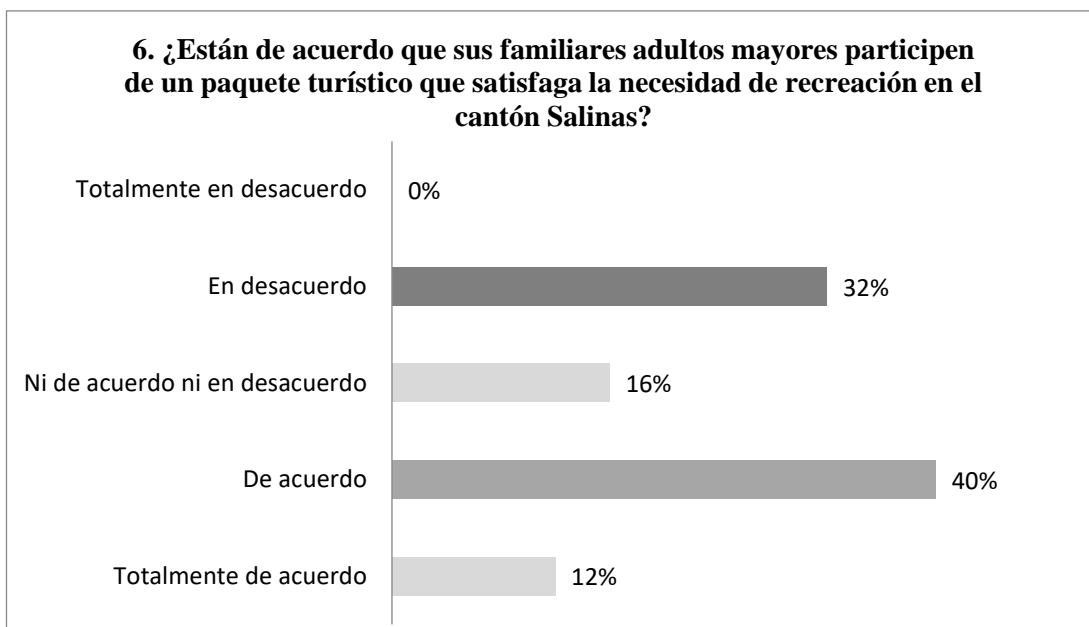


Figura 25. Aceptación para Participar en un paquete turístico.

Los resultados indican que el 40% de los encuestados están de acuerdo que sus familiares participen de un paquete turístico, el 32% está en desacuerdo, los que les es indiferente a un 16%, y, los que están totalmente de acuerdo son el 12%.

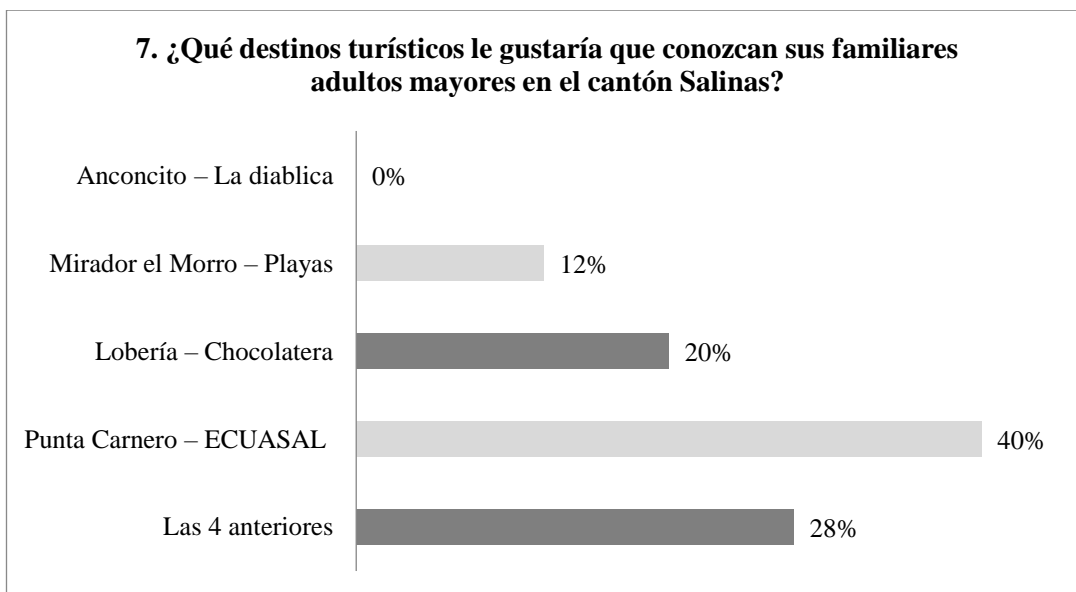


Figura 26. Preferencia de los destinos turísticos.

En lo concerniente a los atractivos turísticos que recomendarían para que conozcan los adultos mayores el 40% coinciden con el Punta Carnero ECUASAL, el 28% todos los atractivos turísticos, el 20% la Lobería y la Chocolatera, y, un 12% el Mirador el Morro y las playas.

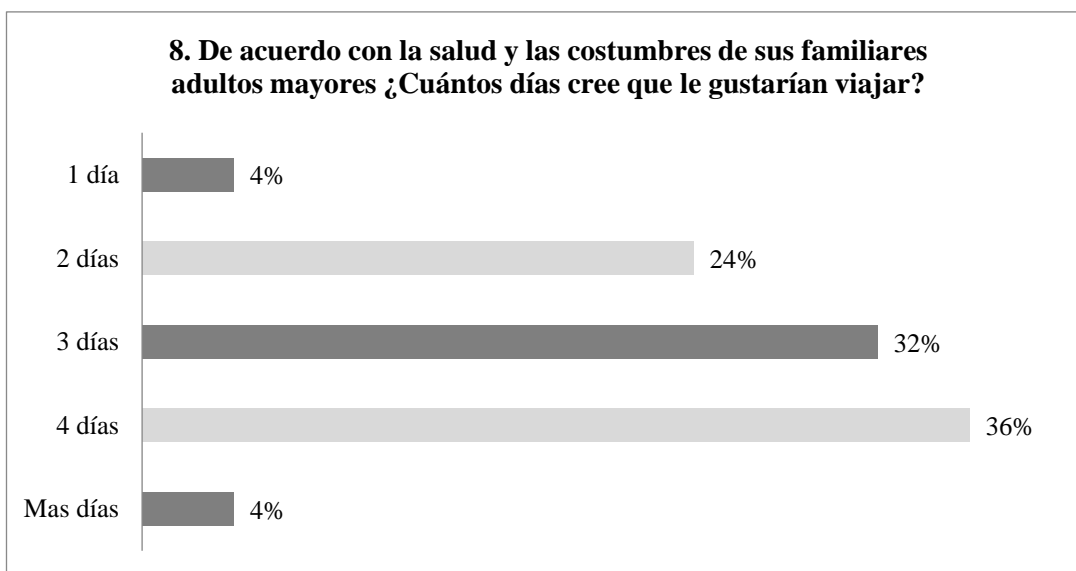


Figura 27. Elección de la cantidad de días para viajar.

El 36% de los consultados manifestaron que le gustaría que sus familiares adultos mayores viajen cuatro días, el 32% quiere que el viaje sea de dos días, el 24% opinaron que dos días estaría bien, también, el 4% está de acuerdo que sea un día, y, en el mismo porcentaje que se sea más de cuatro días.

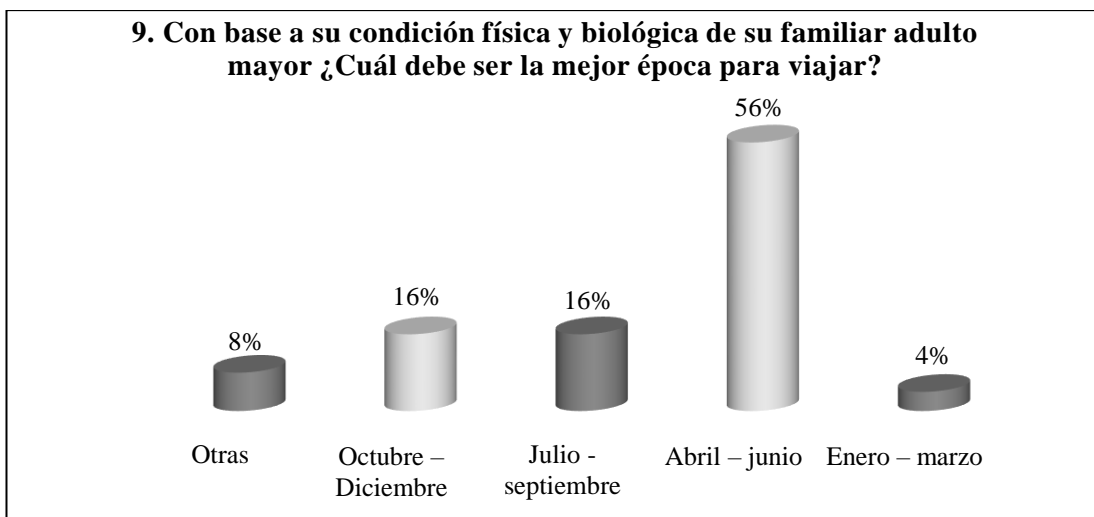


Figura 28. Selección de la mejor época para viajar.

Los resultados indican que la mayoría equivalente a un 56% les gustaría viajar en los meses de abril a junio con la finalidad de evitar la asistencia masiva que existe en la época de carnaval y la temporada alta en el cantón Salinas, por la misma razón hay un 16% que prefiere los meses entre octubre y diciembre y en el mismo porcentaje entre julio a septiembre, solo el 4% en los meses de enero y marzo, y, al 8% puede ser cualquier época.

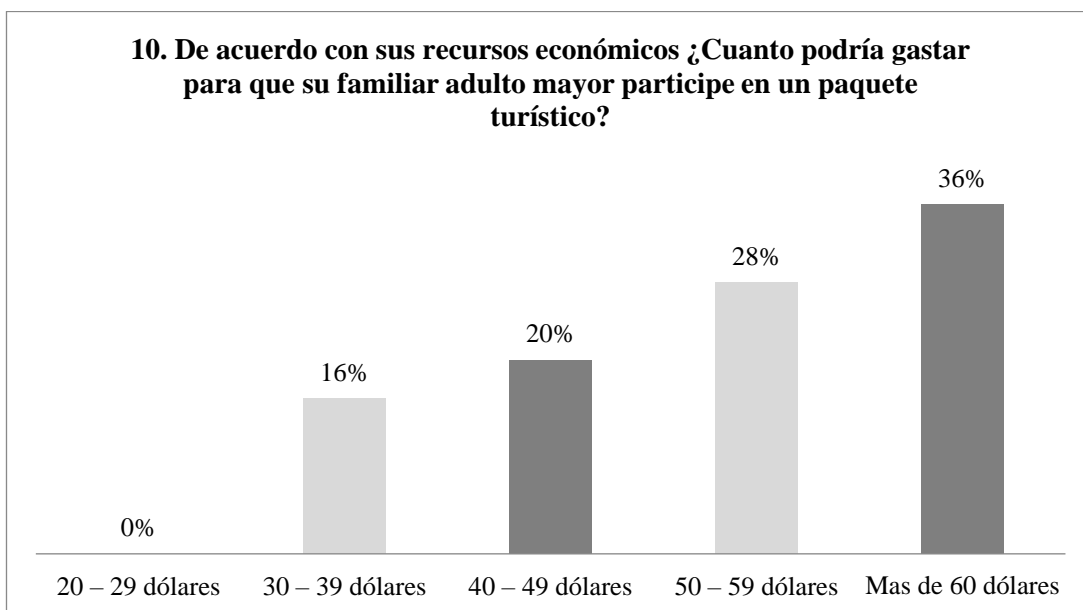


Figura 29. Cantidad del gasto para el paquete turístico.

En lo que concierne a los gastos del viaje, el 36% está dispuesto a gastar más de 60 dólares, el 28% entre 50 a 59 dólares, el 20% entre 40 a 49 dólares, y, el 16% entre 30 a 39 dólares.

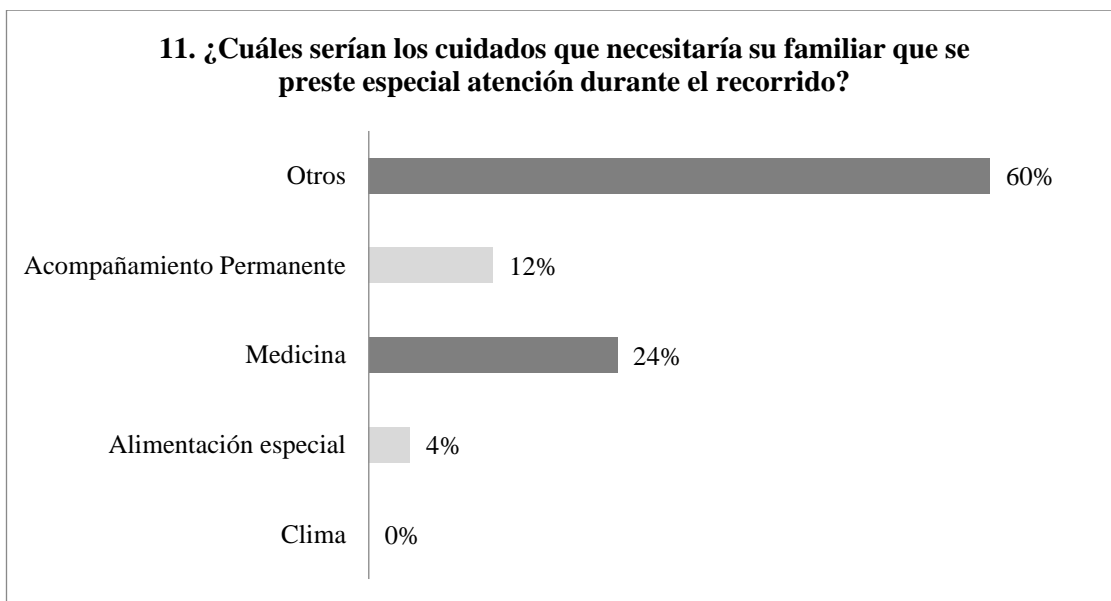


Figura 30. Cuidados especiales durante el viaje.

Los cuidados a los adultos mayores durante el viaje el 60% necesita de otras atenciones especiales, el 24% de medicina, el 12% de acompañamiento permanente, y, de alimentación especial el 4%.

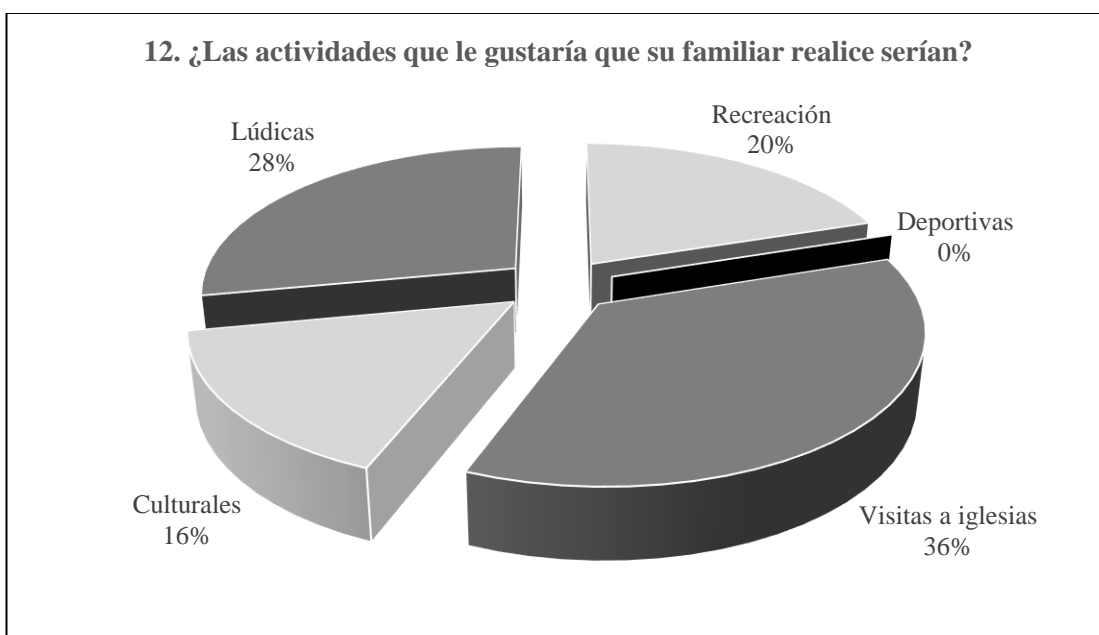


Figura 31. Preferencias de actividades para los adultos mayores.

Según los resultados de la encuesta las actividades preferidas para los paquetes de los adultos mayores el 36% manifiesta que es conveniente la visitas a las iglesias, el 28% a las actividades lúdicas, el 20% a la recreación.

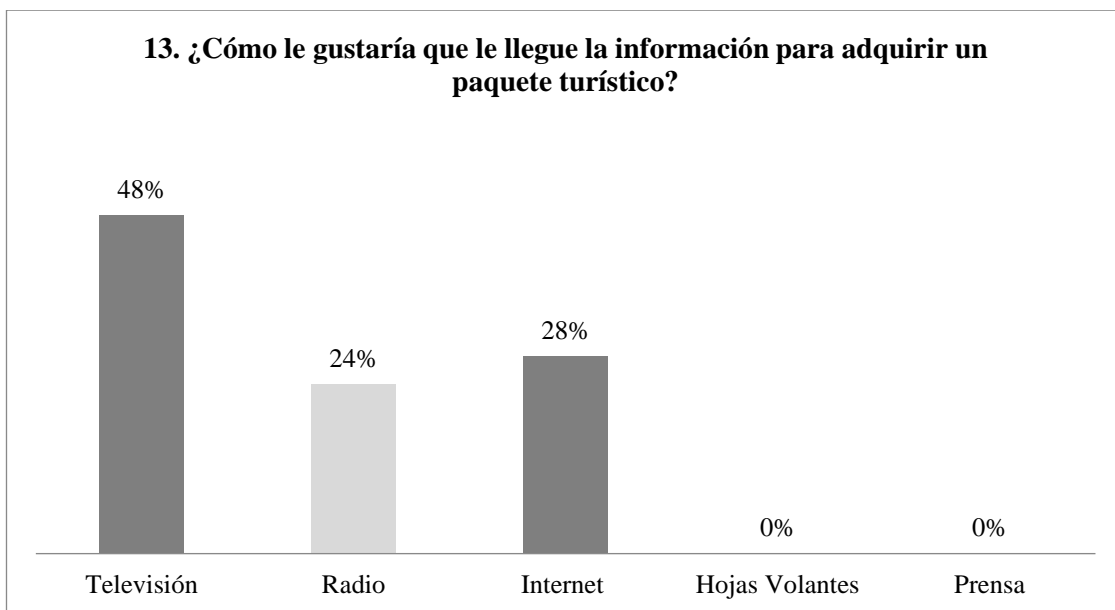


Figura 32. Preferencia de los canales de comunicación.

Los encargados de los adultos mayores el 48% opinaron que la información sea transmitida por televisión, el 28% mediante internet, y, un 24% por radio.

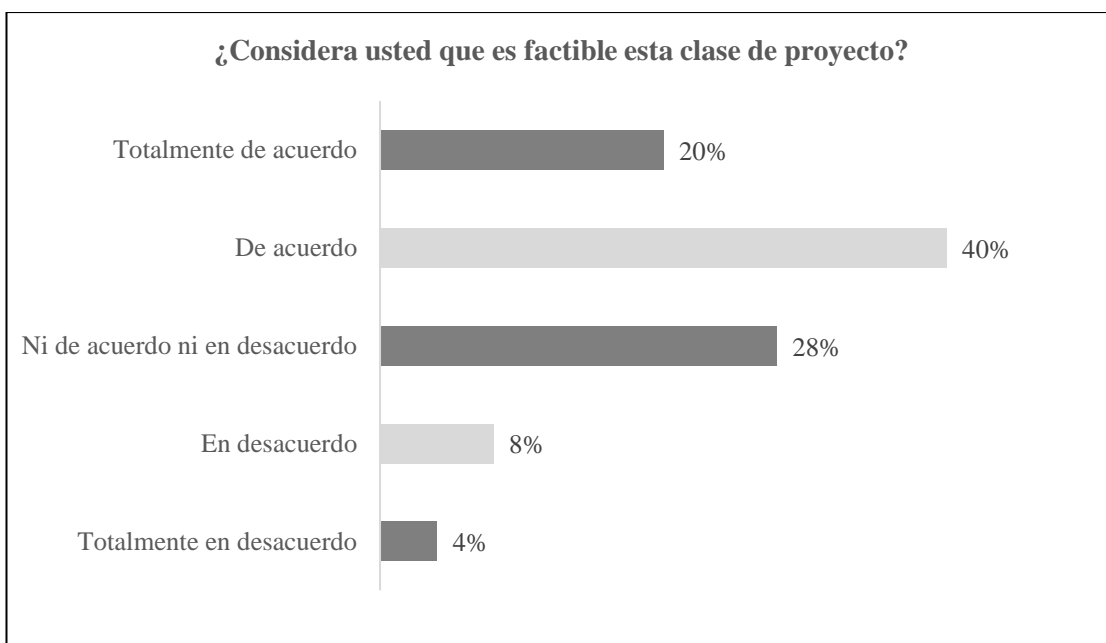


Figura 33. Grado de aceptación del proyecto.

El 40% manifestó que están de acuerdo que es factible, además el 28% le es indiferente si se concretan los proyectos, el 20% está totalmente de acuerdo, también al 8% está en desacuerdo, y, el 4% está totalmente en desacuerdo.

### **Sugerencias de las personas encargadas de adultos mayores con respecto al proyecto.**

Las personas que tienen esta gran responsabilidad de cuidar a los adultos mayores indican que el proyecto va a servir para que los abuelitos puedan recrearse. Y que debemos hacer realidad esta aspiración para que tengan en la última etapa de sus vidas un sano esparcimiento. Lo que traerá beneficios a la salud de los adultos mayores tanto física como psicológica.

Se deben realizar las gestiones pertinentes para ejecutar esta clase de proyectos, con descuentos especiales para que estén al alcance de todos los estratos sociales. También se debe involucrar a todos los organismos públicos y privados que incidan en el turismo del cantón Salinas. El municipio de Salinas debe tener un rol protagónico en la gestión de proyectos como el propuesto.

Se recomienda que se incluya en cada paquete turístico a los atractivos turísticos intangibles como la elaboración de sal artesanal, la elaboración de pan en hornos de leña. Además, de un guía especializado donde explique las costumbres de la población. Con lo que se contribuirá al enriquecimiento cultural de los turistas.

Debe haber un paquete turístico exclusivo para personas con discapacidad, y en cada recorrido debe estar un paramédico. Este profesional de la salud debe tener un equipo de primeros auxilios con medicamentos básicos. Con la finalidad de no correr riesgos para que los participantes de los paquetes turísticos se sientan seguros al realizar el recorrido.

Si se concreta el proyecto las personas responsables de guiar a los turistas durante el recorrido deben tener mucha paciencia para atender a los adultos mayores. Es un requisito esencial que el personal que dará este servicios tenga conocimientos gerontológicos. Con lo que se garantizará que los adultos mayores tengan un viaje inolvidable y recomienden la visita al cantón Salinas.

## **Discusión de los resultados**

De acuerdo con los resultados de las encuestas la edad promedio de los adultos mayores que visitan el cantón Salinas es de 70 años. Edad donde la mayoría de los adultos mayores se encuentran lúcidos, y pueden disfrutar de un sano esparcimiento, conociendo nuevos lugares y admirar paisajes. Según (González, 2000) la edad cronológica sólo sirve para marcar una edad objetiva.

El Ministerio de Turismo (2020) coordina gestiones con los Ministerios de: Deporte, Inclusión Económica y Social, Cultura, SRI y el IESS, para llevar a cabo las políticas públicas del estado. Políticas que consistían en dar cumplimiento con los derechos de las personas de la tercera edad. El Ministerio de Turismo y el IESS a través de un programa exitoso, impulsan la inclusión de los adultos mayores en el turismo. Estos organismos trabajan en la promoción de destinos y productos turísticos que pueden ser consumidos por este sector de la población.

Para cumplir con los objetivos de la investigación las encuestas fueron dirigidas a los turistas adultos mayores que visitan Salinas, por lo general no viven solos y siempre viven con cinco personas como promedio. Cantidades con las que se puede concluir que si hay personas que están a su alrededor que pueden financiarle un paquete turístico. Con lo que se estaría cumpliendo con la política de estado de brindar bienestar a nuestros adultos mayores.

Los resultados presentados de las encuestas a los adultos mayores de 65 a 90 años y a las personas que tienen una edad entre 45 a 55 años que tienen a cargo a el cuidado de los adultos mayores, se evidencia que hay un promedio del 64% que aceptan los paquetes turísticos. Salinas se encuentra entre los principales destinos turísticos para adultos mayores ya que tiene atractivos tangibles e intangibles. El turismo para jubilados ofrece actividades turísticas con servicios y facilidades de acuerdo con sus intereses y necesidades, sin dejar de lado la diversión y la experiencia de vida transformadora que se genera a través de esta actividad (MINTUR, 2020).

Además, se puede apreciar que un promedio de 66% no tiene limitaciones físicas, pero un promedio de 34% si las tiene (en mayor cantidad 14% inmovilidad de miembros inferiores); para lo cual es necesario trabajar en un paquete turístico exclusivo para adultos mayores con discapacidad. El turismo accesible es aquel que facilita la inclusión de las personas con discapacidad a los servicios turísticos (FENEDIF, 2012).



## **Análisis de la oferta turística**

### **Inventario de Atractivos turísticos**

Los atractivos turísticos del cantón Salinas se encuentran dentro de la Ruta del Spondylus que se promociona a nivel provincial, a las cuales se las ha clasificado por categorías de acuerdo con parámetros como: si hubo intervención de la mano del hombre, si poseen atracción individual que influyan en el turistas para que los visiten, las condiciones en las que se encuentran las vías de acceso para acudir al sitio, y si brindan todos los servicios necesarios para este tipo de actividad.

La herramienta de planificación que nos permite conocer los atractivos es el inventario turístico, con el cual podemos dar un valor al territorio en donde se encuentran los atractivos, por medio de una intervención ordenada y jerarquizada de equipamientos turísticos e instalaciones (Viñals, 2011 citado en García, 2013).

Con este antecedente se ejecutó el inventario turístico del cantón Salinas información base para el diseño del producto turístico, se obtuvo el siguiente resultado: existen 23 atractivos turísticos, de los cuales el 70% son materiales y el 30% son inmateriales, los cuales se especifican en las fichas que se detallan en los apéndices F y G que resultaron del inventario turístico, a continuación, se detalla los nombres y la ubicación de los atractivos “ver tabla 19 y 20”.

*Tabla 19.*

*Cantidad de Atractivos Turísticos Materiales*

<b>Cant.</b>	<b>Materiales</b>	<b>Sector / Parroquia</b>
1	Mirador el Morro	REMACOPSE
2	La Chocolatera	
3	La Lobería	
4	Museo de Aviones de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE)	
5	Playa de la FAE	Gral. Enríquez Gallo
6	Playa y Malecón de Chipipe	
7	Museo de Ballenas	Carlos Espinoza Larrea
8	Playa, Malecón y Nuevo Muelle de San Lorenzo	
9	Malecón y Puerto Pesquero Artesanal de Santa Rosa	Santa Rosa
10	Playa Paco Illescas	Carlos Espinoza Larrea
11	Piscinas de Sal "ECUASAL"	José Luis Tamayo
12	Playa Mar Bravo	
13	Playa Punta Carnero	
14	Mirador Natural de Punta Carnero	
15	Playa La Diablica	Anconcito
16	Puerto Pesquero y Muelle de Anconcito	

*Fuente:* Investigación

Tabla 20.

*Cantidad de Atractivos Turísticos Inmateriales*

Cant.	Inmateriales	Sector / Parroquia
1	Elaboraciones Artesanales Peninsulares	Todo el cantón
2	Tradiciones Culinarias de Influencia Marina	
4	Día de los muertos en Anconcito	Anconcito
3	Pesca Artesanal	Santa Rosa - Anconcito
5	Fiesta del cristo del pescador en Santa Rosa	Santa Rosa
6	Extracción artesanal de sal en Salinas	José Luis Tamayo
7	Elaboración de pan en José Luis Tamayo (MUEY)	

Fuente: Investigación

### Evaluación de Criterios Internacionales en Atractivos Turísticos

Mediante la observación directa que se ejecutó en los atractivos turísticos de Salinas durante el año 2020 en el Malecón, Playa de San Lorenzo, Playa de Chipipe y la REMACOPSE, se identificó que la zona urbana y de la playa, la infraestructura que tienen no está de acuerdo con los estándares mínimos de accesibilidad universal.

Tabla 21.

*Evaluación de criterios Internacionales y Requerimientos para la Accesibilidad Universal de los Atractivos Turísticos de Salinas*

Criterio	Malecón de Salinas	Playa de Chipipe	Playa de San Lorenzo	REMACOPSE		
				Chocolatera	Lobería	Mirador el Moro
<b>Dimensiones de Espacios de Maniobra</b>	No cumple con las dimensiones			Si cumple en sus senderos		
<b>Dimensiones para con sillas de rueda</b>						
<b>Rampas</b>	Si cumple, pero no poseen normas técnicas			Si cumple con las normas técnicas		
<b>Estación de Parasoles</b>				No cumple		
<b>Baterías Sanitarias</b>						
<b>Vestidores</b>	No cumple			Si cumple	No cumple	Si cumple
<b>Estacionamiento</b>						
<b>Comedores</b>						
<b>Señalización</b>						

Nota: Tomado de *Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Establecimiento Hotelero Accesible para todos los tipos de Discapacidades, en el Cantón Salinas, año 2016.*

En la zona de la REMACOPSE si se puede apreciar que los accesos sí tienen las medidas para la maniobra, baterías sanitarias, pasillos y rampas, los cuales están de acuerdo con las normas técnicas de calidad definidas en la ISO 21902 y las normas INEN 2 239:00 del Ecuador; lo que permite que personas con discapacidad física entre ellas incluidas los adultos mayores puedan moverse de forma plena. En la tabla 21 se detalla la evaluación completa entre los atractivos y los estándares de acceso para la movilidad física de los turistas.

### **Inventario de la Planta Turística**

En lo que respecta a la planta turística existen 296 (doscientos, noventa y seis) establecimientos, distribuidos de la siguiente manera: 74 (setenta y cuatro) de alojamiento, 118 (ciento, dieciocho) de alimentación, 31 (treinta y uno) de esparcimiento, 66 (sesenta y seis) operadores turísticos y 7 (siete) cooperativas de transporte.

### **Alojamiento**

El cantón Salinas cuenta con setenta y cuatro establecimientos para recibir a los turistas los cuales tienen 1,669 (mil, seiscientos sesenta y nueve) habitaciones, lo que equivale a 4,692 (cuatro mil seiscientos noventa y dos) plazas, solo tiene 11 (once) establecimientos adaptados para recibir a los adultos mayores “ver Tabla 23”.

Tabla 22.

Alojamientos en el cantón Salinas.

<b>No.</b>	<b>Tipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Establecimientos Adaptados</b>	<b>Plazas</b>
<b>1</b>	Hoteles	21	841	6	2,207
<b>2</b>	Hostal	44	751	5	2,271
<b>3</b>	Hostería	7	68	0	195
<b>4</b>	Casa de Huéspedes	2	9	0	19
<b>Total</b>		<b>74</b>	<b>1,669</b>	<b>11</b>	<b>4,692</b>

*Nota:* Tomado de la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Salinas 2020.

## Alimentación

Con respecto a la alimentación que se oferta a los turistas el cantón Salinas cuenta con 118 (ciento dieciocho) establecimientos, los cuales tienen 1,272 (mil, doscientas setenta y dos) mesas, con lo que puede cubrir a 5,212 (cinco mil, doscientos doce) pasajeros o PAX “ver Tabla 24”.

Tabla 23.

*Alimentación en el cantón Salinas.*

No.	Establecimiento	Cantidad	Mesas	Establecimientos Adaptados	Pax
1	Cafetería	10	70	0	300
2	Bar	13	58	0	557
3	Restaurante	90	909	0	3,425
4	Plazas de comida	2	60	0	240
5	Servicio de catering	3	175	0	690
<b>Total</b>		<b>118</b>	<b>1,272</b>	<b>0</b>	<b>5,212</b>

*Nota:* Tomado de la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Salinas 2020.

## Esparcimiento

En cuanto al esparcimiento Salinas “ver Tabla 25” cuenta con 31 establecimientos.

Tabla 24.

*Esparcimiento en el cantón Salinas.*

No.	Tipo	Cantidad	Mesas/Juegos	Establecimientos Adaptados	Pax
1	Discoteca	6	58	0	557
2	Instalaciones Deportivas	8			
3	Áreas verdes	17			
<b>Total</b>		<b>31</b>	<b>58</b>	<b>0</b>	<b>557</b>

*Nota:* Tomado de la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Salinas 2020.

La mayoría de los establecimientos se encuentran ubicados en la cabecera cantonal o área urbana. Esta zona cuenta con infraestructura básica y con acceso a

sistemas de comunicación, las carreteras y caminos que conducen a las parroquias rurales son de segundo y tercer orden, a las cuales hay que mejorar las señalizaciones turística.

## Transporte

Con respecto al transporte “ver Tabla 26”, sí existen empresas con buses modernos como es el caso de las Cooperativas CLP, LIBERPESA y CICA que dan servicio interprovincial las cuales llegan al terminal de la capital Provincial de Santa Elena, para luego trasladar por medio de las cooperativas intracantonales y de taxis como se detallan en la tabla 25. Además, para los propietarios de vehículos las carreteras se encuentran en buen estado.

Tabla 25.

*Transporte público.*

No.	Cooperativas	Destinos	Tipo
1	Trunsa	Salinas - Ancon	Buses
2	Horizonte Peninsular	Salinas - La Libertad	
3	Transcisa	Salinas - Ballenita	
3	Mar Bravo	La Libertad - Anconcito	
6	Compañía de Taxis Costamovil	Salinas - Santa Elena	Taxis
7	Montañisol Salinas	Guayaquil Salinas	

*Nota:* Tomado de la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Salinas 2020.

## Análisis de la competencia turística

Con respecto a la competencia turística en el cantón, esta no influye directamente a los establecimientos que dan servicios turísticos; y, no hay competitividad en cuanto a dar servicio exclusivo para los adultos mayores que es el tema de la presente investigación.

Los avances en el tema turístico son a nivel provincial, con lo que se pretende difundir a Salinas en un destino turístico como parte integral de la oferta turística, con lo que se hace factible que no se debe desarrollar aisladamente proyectos en cada uno de los cantones, sino, que los proyectos en deben ser complementarios, por lo que estamos en un territorio megadiverso donde la inclusión y equidad debe prevalecer.

En el país se promueve el turismo para adultos mayores, y como antecedente en el año 2012, el país fue designado por la revista estadounidense Internacional Living, como el “Mejor Destino de Retiro del Mundo”. Ecuador tuvo un puntaje de 91,1, Panamá con 90.4; México con 89.9, Malasia con 87.7, Colombia con 83.7 (MINTUR, 2012).

El MINTUR informa que las ciudades de Quito y Cuenca tienen una historia y cultura enriquecedora intelectualmente, ya que poseen templos religiosos, antiguos museos y monumentos históricos entre otros. Además, de diversos sitios naturales a los cuales se los pude conocer mediante caminatas a la vez que se disfruta del contacto con la naturaleza como Vilcabamba y Mindo (MINTUR, 2019).

## Capítulo 4

### Diseñando un Producto Turístico para Adultos Mayores en el Cantón Salinas

#### Antecedente

En el transcurso del tiempo, las empresas, agencias y operadoras turísticas han llevado a cabo la elaboración y venta paquetes turísticos de acuerdo con las preferencias y gustos de los clientes (Ballesteros, 2012, consultado en, Gutiérrez, Morocho 2020). Gestiones que han generado ingresos al país, promocionando los atractivos turísticos a los viajeros tanto nacionales como a los extranjeros.

La Ruta del Sol “ver Figura 35” se la conoce porque en ella se localizan hermosas playas tranquilas ubicadas en el Océano Pacífico al noroccidente de la costa ecuatoriana. En las cuales se pueden realizar diversas actividades recreativas en estas playas. Además, se destaca su gastronomía reconocida a nivel nacional como una de las mejores con respecto a los mariscos y también, porque brinda al turista para que pernocte en alojamientos al alcance de los diferentes estratos sociales, desde los que tienen un alto valor hasta los más económicos.

La presente investigación tiene como propósito diseñar un producto turístico denominado “Ruta de la Naturaleza y Cultura para adultos mayores del cantón Salinas” “ver Figura 36”. También, para incentivar a los turistas adultos mayores de las Provincias del Guayas Manabí, Pichincha y Azuay a que conozcan estos destinos emergentes como son los atractivos turísticos del cantón Salinas. Propuesta que para su implementación se la hará de acuerdo con los aspectos turísticos y legales.

En el desarrollo de la investigación se pudo comprobar, que no se ha realizado un ofrecimiento similar de esta ruta, Por lo que, esta propuesta de un diseño de producto turístico para adultos mayores será una base para emprendimientos futuros. Donde se mejore el procedimiento y calidad de los atractivos turísticos.

El aporte de esta investigación coincide con el valor agregado del modelo de Comercialización de la Ruta Spondylus para el Incentivo de Destinos Emergentes. El cuál consiste en que en su diseño se contempla el servicio de transportación mediante un bus turístico con la modalidad hop on – hop off (subir y bajar). Con lo que se beneficiará y se dará mayor comodidad a los turistas y puedan así conocer destinos interesantes y que ofrecen la oportunidad de disfrutar más allá del turismo de sol y playa. (Gutierrez Lozano & Morocho Sumba, 2020).

## Mapa de Ubicación de la Ruta Naturaleza y Cultura de Salinas



Figura 34. Ruta del Sol en la Provincia de Santa Elena.

Tomado de Foro Ecuador. ec.



Las ruta de la Naturaleza y Cultura para adultos mayores del cantón Salinas están divididas en tres: la primera ruta se llama Avistamiento de Aves – Playa Chipipe. La segunda ruta se denominada: Puertos Pesqueros – Playa San Lorenzo, y, la Tercera es la fusión de las dos.



Figura 35. Ruta de la Naturaleza y Cultura para adultos mayores del cantón Salinas.

Adaptado de Foro Ecuador. ec

### Diseño Técnico

Para el diseño de los paquetes turísticos para Adultos Mayores, se los elaboró considerando su condición, de acuerdo con la oferta de los servicios y la demanda de los turistas. Para lo cual se propone 3 rutas turísticas, dos rutas de un día de duración, y una ruta turística con pernoctación la cual tendrá una duración de dos días.

1. Ruta del Avistamiento de aves – Playa de Chipipe, duración 1 día, ver “Tabla 27” con un precio de venta de \$496.41 (Cuatrocientos, noventa y seis con 41/100 dólares), recorrido que se lo hará en 10 horas.
2. Ruta Puertos pesqueros – Playa de San Lorenzo, duración 1 día, ver “Tabla 28” con un precio de venta de \$496.41 (Cuatrocientos, noventa y seis con 41/100 dólares), recorrido que se lo hará en 10 horas.
3. Ruta Puertos pesqueros – Playa de San Lorenzo, Pernoctación, y, Ruta del Avistamiento de aves – Playa de Chipipe, duración 2 días, ver “Tabla 29” con un precio de venta de \$1,140.40 (Mil, ciento cuarenta, con 40/100 dólares), recorrido que se lo hará en 20 horas.

## Paquete turístico 1.

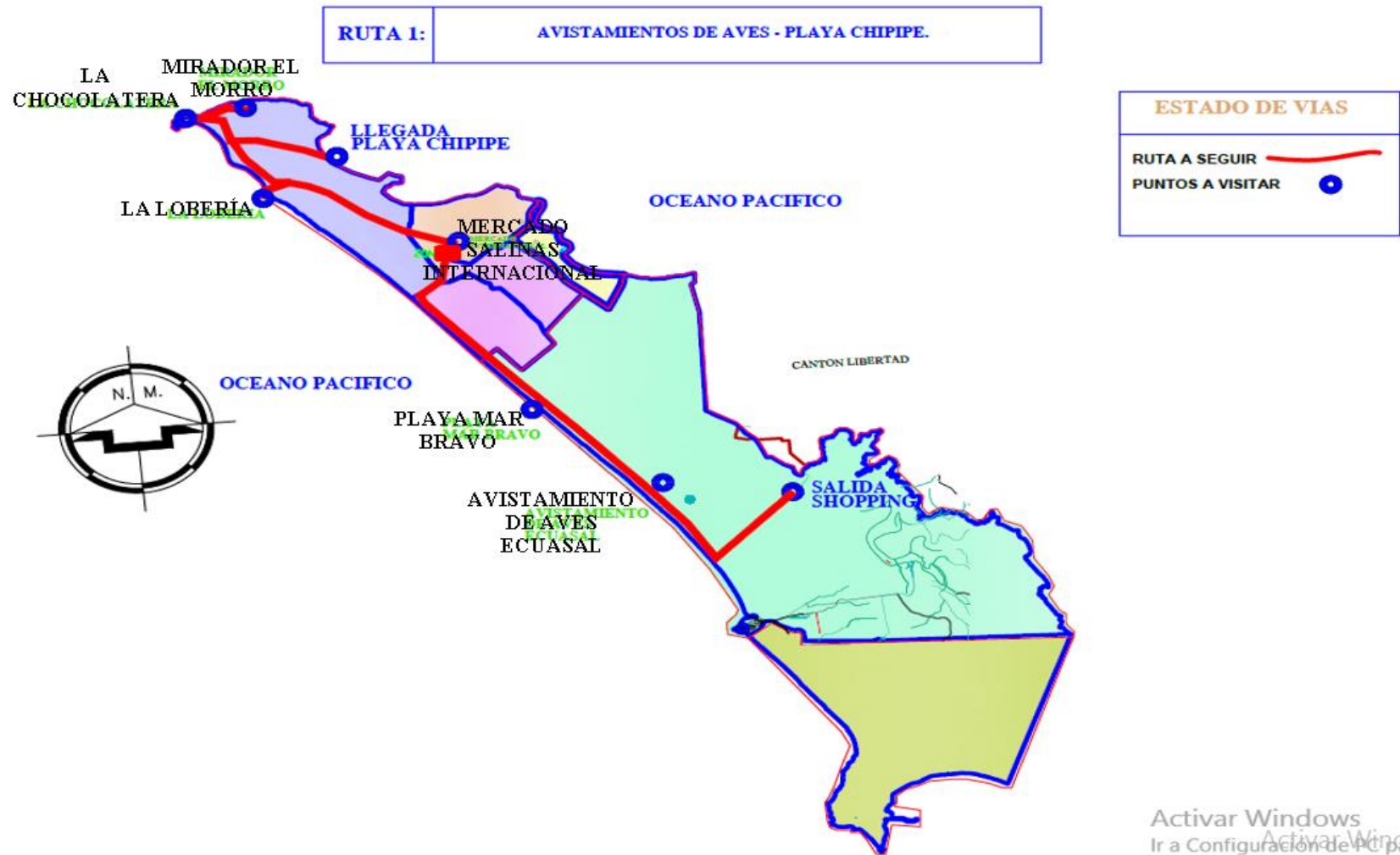
Tabla 26.

*Paquete turístico Ruta del Avistamiento de aves – Playa Chipipe.*

<b>1. Detalles del Paquete Turístico 1</b>				
Nombre	Duración	Carácter		
Avistamiento de aves – Playa Chipipe	1 día	Naturaleza y cultura		
Duración	Dificultad	Dirigido A:		
10 horas	Moderado	Adultos Mayores (65-85 años sin discapacidad)		
<b>2. Itinerario del Paquete Turístico</b>				
Hora	Actividades	Tiempo		
7H00	Desayuno	1 hora		
8H00	Salida en bus desde el paseo Shopping La Libertad	1 hora		
9H00	Caminata por la Playa de Mar Bravo	1 hora		
10H30	Lagunas de ECUASAL, avistamiento de aves y elaboración de sal artesanal	2 horas		
12H30	Almuerzo Mercado Salinas Internacional	1 hora		
13H30	Museo de aviones (FAE)	30 minutos		
14H00	La Lobería	30 minutos		
14H30	La Chocolatera	30 minutos		
15H30	Mirador el morro	1 hora		
16H00	Playa de Chipipe	1 hora con 30 minutos		
<b>3. Requerimiento de la Visita</b>				
Identificación	Ropa	EPP	Alimentos y Medicinas	
Documentos personales	Short, camisetas y traje de baño	Gorra, protector solar, repelente y gafas	Botella de agua y medicina personal	
<b>4. El Paquete Turístico Incluye</b>				
Transporte	Alimentación	Orientación	Recuerdo	
Durante el recorrido	Un desayuno, dos break y un almuerzo	Un guía	2 fotografías	
<b>5. No Incluye</b>				
Platos a la carta, Bebidas adicionales; Gastos personales; Todo lo que no se especifica				
<b>6. Estructura de Costos</b>				
Concepto	Costo Total	Precio Unitario		
		6-10 PAX	11-15 PAX	16-20 PAX
<b>Costos Fijos</b>	<b>90.00</b>	<b>9.00</b>	<b>6.00</b>	<b>4.50</b>
1 guía	30.00	3.00	2.00	1.50
1 transporte terrestre	60.00	6.00	4.00	3.00
<b>Costos Variables</b>	<b>187.50</b>	<b>12.50</b>	<b>12.50</b>	<b>12.50</b>
1 desayuno	45.00	3.00	3.00	3.00
2 break	60.00	4.00	4.00	4.00
1 almuerzo	52.50	3.50	3.50	3.50
1 recuerdo	30.00	2.00	2.00	2.00
<b>Subtotal</b>	<b>277.50</b>	<b>21.50</b>	<b>18.50</b>	<b>17.00</b>
Gastos adm y de ventas 10%	305.25	23.65	20.35	18.70
Gastos de depreciación 10%	335.78	26.02	22.39	20.57
Utilidad 20%	402.93	31.22	26.86	24.68
Precio bruto 10%	443.22	34.34	29.55	27.15
12% IVA	53.19	4.12	3.55	3.26
<b>Precio de Venta</b>	<b>496.41</b>	<b>38.46</b>	<b>33.09</b>	<b>30.41</b>

Fuente: Investigación

### Ruta 1 de Avistamiento de aves – Playa de Chipipe



Activar Windows  
Ir a Configuración de Windows

Figura 36. Ruta de avistamiento de aves – Playa Chipipe.

Fuente: Investigación

## Paquete turístico 2.

Tabla 27.

Ruta Puerto Pesquero – Playa de San Lorenzo.

<b>1. Detalles del Paquete Turístico 1</b>				
Nombre		Duración	Carácter	
Puerto Pesquero – Playa de San Lorenzo		1 día	Naturaleza y cultura	
Duración		Dificultad	Dirigido A:	
10 horas		Moderado	Adultos Mayores (65-85 años sin discapacidad)	
<b>2. Itinerario del Paquete Turístico</b>				
Hora	Actividades		Tiempo	
7H00	Desayuno		1 hora	
8H00	Salida en bus desde el parque Santa Elena		1 hora	
9H00	Puerto pesquero de Anconcito		1 hora	
10H30	Playa la Diablica		30 minutos	
11H00	Mirador Punta Carnero		30 minutos	
12H00	Playa Punta Carnero		1 hora	
13H00	Almuerzo Mercado de José Luis Tamayo, elaboración de pan artesanal		1 hora	
14H00	Puerto Pesquero de Santa Rosa, Cristo del Pescador		30 minutos	
14H30	Playa Paco Illescas		30 minutos	
15H30	Muelle y Artesanías		30 minutos	
17H00	Playa San Lorenzo		1 hora con 30 minutos	
<b>3. Requerimiento de la Visita</b>				
Identificación	Ropa	EPP	Alimentos y Medicinas	
Documentos personales	Short, camisetas y traje de baño	Gorra, protector solar, repelente y gafas	Botella de agua y medicina personal	
<b>4. El Paquete Turístico Incluye</b>				
Transporte	Alimentación	Orientación	Recuerdo	
Durante el recorrido	Un desayuno, dos break y un almuerzo	Un guía	2 fotografías	
<b>5. No Incluye</b>				
Platos a la carta, Bebidas adicionales; Gastos personales; Todo lo que no se especifica				
<b>6. Estructura de Costos</b>				
Concepto	Costo Total	Precio Unitario		
		6-10 PAX	11-15 PAX	16-20 PAX
<b>Costos Fijos</b>	<b>90.00</b>	<b>9.00</b>	<b>6.00</b>	<b>4.50</b>
1 guía	30.00	3.00	2.00	1.50
1 transporte terrestre	60.00	6.00	4.00	3.00
<b>Costos Variables</b>	<b>187.50</b>	<b>12.50</b>	<b>12.50</b>	<b>12.50</b>
1 desayuno	45.00	3.00	3.00	3.00
2 break	60.00	4.00	4.00	4.00
1 almuerzo	52.50	3.50	3.50	3.50
1 recuerdo	30.00	2.00	2.00	2.00
<b>Subtotal</b>	<b>277.50</b>	<b>21.50</b>	<b>18.50</b>	<b>17.00</b>
Gastos adm y de ventas 10%	305.25	23.65	20.35	18.70
Gastos de depreciación 10%	335.78	26.02	22.39	20.57
Utilidad 20%	402.93	31.22	26.86	24.68
Precio bruto 10%	443.22	34.34	29.55	27.15
12% IVA	53.19	4.12	3.55	3.26
<b>Precio de Venta</b>	<b>496.41</b>	<b>38.46</b>	<b>33.09</b>	<b>30.41</b>

Fuente: Investigación

**Ruta 2 Puertos Pesqueros – Playa San Lorenzo**

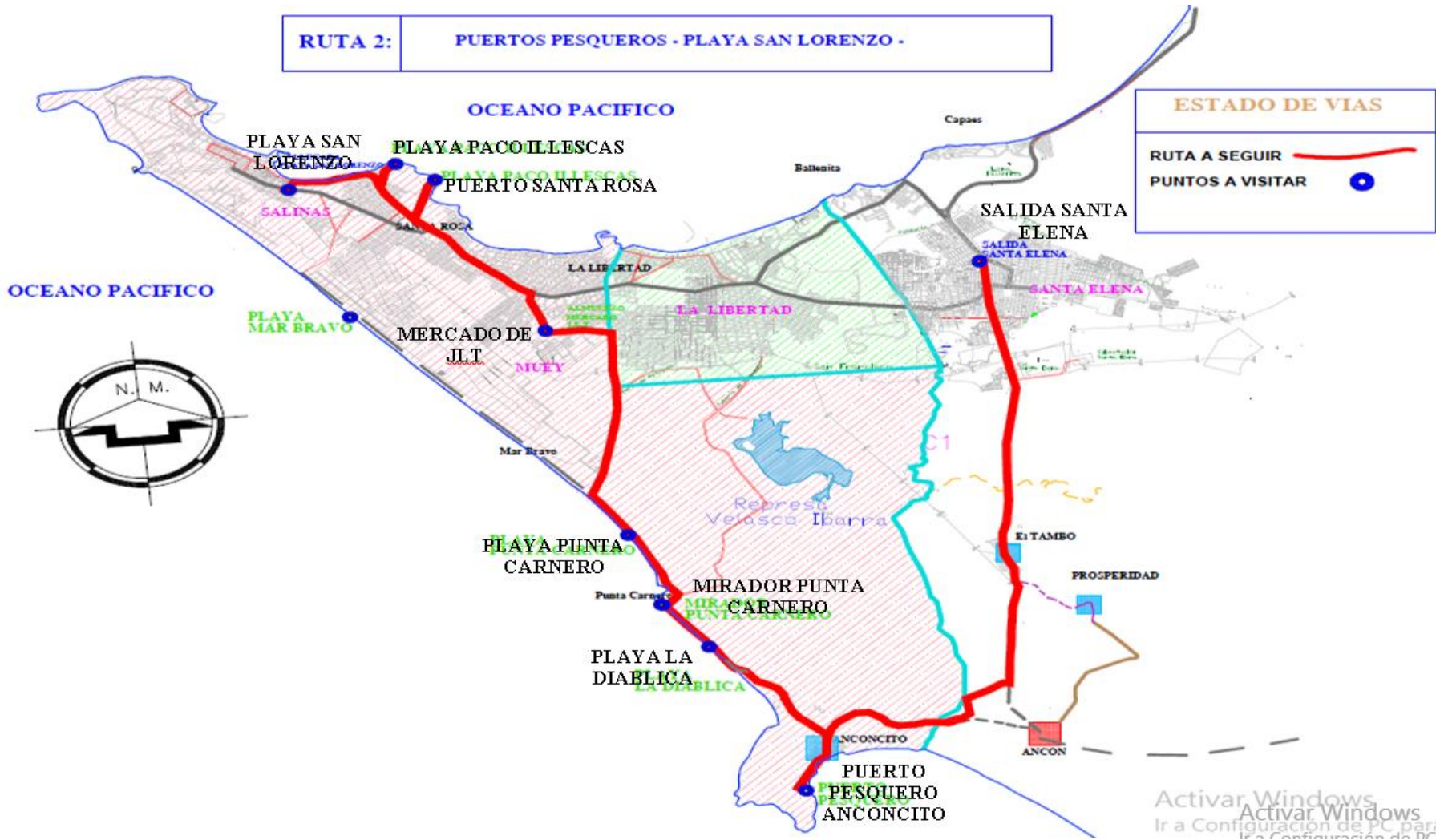


Figura 37. Ruta Puerto Pesqueros – Playa San Lorenzo.

Fuente: Investigación.

### Paquete turístico 3.

Tabla 28.

*Ruta Anconcito – Playa de Chipipe.*

<b>Paquete turístico 3 Parte 1</b>		
<b>1. Detalles del Paquete Turístico</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Duración</b>	<b>Carácter</b>
Avistamiento de aves – Playa Chipipe	1 día	Naturaleza y cultura
<b>Duración</b>	<b>Dificultad</b>	<b>Dirigido A:</b>
20 horas	Moderado	Adultos Mayores (65-85 años sin discapacidad)
<b>2. Itinerario del Paquete Turístico Primer Día</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Tiempo</b>
7H00	Desayuno	1 hora
8H00	Salida en bus desde el parque Santa Elena	1 hora
9H00	Puerto pesquero de Anconcito	1 hora
10H30	Playa la Diablica	30 minutos
11H00	Mirador Punta Carnero	30 minutos
12H00	Playa Punta Carnero	1 hora
13H00	Almuerzo Mercado de José Luis Tamayo, elaboración de pan artesanal	1 hora
14H00	Puerto Pesquero de Santa Rosa, Cristo del Pescador	30 minutos
14H30	Playa Paco Illescas	30 minutos
15H30	Muelle y Artesanías	30 minutos
17H00	Playa San Lorenzo	1 hora con 30 minutos
<b>3. Pernoctación</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Tiempo</b>
18H30	Llegada al hotel el primer día	1 hora con 30 minutos
06H30	Salida del hotel segundo día	1 hora con 30 minutos
<b>4. Itinerario del Paquete Turístico Segundo Día</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Tiempo</b>
7H00	Desayuno	1 hora
8H00	Salida en bus desde el paseo Shopping La Libertad	1 hora
9H00	Caminata por la Playa de Mar Bravo	1 hora
10H30	Lagunas de ECUASAL, avistamiento de aves y elaboración de sal artesanal	2 horas
12H30	Almuerzo Mercado Salinas Internacional	1 hora
13H30	Museo de aviones (FAE)	30 minutos

## Paquete turístico 3 Parte 2

### 4. Itinerario del Paquete Turístico Segundo Día

Hora	Actividades	Tiempo
14H00	La Lobería	30 minutos
14H30	La Chocolatera	30 minutos
15H30	Mirador el morro	1 hora
17H00	Playa de Chipipe	1 hora con 30 minutos

### 5. Requerimiento de la Visita

Identificación	Ropa	EPP	Alimentos y Medicinas
Documentos personales	Short, camisetas y traje de baño	Gorra, protector solar, repelente y gafas	Botella de agua y medicina personal

### 6. El Paquete Turístico Incluye

Transporte	Alimentación	Orientación	Recuerdo
Durante el recorrido	Un desayuno, dos break y un almuerzo	Un guía	2 fotografías

### 7. No Incluye

Platos a la carta, Bebidas adicionales; Gastos personales; Todo lo que no se especifica

### 8. Estructura de Costos

Concepto	Costo Total	Precio Unitario		
		6-10 PAX	11-15 PAX	16-20 PAX
<b>Costos Fijos</b>	<b>180.00</b>	<b>18.00</b>	<b>12.00</b>	<b>9.00</b>
2 guía	60.00	6.00	4.00	3.00
2 transporte terrestre	120.00	12.00	8.00	6.00
<b>Costos Variables</b>	<b>457.50</b>	<b>30.50</b>	<b>30.50</b>	<b>30.50</b>
2 desayunos	75.00	5.00	5.00	5.00
4 break	90.00	6.00	6.00	6.00
2 almuerzo	75.00	5.00	5.00	5.00
1 merienda	37.50	2.50	2.50	2.50
1 hospedaje	150.00	10.00	10.00	10.00
1 recuerdo	30.00	2.00	2.00	2.00
<b>Subtotal</b>	<b>637.50</b>	<b>48.50</b>	<b>42.50</b>	<b>39.50</b>
Gastos adm y de ventas 10%	701.25	53.35	46.75	43.45
Gastos de depreciación 10%	771.38	58.69	51.43	47.80
Utilidad 20%	925.65	70.42	61.71	57.35
Precio bruto 10%	1,018.22	77.46	67.88	63.09
12% IVA	122.19	9.30	8.15	7.57
<b>Precio de Venta</b>	<b>1,140.40</b>	<b>86.76</b>	<b>76.03</b>	<b>70.66</b>

Fuente: Investigación

### Ruta 3 Puertos Pesqueros - Playa de Chipipe

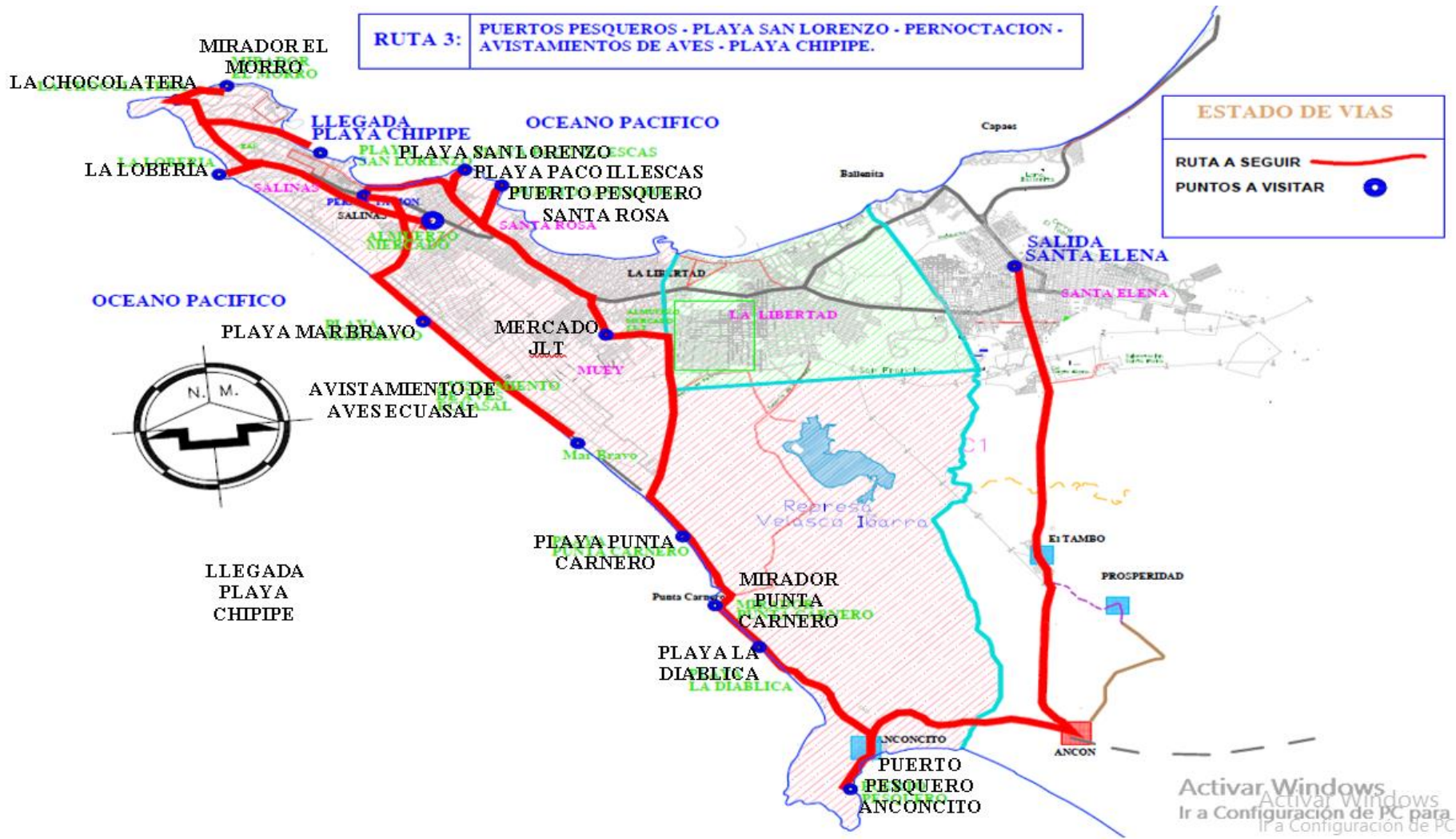


Figura 38. Ruta Puertos Pesqueros – Playa Chipipe.

Fuente: Investigación



### Punto de Equilibrio de los Paquetes Turísticos.

Una vez definidos los paquetes turísticos, se procedió a calcular el punto de equilibrio, con la finalidad de conocer el número de turistas mínimos que deben hacer uso de un paquete turístico, para no tener pérdida ni ganancia por la venta del producto, cálculo realizado mediante la siguiente fórmula:

### Cálculo del punto de equilibrio del paquete turístico 1 y 2

Tabla 29.

*Cálculo del punto de equilibrio del paquete turístico 1 y 2.*

Cant.	Calculo	Cantidad mínima para no perder ni ganar
10 PAX	$\frac{90}{38.46 - 12.50} = 3.47 = 3 \text{ PAX}$	3 personas
15 PAX	$\frac{90}{33.09 - 12.50} = 4.37 = 4 \text{ PAX}$	4 personas
20 PAX	$\frac{90}{30.41 - 12.50} = 5.02 = 5 \text{ PAX}$	5 personas

*Fuente:* Investigación.

### Punto de equilibrio del paquete turístico 3

Tabla 30.

*Cálculo del punto de equilibrio del paquete turístico 3.*

Cant.	Calculo	Cantidad mínima para no perder ni ganar
10 PAX	$\frac{180}{86.76 - 30.50} = 3.20 = 3 \text{ PAX}$	3 personas
15 PAX	$\frac{180}{76.03 - 30.50} = 3.95 = 4 \text{ PAX}$	4 personas
20 PAX	$\frac{180}{70.66 - 30.50} = 4.48 = 5 \text{ PAX}$	5 personas

*Fuente:* Investigación.

Para no tener pérdidas ni ganancias por la prestación de servicios turísticos, de diez pasajeros deberán adquirir el paquete turístico como mínimo tres personas; para 15 pasajeros cuatro personas como mínimo; y, para 20 pasajeros como mínimo tendrá que ser cinco personas.

## **Técnicas de Difusión y Publicidad**

### **Texto para la Publicidad de la Radio, la Televisión e Internet.**

Salinas los espera para que disfruten de su atractiva ruta natural y cultural para el adulto mayor. Participen de los diversos productos turísticos diseñados para estén al alcance de todos los estratos sociales. Con el fin de conocer y de deleitarse de un lugar de ensueño para su recreación y sosiego lo que les permitirán fortalecer su espíritu y estado de ánimo junto a la belleza de la costa.

Lugar donde podrán contemplar, diversos parajes naturales, playa mar y sol, como los que se encuentran en la Reserva de Producción Faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE) donde se puede contemplar el ocaso del sol. También, de sus paradisíacas playas como la de Chipipe, San Lorenzo, Paco Illescas y La Diablica. Además de obras donde ha intervenido la mano del hombre como son los puertos pesqueros Santa Rosa y Anconcito, muelle y las artesanías.

Salinas también de invita a visitar las diferentes iglesias, parques, polideportivos y monumentos, las cuales se encuentran en las parroquias urbanas Gral. Enríquez Gallo, Carlos Espinoza Larrea, Vicente Rocafuerte y Santa Rosa, y, las rurales José Luis Tamayo y Anconcito. Además, de saborear el pan cocido en los tradicionales hornos de leña. y como se elabora artesanalmente la sal. De la misma manera degustar de una exquisita gastronomía, como el bolón de verde, encebollado, tigrillo, ceviches, corviche, bollo de pescado, arroz con pescado frito, etc. (ver anexo digital).

El avistamiento de ballenas y de aves son momentos que no los podrán olvidar y que a través de los medios publicitarios y redes sociales el adulto mayor se sentirá motivado a participar de los diferentes paquetes turísticos. Con estas técnicas tanto las tradicionales como las innovadoras, cuyo objetivo se centra en persuadir a este segmento especial que está en la última etapa de su vida para que sean consumidores de los atractivos turísticos del cantón Salinas.

(Berenguel, M. 2013), en su investigación manifiesta que: “No hay venta sin interés por parte del consumidor, y no hay interés sin conocimiento”, es lo que se pretende en esta investigación que la comunicación llegue a todos los rincones de la patria y con ello lograr estimular de la demanda para consumir los paquetes turísticos planteados entre los segmentos de mercado a los que va dirigido.

## **RUTA DE NATURALEZA Y CULTURA**

**PARA LOS TURISTAS ADULTOS MAYORES  
QUE VISITAN EL CANTÓN SALINAS**

*“Por un Ocaso digno y feliz de los mejores años de tu vida”*



*El cantón Salinas se complace en invitarlos a disfrutar de su atractiva ruta natural y cultural para el adulto mayor, Un lugar extraordinario para un sano esparcimiento junto al esplendor de la naturaleza. Donde podrá admirar atractivos turísticos naturales como sus hermosas playas. Además, observar cómo se realizan diversas actividades tradicionales que forman parte de la riqueza cultural de nuestro cantón. Y de la misma manera degustar de una exquisita gastronomía, como el pescado asado, ceviche, corviche, bolón de verde, encebollado y una gran variedad de platos derivados de los mariscos frescos propios de la zona.*

## Plan de publicidad

El objetivo del plan de publicidad es: Incentivar la práctica del turismo inclusivo para los grupos vulnerables como los adultos mayores.

Tabla 31.

*Plan de Publicidad.*

<b>Tipo de Publicidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Presupuesto anual \$</b>
<b>Radio</b>	Se difundirá en las emisoras locales Radio Amor, mediante convenios publicitarios	Duración 40 segundos a \$ 14 x 72 cuñas al año	1,008.00
<b>Internet</b>	Se difundirá en las redes sociales, Facebook,	Costo por clic \$0.18*5.000 clic	900.00
<b>Internet</b>	WhatsApp, y correos electrónicos	Contrato de internet \$20*12 meses al año	240.00
<b>Hoja Volante</b>	Impresas a full color en couche de 90 gr. 1000 unidades al año	Impreso de 1.000 hojas a \$79 dólares	79.00
<b>Total</b>			<b>\$ 2,227.00</b>

*Fuente: investigación*

El costo del presupuesto anual para el plan de Publicidad es de \$ 2,227,00 (dos mil, doscientos veinte y siete 00/100 dólares, y las políticas de funcionamiento son las siguientes:

Para la presencia radial eventual se transmitirá tres cuñas los fines de semana (sábado y domingo), durante un mes cada cuatro meses.

Para el internet se tendrá presencia en las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y Tik Top, también por medio de correos electrónicos.

Para la distribución de las hojas volantes se la hará de manera masiva a las personas encargadas de los adultos mayores.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

La hipótesis enunciada se comprueba que es factible de acuerdo con los resultados del estudio de mercado realizado, por lo tanto, se concluye que Salinas es una de las mejores alternativas para brindarles una mejor calidad de vida a los adultos mayores mediante paquetes turísticos para que visiten, conozcan y admiren la belleza de la costa.

El diagnóstico reveló una serie de inconvenientes, como el de no contar con un Plan Estratégico para el Turismo, y se evidenció que hay poca infraestructura y planta turística diseñada para adultos mayores. El estudio de mercado nos indica que es necesario diseñar un producto turístico, tanto para los adultos mayores como para las personas que tienen a cargo el cuidado de estos, cuyo objetivo se enfoque en cubrir las expectativas de tener un sano esparcimiento.

Se diseñó el producto turístico denominada “Ruta de la Naturaleza y Cultura del cantón Salinas” donde se detallan tres paquetes turísticos que destacan la oferta, donde, se especifican las diferencias y como el consumidor pueda sacar ventaja de las rutas propuestas. De acuerdo con el análisis financiero de los medios publicitarios requeridos fueron la propaganda animada en la televisión e internet, el spot radial y el tradicional anuncio con hojas volantes, lo que tendrá un costo de \$800.00 dólares.

### **Recomendaciones**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas (GADMS) debe continuar y mejorar la difusión del turismo inclusivo, dando cumplimiento al 100% de la Programación Anual de Políticas Públicas, para mantener los atractivos turísticos existentes para que den un servicio de calidad. Mejorar los ya existente y desarrollar nuevos atractivos turísticos sostenibles con el fin de mejorar la calidad de vida de la población que debe inmiscuirse como gestores del cambio.

El GADMS debe invertir recursos monetarios para la capacitación de los operadores turísticos en el aspecto turístico, cultural y ambiental, labor que tiene que ser coordinada con los programas del Ministerio de Turismo direccionados a diferentes tipos de audiencia Difundir la Ruta Turística de Naturaleza y Cultura del cantón Salinas, en un trabajo en equipo de los organismos públicos y privados con la finalidad de optimizar recursos y posicionar al balneario Salinas como un destino turístico para adultos mayores.

## Glosario

**Actividades lúdicas:** es aquello que se puede realizar en el tiempo libre con el objetivo de liberar tensiones, salir de la rutina diaria y para obtener un poco de placer, diversión y entretenimiento. Otros beneficios de las **actividades lúdicas** pueden ser: amplían la expresión corporal.

**Coronavirus COVID-19:** El nuevo coronavirus se llama SARS-CoV2, la enfermedad se llama **Corona Virus Disease 2019=COVID19**. Es un nuevo tipo de coronavirus que puede afectar a las personas y se ha detectado por primera vez en diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei, en China. Todavía hay muchas cuestiones que se desconocen con relación a la enfermedad que produce: **COVID-19**.

**Clúster:** Grupo de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes.

**Barómetro:** Índice o indicador del estado de una situación o proceso.

**Esperanza de vida:** Cálculo demográfico sobre la edad media que pueden alcanzar los individuos de una población concreta en una época determinada.

**Geomorfología:** Parte de la geodesia que estudia la figura del globo terráqueo y la formación de los mapas.

**Lodge:** son alojamientos ubicados en destinos no masivos, apartados de las grandes ciudades, rodeados de naturaleza y contruidos en madera y materiales amigables con el ambiente. Normalmente son hoteles pequeños que garantizan privacidad y servicio personalizado.

**Pernoctación:** Se entiende por pernoctación, o plaza ocupada, cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento. Al igual que en las entradas de viajeros, las pernoctaciones se desglosan según el lugar de residencia.

**Ralentización:** Disminución de la velocidad de una actividad o proceso.

**Resort:** Es un complejo turístico con una calificación normalmente de entre 4 y 5 estrellas. está localizado en un ambiente natural, pone a disposición una gran cantidad de actividades de ocio adicionales que permiten disfrutar tu estancia al máximo.

**Tangibilizar:** se trata en esencia de hacer visible, de evidenciar y de “tocar” de diferentes maneras la propuesta de valor del servicio. Empaquetar es darle un concepto de manera que sea más fácil de entender y diferenciar.

**Zoomorfo:** Que tiene forma de animal.

**Fitomorfo:** Que tiene apariencia de planta.

**Pax:** o *PAX*, abreviatura internacional utilizada en la industria turística para designar la palabra "pasajero".

## BIBLIOGRAFÍA

- Abellán López, M. Á.-B. (2020). *Envejecimiento activo mediante el turismo social: el caso del Instituto de Mayores y Servicios Sociales en España*. Universidad de Alicante, Departamento de Estudios Jurídicos del Estado, España.
- Beltran-Bueno, M. A., & Parra-Meroño, M. C. (2017). *Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar*. Cuadernos de Turismo, nº 39, (2017); pp. 41-65. Recuperado el 13 de 12 de 2020, de <file:///C:/Users/Marcos%20Gonzalez/Downloads/Dialnet-PerfilesTuristicosEnFuncionDeLasMotivacionesParaVi-6011058.pdf>
- Borbor Gonzabay, V. N. (2015). *Creación de un producto turístico gerontológico para el cantón Santa Elena*. Tesis, Santa Elena. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/2588>
- Cánepa, G. L. (2020). *Estrategias de Marketing aplicadas al neuromarketing-e-commerce*. Recuperado el 29 de 11 de 2020, de <http://ri.unsam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/1216/TFPP%20EEYN%202020%20CGL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrillo Peñafiel, J. C. (2017). *Diseño de una guía turística dirigida a adultos mayores en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, Ecuador*. UNIANDES, Tungurahua. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7366>
- Castro, J. (2016). *Las facilidades turísticas del sector hotelero, y su contribución al turismo inclusivo del cantón Ambato provincia de Tungurahua*. Recuperado el 21 de 11 de 2020, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25181/1/JAQUELINE%20CASTRO.pdf>
- Comercio. (6 de julio de 2019). Turismo. *Destino turístico en Ecuador para adultos mayores*, págs. <https://www.elcomercio.com/tendencias/destinos-turisticos-ecuador-adultos-mayores.html>.
- De La Cruz, A. D. (2018). *Diseño de productos turísticos para personas con discapacidad motriz en el destino Guayaquil*. Tesis, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Especialidades Empresariales, Carrera De Administración de Empresas, Guayaquil.



- Ecured. (2020). *Estilo de vida*. Recuperado el 2020, de [https://www.ecured.cu/Estilo\\_de\\_vida](https://www.ecured.cu/Estilo_de_vida)
- El País. (17 de septiembre de 2020). *Personas mayores "La arruga quiere ser bella en América Latina y el Caribe"*. Obtenido de [https://elpais.com/elpais/2020/09/15/planeta\\_futuro/1600168620\\_450300.html](https://elpais.com/elpais/2020/09/15/planeta_futuro/1600168620_450300.html)
- Esan, C. (25 de 5 de 2016). *Marketing de servicios: significado y características*. Recuperado el 22 de 11 de 2020, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/marketing-servicios-significado->
- GADMS. (31 de octubre de 2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas*. Obtenido de <https://www.salinas.gob.ec/index.php/salinas/historia>
- García, J. (2013). *Diseño de un producto turístico para el adulto mayor en el cantón el Empalme, provincia del Guayas*. Recuperado el 22 de 11 de 2020
- Giraldo, N. (2020). *Ruta turística para la recuperación de la identidad histórica y cultural de Girardot, Cundinamarca*. Recuperado el 22 de 11 de 2020, de <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9357/TRAB>
- Gonzabay, I. (2016). *Plan de turismo social para adultos mayores del cantón la Libertad-provincia de Sanata Elena*. Tesis. Recuperado el 15 de 11 de 2020, de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/3306/UPSE-TDT-2016-0012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Granizo, K. (2017). *Producto turístico de aventura para diversificar la oferta turística en el cantón Mera, Provincia de Pastaza*. Tesis. Recuperado el 13 de 12 de 2020, de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4207/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2017-0006.pdf>
- Gudiño, J. (2016). *Análisis de las facilidades turísticas que presta el cantón General Villamir Playas en el desarrollo del turismo para personas con movilidad limitada*. Recuperado el 21 de 11 de 2020, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10314/1/Tesis-Roberto-Lara-Ponce>.
- Gutierrez Lozano, J. K., & Morocho Sumba, P. A. (2020). *Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes*. Tesis. Recuperado el 16 de 2 de 2021

- Hernández, C. G., & Mendoza, M. G. (2009). *Reflexión crítica sobre el consumo turístico*. Recuperado el 1 de 12 de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713900004.pdf>
- Hubert M. Blalock, J. (1999). Estadística social. *Fondo de cultura económica Mexico*. Recuperado el 6 de 12 de 2020, de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54535922/Blalock\\_Hubert\\_-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54535922/Blalock_Hubert_-)
- Kotler, P. y. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación. Recuperado el 26 de 11 de 2020
- López Salazar, C. D., & Plúas Tomalá, A. M. (2020). *Servicios accesibles para el desarrollo turístico: Caso playas de San Lorenzo, Chipipe, Olón, Ayangue y Palmar de la provincia de Santa Elena*. Tesis, Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5295>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Pearson Educación. Recuperado el 21 de 11 de 2020
- Martínez Martínez, J. G. (2018). *Diseño de un plan de comercialización de los productos turísticos de la reserva de producción de fauna marino costera Puntilla Santa Elena REMACOPSE*. Universidad de Guayaquil , Facultad de Comunicación Social Turismo y Hotelería, Salinas. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27582>
- Martinez, M. (12 de 12 de 2005). *El Método Etnográfico de Investigación*. Recuperado el 12 de 12 de 2020, de [https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/comiteEtica/normatividad/documentos/normatividadInvestigacionenSeresHumanos/13\\_Investigacionetnografica.pdf](https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/comiteEtica/normatividad/documentos/normatividadInvestigacionenSeresHumanos/13_Investigacionetnografica.pdf)
- Mata Solis, L. D. (7 de 5 de 2019). *El enfoque de investigación: la naturaleza del estudio*. Recuperado el 5 de 12 de 2020, de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-investigacion-la-naturaleza-del-estudio/>
- Mendez Alvarez, C. E. (2006). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Bogotá: Limusa. Recuperado el 5 de 12 de 2020
- Meneghin, D. (12 de 4 de 2019). Qué es la estacionalidad en marketing. *Codigonexo*. Recuperado el 22 de 11 de 2020

- Ministerio de Turismo. (31 de Octubre de 2020). *Turismo. gob.ec*. Obtenido de Ministerios unen esfuerzos en favor del adulto mayor: <https://www.turismo.gob.ec/ministerios-unen-esfuerzos-en-favor-del-adulto-mayor/>
- MINTUR. (2018). *Manual generación de rutas e itinerarios turísticos*. Recuperado el 23 de 11 de 2020
- Morales, S. C. (10 de 12 de 2016). Influencia de las actividades físico-recreativas en la autoestima del adulto mayor. *Revista Cubana de invetigaciones Biomédicas*. Recuperado el 26 de 11 de 2020, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03002016000400007&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03002016000400007&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Morfín, M. d. (2017). *Animación Turística*. mexico. Recuperado el 25 de 11 de 2020, de <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/expresiones-udlap/animacion-turistica>
- Murello, D. A. (2017). *Los adultos mayores como consumidores de turismo*. Obtenido de Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional Quilmes: [https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/290/TM\\_2016\\_murello\\_012.pdf?sequence=1](https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/290/TM_2016_murello_012.pdf?sequence=1)
- Okomura, M., Stampini, M., dicha, C. B., Vivanco, F., Snachez, M., Ibaran, P., & Castillo, P. (1 de 7 de 2019). *La Economía plateada en América Latina y el Caribe*. (G. BID, Ed.) Recuperado el 15 de 11 de 2020, de El envejecimiento como oportunidad para la innovación el emprendimiento y la inclusión: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document>
- OMS. (2020). *La actividad física en los adultos mayores*. Recuperado el 11 de 11 de 2020, de [https://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet\\_olderadults/es/](https://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_olderadults/es/)
- OMT. (1998). *Introducción al Turismo*. Recuperado el 15 de 11 de 2020, de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- OMT. (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas*. Recuperado el 29 de 11 de 2020
- Organización Iberoamerica de Seguridad Social. (2017). Turismo y personas adultas mayores en Iberoamerica. *Boletín del Programa Iberoamericano de cooperación sobre adultos mayores*. Recuperado el 4 de 11 de 2020, de

[http://www.oiss.org/wp-content/uploads/2000/01/BOLETIN\\_18-ODS-1707def.pdf](http://www.oiss.org/wp-content/uploads/2000/01/BOLETIN_18-ODS-1707def.pdf)

- Ospina, D. E., Gómez, M. C., & Pérez, W. G. (2014). *Comportamiento del consumidor turista*. Recuperado el 1 de 12 de 2020, de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/187/140>
- Padilla, A., Linzan, J., & Villao, D. (2019). *Sol, playa y gastronomía como recursos turísticos: perfil del turista del balneario de Salinas, provincia de Santa Elena*. Artículo científico, Universidad Estatal Península de Santa Elena. Recuperado el 26 de 12 de 2020, de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/432/363>
- PDOT. (2014-2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Plan. Recuperado el 26 de 12 de 2020
- Plan nacional de calidad turística del Perú, C. (29 de 3 de 2010). *Calidad del Producto turístico*. Recuperado el 22 de 11 de 2020, de <http://xxxturismoxxx.blogspot.com/2010/03/calidad-y-producto-turistico.html>
- PlanTodaUnaVida. (2018). *Misión Mis Mejores Años*. Quito.
- Quiquango, i. (2015). *Zonificación turística de los recursos y atractivos turísticos del cantón San Miguel de Urcuquí*. Recuperado el 22 de 11 de 2020
- Quiquango, i. (2015). *Zonificación turística de los recursos y atractivos turísticos del cantón San Miguel de Urcuquí*. Recuperado el 22 de 11 de 2020
- Quijano, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagn%C3%B3stico%20tur%C3%ADstico%20local.pdf>
- Quiroz, L. (8 de 2019). *10 características fundamentales de la publicidad*. Recuperado el 25 de 11 de 2020, de <https://anunciart.com/10-caracteristicas-fundamentales-de-la-publicidad/#:~:text=Una%20de%20las%20caracter%C3%ADsticas%20m%C3%A1s,es%20la%20saturaci%C3%B3n%20del%20mercado.&text=Por%20eso%2C%20un%20aspecto%20clave,la%20marca%20y%20su%20mensaje>.
- Reyes, G. (2018). *Análisis del perfil del visitante adulto mayor, para el diseño de un portafolio de paquetes turísticos full day*. Recuperado el 23 de 11 de 2020, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22628/1/Revisi%C3%B3n-21.08.2017-final-1%20%281%29.pdf>

- Rocha Jessica, M. I. (2018). *Producto turístico para adultos mayores vulnerables económicamente de la fundación Centro noche Restrepo 2 de Bogotá en el municipio de Pandi Cundinamarca*. Recuperado el 27 de 11 de 2020, de <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1332/RochaLara-JessicaTatiana-2020.pdf?sequence=8>
- Rodríguez, Y. (2019). La formación y desarrollo de una cultura del ocio en adultos mayores. *Eumed.net*. Recuperado el 19 de 11 de 2020, de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/cultura-ocio-mayores.html>
- Romero, M. (2014). Productos, servicios y destinos turísticos. Recuperado el 22 de 11 de 2020, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr&id=ICXKDwAAQBAJ&oi=fnd&pg>
- Secretaría de Estado para Asuntos Económicos (SECO). (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Cooperación Suiza – SECO, Mincetur y PromPerú. Lima: Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico. Recuperado el 20 de 11 de 2020, de <https://www.cooperacionsuiza.pe/wp->
- Tabarez Gutierrez, M. S., & Viteri Medina, G. A. (2018). *Actividades recreativas y terapéuticas del adulto mayor para su*. Tesis. Recuperado el 28 de 11 de 2020, de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28843>
- Thompson, I. (2005). *Definición de publicidad*. Recuperado el 25 de 11 de 2020, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Tomala, J. (2020). Beneficios de las actividades lúdicas en adultos mayores. *Revista Científica UNESUM Ciencias*, 171. Recuperado el 20 de 11 de 2020, de <http://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/217/177>
- Turismo. (2020). *Turismo.gob.ec*. Obtenido de Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/#:~:text=4%25%20en%202019->
- Turismo, M. d. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Recuperado el 22 de 11 de 2020, de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Manual-Atractivos-Turisticos>.

- Valarezo, M. (2018). *Trato diferenciado a las personas de la tercera edad y discapacitados en el régimen jurídico tributario ecuatoriano y su aplicación constitucional con los países de la Comunidad Andina*. Recuperado el 16 de 11 de 2020,
- Varela, L. (2016). *Salud y calidad de vida en el adulto mayor*. Recuperado el 13 de 11 de 2020, de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1726-](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-)
- Vidal Ana, S. B. (2019). Análisis del turismo de adultos mayores en México. *Journal of Tourism and Heritage Research* (2019), 2(3), 516-524.

## Apéndice A. Clasificación de atractivos turísticos naturales

Cod	Tipo	Cod	Subtipo
1	Montañas	1	Alta montaña
		2	Media montaña
		3	Baja montaña
2	Desiertos	1	Costero
		2	Del interior
3	Ambientes Lacustres	1	Lago
		2	Laguna
		3	Pantano
		4	Poza
		5	Humedal
		6	Vado
		7	Playa de Laguna
4	Ríos	1	Río
		2	Riachuelo
		3	Rápido
		4	Cascada
		5	Ribera
		6	Playa de Río
		7	Delta
5	Bosques	1	Páramo
		2	Ceja de Selva
		3	Nublado
		4	Montano bajo
		5	Húmedo Tropical
		6	Manglar
		7	Seco
		8	Petrificado
		9	Inundable/Inundado
6	Aguas Subterráneas	1	Manantial de Agua Mineral
		2	Manantial de Agua Termal
7	Fenómenos Espeleológicos	1	Cueva o Caverna
		2	Río Subterráneo
8	Fenómenos Geológicos	1	Flujo de lava
		2	Tubo de lava
		3	Escarpa de falla (Pliege)
		4	Cañón
		5	Quebrada
		6	Grieta
9	Costas o Litorales	1	Playa
		2	Acantilado
		3	Golfo
		4	Bahía
		5	Ensenada
		6	Canal
		7	Estuario
		8	Estero
10	Ambientes Marinos	1	Arrecife de coral
		2	Cueva marina
		3	Cráter marino
		4	Acantilado marino
11	Tierras Insulares	1	Isla Continental
		2	Isla oceánica
		3	Islote
		4	Roca

**Fuente:** Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos.

## Apéndice B. Clasificación de atractivos turísticos culturales

Cod	Tipo	Cod	Subtipo
1	Arquitectura	1	Histórica / Vernácula
		2	Infraestructura Cultural
		3	Infraestructura Recreativa
		4	Otras Infraestructuras de Arquitectura
		5	Sitio Histórico
		6	Área Arqueológica
		7	Monumentos
		8	Espacio Público
2	Acervo Popular	1	Pueblo y/o Nacionalidad (Etnografía)
		2	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares
		3	Artesanías y Artes
		4	Medicina Ancestral
		5	Ferías y Mercados
		6	Música y Danza
		7	Gastronomía
3	Realizaciones Técnicas y Científicas	1	Obras de Ingeniería
		2	Centros Astronómicos
		3	Centros de Exhibición de Flora y Fauna
		4	Centros de Rescate de Fauna Silvestre
		5	Centros Agropecuarios y Pesqueros
		6	Centros Industriales
4	Acontecimientos Programados	1	Eventos Artísticos
		2	Convenciones, Ferias (No Artesanales) y Congresos
		3	Eventos Deportivos
		4	Eventos Gastronómicos

Fuente: Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos (Turismo M. d., 2018)

## Apéndice C. Formula del Punto de Equilibrio

Tabla 32.  
Descripción de la formula del punto de equilibrio.

Formula	Detalle
$Pe = \frac{CF}{Pcu - Cvu}$	Pe: Punto de equilibrio
	CF: Costo Fijo total
	Pvu: Precio de venta unitario
	Cvu: Costo variable unitario



## Apéndice D. Encuesta para Personas de 65 – 90 Años

**Objetivo de la encuesta:** Ofertar alternativas para el turista Adulto Mayor, mediante paquetes turísticos especiales, de acuerdo con las condiciones de cada viajero y necesidad de bienestar y recreación.

Encuesta a los turistas adultos mayores nacionales y extranjeros que visitan el cantón Salinas.

1. Seleccione el grado de parentesco de las personas con quien vive.

Esposo(a)     Hijo(a)     Nieto(a)     Pariente     Solo

2. ¿Tiene limitaciones físicas?

Si     No

3. ¿Qué tipo de limitación posee?

Movilización de miembros inferiores     Movilización de miembros superiores  
 Visión     Audición     Ninguna

4. ¿Están en sus gustos y preferencias participar en un paquete turístico que satisfaga la necesidad de recreación en el cantón Salinas?

Siempre     Frecuentemente     Poco     Rara vez     Nunca

5. Elija los destinos turísticos que le gustaría conocer en el cantón Salinas

Anconcito – La Diablica     Punta Carnero – Ecuasal     Lobería - Chocolatera  
 Mirador el morro – Playas     Las 4 anteriores

6. De acuerdo con su salud y sus costumbres; ¿cuántos días le gustaría viajar?

1 día     2 días     3 días     4 días     Mas días

7. Con base a su condición física y biológica ¿Cuál debe ser la mejor época para viajar?

Enero – marzo     Abril – junio     Julio - septiembre  
 Octubre –Diciembre     Otras

8. ¿De acuerdo con sus recursos económicos cuanto podría gastar en un paquete turístico?

- 20 – 29 dólares                       30 – 39 dólares                       40 – 49 dólares  
 50 – 59 dólares                       Mas de 60

9. ¿Cuáles serían los cuidados que necesitaría durante el recorrido que se preste especial atención?

- Clima                       Alimentación especial                       Medicina  
 Acompañamiento Permanente                       Otros

10. ¿Las actividades de su preferencia que le gustaría realizar serían?

- Recreación                       Deportivas                       Visitas a iglesias  
 Culturales                       Lúdicas

11. ¿Cómo le gustaría que le llegue la información para adquirir un paquete turístico?

- Televisión                       Radio                       Internet                       Volantes                       Prensa

12. ¿Considera usted que es factible esta clase de proyecto?

- Totalmente de acuerdo                       De acuerdo                       Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo                       Totalmente en desacuerdo

13. ¿En qué rango está comprendido su edad?

- 65 – 70 años                       71 – 75 años                       76 – 80 años                       81 – 85 años                       86 – 90 años

14. Genero.

- Masculino                       Femenino

**“AGRADECEMOS SU PARTICIPACIÓN”**

## Apéndice E. Encuesta para Personas de 40 – 55 Años

**Objetivo de la encuesta:** Conocer si están de acuerdo que los adultos mayores que están bajo su responsabilidad participen de un paquete turístico especial, acorde con las condiciones de cada viajero y necesidad de bienestar y recreación.

Encuesta para los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Salinas.

1. Tiene un familiar o persona cercana a usted que sea adulto mayor (más de 65 años)

Sí  No

2. Si su respuesta anterior es si, marque el rango al que pertenece el familiar adulto mayor.

65 - 70 años  71 – 75 años  76 – 80 años  81 – 85 años  86 – 90 años

3. Seleccione el grado de parentesco de su familiar o persona cercana adulto mayor.

Padres  Hermanos  Tíos  Parientes  Amigos

4. ¿Tiene limitaciones físicas?

Sí  No

5. ¿Qué tipo de limitación poseen?

Movilización de miembros inferiores  Desviación de la columna

Visión  Audición  Ninguna

6. ¿Están de acuerdo que sus familiares adultos mayores participen de un paquete turístico que satisfaga la necesidad de recreación en el cantón Salinas?

Siempre  Frecuentemente  Poco  Rara vez  Nunca

7. ¿Qué destinos turísticos le gustaría que conozcan sus familiares adultos mayores en el cantón Salinas?

Anconcito – La Diablica  Punta Carnero – Ecuasal  Lobería - Chocolatera

Mirador el morro – Playas  Las 4 anteriores

8. De acuerdo con la salud y las costumbres de sus familiares adultos mayores ¿Cuántos días cree que le gustarían viajar?

- 1 día       2 días       3 días       4 días       Mas días

9. Con base a su condición física y biológica de su familiar adulto mayor ¿Cuál debe ser la mejor época para viajar?

- Enero – marzo       Abril – junio       Julio - septiembre  
 Octubre –Diciembre       Otras

10. ¿De acuerdo con sus recursos económicos cuanto podría gastar para que su familiar adulto mayor participe en un paquete turístico?

- 20 – 29 dólares       30 – 39 dólares       40 – 49 dólares  
 50 – 59 dólares       Mas de 60

11. ¿Cuáles serían los cuidados que necesitaría su familiar durante el recorrido que se preste especial atención?

- Clima       Alimentación especial       Medicina  
 Acompañamiento Permanente       Otros

12. ¿Las actividades que le gustaría que su familiar realice serían?

- Recreación       Deportivas       Visitas a iglesias  
 Culturales       Lúdicas

13. ¿Cómo le gustaría que le llegue la información para adquirir un paquete turístico?

- Televisión       Radio       Internet       Volantes       Prensa

14. ¿Considera usted que es factible esta clase de proyecto?

- Siempre       Frecuentemente       Poco       Rara vez       Nunca

**“AGRADECEMOS SU PARTICIPACIÓN”**

## **Apéndice F. Entrevista al Director de Turismo del GADM de Salinas**

**Objetivo de la entrevista:** Indagar que productos turísticos de Salinas ofertan a las personas adultas mayores y como los promocionan para que los conozcan.

Entrevista al representante públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas.

1. ¿Cree usted que la actividad turística para los adultos mayores se había desarrollado en gran medida antes de la pandemia? y ¿Cómo visualiza el desarrollo del turismo para adultos mayores después de la pandemia?
2. ¿Qué atractivos turísticos del cantón Salinas serían los más adecuados para los adultos mayores? y ¿Cuáles son los destinos en Salinas que ustedes ofertan a esta clase de turistas?
3. ¿Considera usted que tanto los organismos públicos y privados están ejecutando una promoción que incentive a los turistas para que conozcan los atractivos turísticos del cantón Salinas?
4. ¿Qué piensa acerca de la infraestructura, oferta y planta turística que existe actualmente para personas adultas mayores? ¿Cree que es lo adecuado para la correcta atención y accesibilidad para estas personas? ¿Considera que cubre las necesidades del grupo con respecto a la accesibilidad motriz?
5. ¿Cree usted que los organismos a cargo de la promoción del turismo en el país deberían fomentar la participación de las personas adultas mayores?
6. ¿Qué recomendaría usted para mejorar el servicio que se les presta a las personas adultas mayores?
7. El presente proyecto tiene como finalidad diseñar productos turísticos para personas adultas mayores ¿considera que es una buena iniciativa para fomentar la inclusión de las personas adultas mayores y para la potencialización del turismo en Salinas?

## Apéndice G. Fichas de Atractivos Materiales

Tabla 33.  
REMACOPSE

Ficha 01 del Atractivo Turístico Parte 1							
<b>1. Datos Generales</b>							
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>							
Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena (REMACOPSE)							
<b>1.2 Categoría</b>		<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>		
Sitio Natural		Sistema de área protegida			Reserva de Producción de Fauna Marino Costera		
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>							
<b>2.1 Provincia</b>		<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>		
Santa Elena		Salinas			Gral. Enríquez Gallo		
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>	
Recinto Militar		Eloy Alfaro		s/n		n/a	
<b>2.8 Latitud</b>			<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>	
S02°11.292´			W081°00.581´			11 msnm	
<b>3. Características del Atractivo</b>							
<b>3.1 Características climatológicas</b>							
a. Clima: árido		b. Temperatura: 24-26°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm		
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>							
a. Cultura		b. Naturaleza		x		c. Aventura	
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>							
a. Prístino		b. Primitivo		c. Rústico Natural		x	
				d. Rural		e. Urbano	
<b>3.4 Ingreso al atractivo</b>							
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención			c. Atención		
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar		
libre	x	9h00	16h00				
Observaciones: Es un área restringida, solo se permite la entrada en el horario establecido. Al entrar se debe registrar los datos para contabilizar la afluencia y procedencia del turista.							
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:					La Libertad		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		13,5 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		25 min	d. Coordenadas	2°14'00"S 80°54'00"O
<b>4.1 Vías de acceso</b>							
a. Terrestre		Tipo de vía			Tipo de material		Estado
		Primer orden			Asfalto		Bueno
b. Acuático		x	Marítimo		x	Estado:	Bueno
c. Aéreo		x		Nacional:		x	
<b>4.2 Servicios de transporte</b>							
Buseta			x		Taxi		x

Ficha 01 del Atractivo Turístico Parte 2					
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>					
a. Nombre de la cooperativa o asociación		b. Estación / terminal		c. Frecuencia	
TRANSCISA		Chipipe		Diaria	
TRUNSA					
Horizonte Peninsular					
Puerto del Pacífico					
Convencional Lobo del Mar		Gral. Alberto Enríquez Gallo			
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>					
a. Accesibilidad motriz		x		b. Accesibilidad visual	
				x	
<b>4.4 Señalización</b>					
a. Señalización de aproximación al atractivo		x		Estado	
				Bueno	
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>				<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>				<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>				<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>7.1 Servicios Básicos</b>					
a. Agua		b. Energía eléctrica		c. Saneamiento	
				x	
				x	
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>					
7.2.2. Tipo		7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado	
Pictograma de actividades turísticas		Aluminio		Bueno	
<b>8. Descripción del Atractivo</b>					
<p>De acuerdo con el (Ministerio del Ambiente 2018), tiene dos áreas: la primera comprende un área marina protegida de 47.274 has; y la segunda tiene 173 has de área terrestre que dan un total de total de 47.447 has, también, encierra ecosistemas como: aguas costeras; arrecifes rocosos; playas de arena; playas mixtas (arena y roca); acantilados; matorral seco; matorral seco espinoso.</p> <p>También se conoce esta zona como la REMACOPSE que es el acrónimo del nombre, y en la misma se encuentran los siguientes atractivos turísticos: La Chocolatera, El Cerro del Moro, La Playa de la FAE, la Lobería, Playa de Punta Carnero, Playa de Mar Bravo entre otros, cuyos objetivos de esta área están: Recuperar los ecosistemas marinos y costeros degradados; Propiciar el manejo y la conservación de los elementos naturales del área; Fomentar actividades productivas sustentables durante todo el año, procurando que la comunidad local sea partícipe de los beneficios económicos; Ayudar al restablecimiento de recursos agotados (pesqueros y forestales).</p> <p>La Chocolatera Es el punto más saliente de la costa ecuatoriana, una formación rocosa costera de 200 m. de largo y 11 m. de alto. Centenas de turistas la visitan anualmente para realizar observación tanto de su paisaje como de las olas rompen con fuerza contra los peñascos, también, de la fauna típica de la zona, entre la que podemos encontrar: cangrejos ermitaños, jaibas, pelicanos y cucubes.</p> <p>El Mirador del Moro Es un mirador construido hacia la superficie del cerro de Salinas, desde el cual podemos divisar toda la Reserva de Producción Faunística Puntilla de Santa Elena, también a la ciudad de Salinas con su malecón y su perfil costero. De aquí se inicia un sendero turístico creado por el MAE para recorrer toda la reserva que puede ser a pie o en bicicleta.</p> <p>La Playa de la FAE esta playa tiene una extensión de 3 km, esta junto a la Lobería. Las corrientes marinas son fuertes por lo que no es recomendable para bañistas comunes. También, este sitio es utilizado para entrenamiento de los miembros de la Federación Ecuatoriana de Surf los cuales ingresan con autorización de la FAE. En esta área junto con Punta Brava se han desarrollados dos campeonatos mundiales de surf (2004 y 2009) los cuales tuvieron una asistencia masiva de personas. En la playa se encuentran instalaciones de madera y caña guadua hechas para el desarrollo de estos eventos, las cuales sirven como miradores. Es un lugar apacible que se presta para admirar el paisaje (Ministerio del Ambiente, 2008).</p>					

### Ficha 01 Del Atractivo Turístico Parte 3

#### 8. Descripción del Atractivo

La Lobería Según los datos proporcionados por el (Ministerio del Ambiente, 2008), se encuentra ubicada frente a Punta Brava donde emergen varias rocas, en una de ellas descansa una pequeña colonia de lobos marinos sudamericanos (*Otaria flavescens*) con un número variable de individuos, provenientes de Perú, donde tienen sus colonias reproductivas, aquí se dirigen aquellos cuyo “harén” reproductivo ha sido tomado por un macho más fuerte, hasta descansar y recuperarse de sus heridas. Operadores de turismo locales organizan visitas guiadas para observar la lobería. En el área están instaladas barandas metálicas, señalética y larga vistas. Se conecta mediante vías internas con las otras bases militares y con La Chocolatera.

Playa de Punta Carnero Esta playa tiene 3 km de extensión es amplia y recta, con una pendiente bastante pronunciada. La zona urbanizada está dividida por la línea de carretera. Tiene una playa extensa de 30 m, la cual está cubierta por vegetación rastrera. El oleaje es fuerte, a pesar de aquello tiene presencia de bañistas, pero en menor cantidad que San Lorenzo lo que la hace más tranquila. También en sus aguas practican surf los expertos.

Playa de Mar Bravo Esta playa tiene una extensión de 4km de largo con presencia de dunas. Tiene una pendiente muy pronunciada y su característica es que se produce resaca producto del fuerte oleaje, por lo que no es recomendable para bañistas. Desde este lugar se puede admirar el paisaje, también, al mismo tiempo la observación de aves de ECUASAL, que se encuentra justo enfrente, un lugar perfecto para observar las mejores puestas de sol de la costa ecuatoriana

#### 9. Anexos

##### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



La Chocolatera, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020.



Mirador el Morro, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020.



Playa La FAE, foto de la Dirección de Comunicación G ADMS, 2020



La Lobería, foto Cesar Yagual, 2020



Playa Punta Carnero, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020



Playa Mar Bravo, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020.



Tabla 34.  
Museo de Ballenas

Ficha 02 del Atractivo Turístico Parte 1											
<b>1. Datos Generales</b>											
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>											
Exhibición de Material Óseo de Mamíferos Marinos "Museo de Ballenas"											
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>					
Manifestación Cultural			Realización técnica científica y			Museo contemporáneo					
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>											
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>					
Santa Elena			Salinas			Carlos Espinoza Larrea					
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>					
Carbo Viteri		Av. Gral. Enríquez		s/n		Entre Av. las Américas y					
<b>2.8 Latitud</b>			<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>					
S02°12.152'			W080°57.369'			5 msnm					
<b>3. Características del Atractivo</b>											
<b>3.1 Características climatológicas</b>											
a. Clima: árido		b. Temperatura: 24-26°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm						
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>											
a. Cultura			x	b. Naturaleza		c. Aventura					
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>											
a. Prístino			b. Primitivo			c. Rústico			d.	e.	x
<b>3.4 Ingreso al atractivo</b>											
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención			c. Atención						
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar						
libre	x	8h00	17h00		Solo se puede realizar visitas previa cita						
Observaciones: La entrada no tiene costo, pero reciben contribuciones voluntarias											
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>											
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:						La Libertad					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		8,2 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		14 min	d. Coordenadas		2°14'00"S 80°54'00"O			
<b>4.1 Vías de acceso</b>											
a. Terrestre		x	Tipo de vía		Tipo de material		Estado				
			Primer orden		Asfalto		Bueno				
b. Acuático		x	Marítimo		x	Estado:		Bueno			
c. Aéreo			x	Nacional:			x				
<b>4.2 Servicios de transporte</b>											
Buseta			x	Taxi			x				
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia				
TRANSCISA				Chipipe			Diaria				
TRUNSA				Chipipe			Diaria				
Horizonte Peninsular											
Puerto del Pacífico				José Luis Tamayo							
Convencional Lobo del Mar				Gral. Alberto Enríquez Gallo							



Ficha 02 del Atractivo Turístico Parte 2							
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>							
a. Accesibilidad motriz	x	b. Accesibilidad visual	x				
<b>4.4 Señalización</b>							
a. Señalización de aproximación al atractivo	x	Estado	Bueno				
<b>5 Planta Turística / Complementarios</b>		<b>Si</b>	<b>X</b>	<b>No</b>			
<b>6 Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>		<b>Si</b>	<b>X</b>	<b>No</b>			
<b>7 Higiene y Seguridad Turística</b>		<b>Si</b>	<b>X</b>	<b>No</b>			
<b>7.2 Servicios Básicos</b>							
a. Agua	b. Energía eléctrica	c. Saneamiento	d. Disposición de desechos				
x	x	x	x				
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>							
7.2.2. Tipo		7.2.3.		7.2.4. Estado			
Pictograma de actividades turísticas		Aluminio		Bueno			
<b>8 Descripción del Atractivo</b>							
<p>El Museo presenta material óseo de mamíferos marinos originales desde el año 1987. Está abierto al público desde el año 2004, las visitas se las puede realizar mediante cita previa. Los especímenes se los puede observar al aire libre, con paneles informativos a lo largo de toda la exposición. La colección se compone de material óseo, tejidos y dientes de ballenas. Entre sus piezas más representativas se destacan: Esqueleto de Ballena Jorobada de 12 m; Cráneos de diferentes especies; Delfines preservados en formol.</p>							
<b>9 Anexos</b>							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Museo de Ballenas, foto de Cesar Yagual, 2020				Museo de Ballenas, foto de Cesar Yagual, 2020			

Tabla 35.  
Piscinas de Sal

Ficha 03 del Atractivo Turístico Parte 1									
<b>1. Datos Generales</b>									
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>									
Piscinas de Sal de ECUASAL									
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>			
Manifestación Cultural			Realización Técnica científica y			Exploración minera			
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>									
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>			
Santa Elena			Salinas			José Luis Tamayo			
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>			
Mar Bravo		Mar Bravo		s/n		n/a			
<b>2.8 Latitud</b>			<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>			
S02°13.852´			W080°57.877´			2 msnm			
<b>3. Características del Atractivo</b>									
<b>3.1 Características climatológicas</b>									
a. Clima: árido			b. Temperatura: 24°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm			
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>									
a. Cultura			b. Naturaleza			x		c. Aventura	
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>									
a.		b. Primitivo		c. Rústico Natural		d.		x e.	
<b>3.4 Ingreso al atractivo</b>									
a. Tipo de ingreso		b. Horario			c. Atención				
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar				
libre	x	6h30	18h00						
Observaciones: Desde varios puntos se puede identificar a las aves, si se requiere una visita guiada.									
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:						La Libertad			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		12,7 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		16 min	d. Coordenadas		2°14'00"S 80°54'00"O	
<b>4.1 Vías de acceso</b>									
a. Terrestre		Tipo de vía			Tipo de material		Estado		
		Primer orden			Asfalto		Bueno		
b. Acuático		x		Marítimo		x		Estado Bueno	
c. Aéreo			x		Nacional			x	
<b>4.2 Servicios de transporte</b>									
Bus			x		Taxi			x	
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia		
Mar Azul				Plazoleta Central			Diaria		
Puerto Anconcito									
Convencional Lobo Del Mar				Gral. Alberto Enríquez Gallo					



Ficha 03 del Atractivo Turístico Parte 2					
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>					
a. Accesibilidad motriz	x	b. Accesibilidad visual			x
<b>4.4 Señalización</b>					
a. Señalización de aproximación al atractivo	x	Estado			Bueno
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>			Si		No X
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>			Si	X	No
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>			Si	X	No
<b>7.1 Servicios Básicos</b>					
a. Agua	b. Energía eléctrica	c. Saneamiento	d. Disposición de desechos		
		x		x	
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>					
7.2.2. Tipo		7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado	
Pictograma de actividades turísticas		Aluminio		Bueno	
<b>8. Descripción del Atractivo</b>					
<p>Tiene una extensión de 487,79 has, este atractivo es importante históricamente porque el nombre del Cantón Salinas proviene de la producción de sal que se realiza hasta la presente fecha en este lugar. El lugar está compuesto de humedales artificiales rodeados de desierto árido, que por sus condiciones geográficas y artificiales reciben a 115 especies de aves residentes, migratorias e irregulares, que acuden a este punto para alimentarse y en ciertos casos reproducirse. Entre las más representativas están: Playeros, Patiamarillos, Garzones, Pelícanos, Flamencos, Águilas, Fragatas, Patos, Ostreros.</p>					
<b>9. Anexos</b>					
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)					
					
<p>Piscina de Sal, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020.</p>			<p>Piscinas de Sal, foto <a href="https://whsrn.org/es/whsrn_sites/piscinas-artificiales-de-ecuasal">https://whsrn.org/es/whsrn_sites/piscinas-artificiales-de-ecuasal</a></p>		

Tabla 36.  
Playa La Diablica

Ficha 04 del Atractivo Turístico Parte 1									
<b>1. Datos Generales</b>									
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>									
Playa La Diablica									
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>			
Sitio Natural			Costa o Litoral			Playa			
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>									
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>			
Santa Elena			Salinas			Anconcito			
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>			
La Diablica		Punta Carnero		s/n		Después de Pta. Carnero			
<b>2.8 Latitud</b>				<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>		
S02°13.564´				W080°57.82´			2 msnm		
<b>3. Características del Atractivo</b>									
<b>3.1 Características climatológicas</b>									
a. Clima: árido		b. Temperatura: 24-26°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm				
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>									
a. Cultura		b. Naturaleza		x		c. Aventura			
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>									
a. Prístino		b. Primitivo		c. Rústico Natural	x	d. Rural		e. Urbano	
<b>3.3 Ingreso al atractivo</b>									
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención			c. Atención				
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar				
libre	x	6H00	18H30						
Observaciones: El oleaje es de alta intensidad e imprevisible									
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:							La Libertad		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		14,5 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		22 min	d. Coordenadas		2°14'00 "S 80°54'00 "O	
<b>4.1 Vías de acceso</b>									
a. Terrestre		Tipo de vía		Tipo de material		Estado			
		x	Primer orden		Asfalto		Bueno		
b. Acuático		x	Marítimo		x	Estado		Bueno	
c. Aéreo		x		Nacional		x			
<b>4.2 Servicios de transporte</b>									
Buseta			x		Taxi			x	
<b>4.2.1 Detalle Del Transporte Hacia El Atractivo</b>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia		
Mar Azul				Plazoleta Central			Diaria		
Puerto de Anconcito									
Puerto del Pacífico				José Luis Tamayo					
Convencional Lobo del Mar				Gral. Alberto Enríquez Gallo					



Ficha 04 del Atractivo Turístico Parte 2				
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>				
a. Accesibilidad motriz	x	b. Accesibilidad visual	x	
<b>4.4 Señalización</b>				
a. Señalización de aproximación al atractivo	x	Estado	Bueno	
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>	Si		No	X
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>	Si	X	No	
<b>7. Higiene Y Seguridad Turística</b>	Si	X	No	
<b>7.1 Servicios Básicos</b>				
a. Agua	b. Energía eléctrica	c. Saneamiento	d. Disposición de	
		x	X	
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>				
7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad	7.2.4. Estado		
Pictograma de actividades turísticas	Aluminio	Bueno		
<b>8. Descripción del Atractivo</b>				
La Playa tiene una extensión de 3km de largo con presencia de dunas y formaciones rocosas. Es adecuada para observar el paisaje y la fauna. No se puede realizar actividades recreativas y deportivas, porque como su nombre y las condiciones del oleaje es intenso e imprevisible.				
<b>9. Anexos</b>				
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)				
				
La Diablica, Alina Santos, Foto <a href="https://www.google.com/maps/place/La+Diablica">https://www.google.com/maps/place/La+Diablica</a> , 2019		La Diablica, Diaz, 2018 <a href="https://www.google.com/maps/place/La+Diablica">https://www.google.com/maps/place/La+Diablica</a> , 2018		

Tabla 37.  
Playa, Malecón y Nuevo Muelle de San Lorenzo

Ficha 05 del Atractivo Turístico Parte 1										
<b>1. Datos Generales</b>										
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>										
Playa, Malecón y Nuevo Muelle de San Lorenzo										
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>				
Sitio Natural			Costa o Litoral			Playa				
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>										
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>				
Santa Elena			Salinas			Carlos Espinoza Larrea				
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>				
Salinas		Av. Malecón		s/n		Hasta Salinas Yatch Club				
<b>2.8 Latitud</b>			<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>				
S02°12.219´			W080°57.759´			1 msnm				
<b>3. Características del Atractivo</b>										
<b>3.1 Características climatológicas</b>										
a. Clima: árido		b. Temperatura: 24-26°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm					
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>										
a. Cultura			b. Naturaleza		x		c. Aventura			
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>										
a. Prístino		b. Primitivo		c. Rústico		d. Rural		x	e.	x
<b>3.3 Ingreso al atractivo</b>										
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención			c. Atención					
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar					
libre	x	00h00	23h59							
Observaciones: Es una playa que tiene libre acceso y tiene una alta concentración de servicios turísticos.										
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>										
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:						La Libertad				
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		8,5 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		14 min	d. Coordenadas		2°14'00"S 80°54'00"O		
<b>4.1 Vías de acceso</b>										
a. Terrestre		Tipo de vía			Tipo de material		Estado			
		x	Primer orden		Asfalto		Bueno			
b. Acuático		x	Marítimo		x	Estado		Bueno		
c. Aéreo			x	Nacional			x			
<b>4.2 Servicios de transporte</b>										
Buseta			x		Taxi			x		
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>										
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia			
TRANSCISA				Chipipe			Diaria			
TRUNSA										
Horizonte Peninsular										
Puerto del Pacífico				José Luis Tamayo						
Convencional Lobo del Mar				Gral. Alberto Enríquez Gallo						



Ficha 05 del Atractivo Turístico Parte 2							
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>							
a. Accesibilidad motriz		x		b. Accesibilidad visual		x	
<b>4.4 Señalización</b>							
a. Señalización de aproximación al atractivo		x		Estado		Bueno	
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>				Si	X	No	
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>				Si	X	No	
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>				Si	X	No	
<b>7.1 Servicios Básicos</b>							
a. Agua		b. Energía eléctrica		c. Saneamiento		d. Disposición de desechos	
x		x		x		x	
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>							
7.2.2. Tipo			7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado		
Pictograma de actividades turísticas			Aluminio		Bueno		
<b>8. Descripción del Atractivo</b>							
<p>La Playa tiene una extensión de 2km de largo con curvatura pronunciada, ligera pendiente y oleaje de poca intensidad debido a la colocación de un rompeolas. Posee un extenso malecón que la separa de una zona comercial y residencial. En el año 2013 se construyó un moderno muelle para embarcaciones pequeñas. Desde este lugar en los meses de julio a septiembre se puede realizar el avistamiento de ballenas.</p>							
<b>9. Anexos</b>							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
 <p>Nuevo muelle, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020.</p>				 <p>Playa y malecón, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020.</p>			



Tabla 38.  
Playa Paco Illescas

Ficha 06 del Atractivo Turístico Parte 1									
<b>1. Datos Generales</b>									
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>									
Playa Paco Illescas									
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>			
Sitio Natural			Costa o Litoral			Playa			
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>									
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>			
Santa Elena			Salinas			Carlos Espinoza Larrea			
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>			<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>		
San Lorenzo		Av. Malecón			s/n		Calle 40		
<b>2.8 Latitud</b>			<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>			
S02°11.999´			W080°57.388´			3 msnm			
<b>3. Características del Atractivo</b>									
<b>3.1 Características climatológicas</b>									
a. Clima: árido		b. Temperatura: 24°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm				
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>									
a. Cultura			b. Naturaleza		x	c. Aventura			
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>									
a. Prístino		b.		c. Rústico Natural		d.		e.	x
<b>3.3 Ingreso al atractivo</b>									
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención			c. Atención				
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar				
libre	x	08h00	18h30						
Observaciones: La playa es de libre acceso.									
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:						La Libertad			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		7,7 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		13 min	d. Coordenadas		2°14'00"S 80°54'00"O	
<b>4.1 Vías de acceso</b>									
a. Terrestre		Tipo de vía			Tipo de material		Estado		
		Primer orden			Asfalto		Bueno		
b. Acuático		x	Marítimo		x	Estado		Bueno	
c. Aéreo			x	Nacional			x		
<b>4.2 Servicios de transporte</b>									
Buseta			x	Taxi			x		
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia		
TRANSCISA				Chipipe			Diaria		
TRUNSA									
Horizonte Peninsular				José Luis Tamayo					
Puerto del Pacífico				Gral. Alberto Enríquez Gallo					
Convencional Lobo del Mar									



Ficha 06 del Atractivo Turístico Parte 2									
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>									
a. Accesibilidad motriz	x	b. Accesibilidad visual	x						
<b>4.4 Señalización</b>									
a. Señalización de aproximación al atractivo	x	Estado	Bueno						
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>						Si	X	No	
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>						Si	X	No	
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>						Si	X	No	
<b>7.1 Servicios Básicos</b>									
a. Agua	b. Energía eléctrica	c. Saneamiento	d. Disposición de desechos						
x	x	x	x						
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>									
7.2.2. Tipo		7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado					
Pictograma de actividades turísticas		Aluminio		Bueno					
<b>8. Descripción del Atractivo</b>									
La Playa tiene 1km de extensión, ligeramente curva, de pendiente poco pronunciada. Tiene formaciones rocosas. Se la reconoce porque en la misma se podía divisar un navío encallado, que fue retirado porque la oxidación generaba problemas en el entorno marino.									
<b>9. Anexos</b>									
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)									
									
Playa Paco Illescas, foto: Jorge Guamán, 2019				Playa Paco Illescas, foto: Adan Galarza, 2019					

Tabla 39.  
Museo de Aviones de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE)

Ficha 7 Del Atractivo Turístico Parte 1									
<b>1. Datos Generales</b>									
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>									
Museo de Aviones de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE)									
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>				<b>1.4 Subtipo</b>		
Manifestación Cultural			Histórica				Militar		
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>									
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>				<b>2.3 Parroquia</b>		
Santa Elena			Salinas				Gral. Enríquez Gallo		
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>			<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>		
Recinto Militar		Atahualpa			s/n		Jaime Roldós Aguilera		
<b>2.8 Latitud</b>				<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>		
S02°11.955´				W080°59.262´			10 msnm		
<b>3. Características del Atractivo</b>									
<b>3.1 Características climatológicas</b>									
a. Clima:		b. Temperatura: 24°C				c. Precipitación Pluviométrica: 125/250			
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>									
1.	Cultura		x	b. Naturaleza			c. Aventura		
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>									
a. Prístino			b.		c. Rústico Natural			d.	
								e.	x
<b>3.4 Ingreso al atractivo</b>									
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención				c. Atención			
		Ingreso	Salida	Otro		Especificar			
libre	x	9h00	16h00						
Observaciones: Es un área restringida, solo se permite la entrada en el horario establecido. Es paso obligado del turista cuando sale de la chocolatera por la FAE.									
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:						La Libertad			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		19 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		20 min	d. Coordenadas		2°14'00"S 80°54'00"O
<b>4.1 Vías de acceso</b>									
		Tipo de vía			Tipo de		Estado		
a. Terrestre	x	Primer orden			Asfalto		Bueno		
b. Acuático		x	Marítimo			x	Estado		Bueno
c. Aéreo			x	Nacional			x		
<b>4.2 Servicios de transporte</b>									
Buseta				x		Taxi		x	
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia		
TRANSCISA				Chipepe			Diaria		
TRUNSA									
Horizonte Peninsular									
Puerto del Pacífico				José Luis Tamayo					
Convencional Lobo del Mar				Gral. Alberto Enríquez Gallo					



Ficha 7 del Atractivo Turístico Parte 2							
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>							
a. Accesibilidad motriz	x	b. Accesibilidad visual	x				
<b>4.4 Señalización</b>							
a. Señalización de aproximación al atractivo	x	Estado	Bueno				
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>			Si	X	No		
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>			Si	X	No		
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>			Si	X	No		
<b>7.1 Servicios Básicos</b>							
a. Agua	b. Energía eléctrica	c. Saneamiento	d. Disposición de desechos				
x	x	x	x				
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>							
7.2.2. Tipo		7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado			
Pictograma de actividades turísticas		Aluminio		Bueno			
<b>8. Descripción del Atractivo</b>							
Este atractivo turístico existe desde octubre de 2011, y está ubicado en la salida de la FAE, donde se pueden observar 10 aviones históricos retirados de las Fuerzas Aéreas, cada uno con su letrero informativo correspondiente, que indica su historia y funcionamiento. Estos aviones han sido restaurados con la finalidad de exhibirlos.							
<b>9. Anexos</b>							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Museo de Aviones, foto Jhossting blogs, 2018				Museo de Aviones, foto Jhossting blogs, 2018			

Tabla 40.  
Playa y Malecón de Chipipe

Ficha 8 del Atractivo Turístico Parte 1									
<b>1. Datos Generales</b>									
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>									
Playa y Malecón de Chipipe									
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>			
Sitio Natural			Costas o Litoral			Playa			
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>									
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>			
Santa Elena			Salinas			Gral. Enríquez Gallo			
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>			
Chipipe		Malecón		s/n		Entre Atahualpa y			
<b>2.8 Latitud</b>				<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>		
S02°11.938´				W080°58.875´			1 msnm		
<b>3. Características del Atractivo</b>									
<b>3.1 Características climatológicas</b>									
a. Clima:		b. Temperatura: 24-26°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm				
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>									
2.		Cultura		b. Naturaleza		x		c. Aventura	
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>									
a.		b. Primitivo		c. Rústico Natural				d. Rural	
								e. x	
<b>3.4 Ingreso al atractivo</b>									
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención			c. Atención				
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar				
libre	x	6h00	21h30						
Observaciones: Playa con acceso libre y alta concentración de servicios, mantenimiento y cuidado. Cerca tiene una pequeña zona comercial de playa para turistas.									
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:							La Libertad		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		10,4 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		18 min	d. Coordenadas		2°14'00"S 80°54'00"O	
<b>4.1 Vías de acceso</b>									
		Tipo de vía			Tipo de material		Estado		
a. Terrestre	x	Primer orden			Asfalto		Bueno		
b. Acuático		x	Marítimo			x	Estado		Bueno
c. Aéreo			x	Nacional			x		
<b>4.2 Servicios de transporte</b>									
Buseta			x	Taxi			x		
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia		
TRANCISA				Chipipe			Diaria		
TRUNSA									
Horizonte Peninsular									
Puerto del Pacífico									
Convencional Lobo del Mar				José Luis Tamayo			Gral. Alberto Enríquez Gallo		

Ficha 8 del Atractivo Turístico Parte 2							
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>							
a. Accesibilidad motriz	x	b. Accesibilidad visual	x				
<b>4.4 Señalización</b>							
a. Señalización de aproximación al atractivo	x	Estado	Bueno				
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>		<b>Si</b>	X	<b>No</b>			
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>		<b>Si</b>	X	<b>No</b>			
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>		<b>Si</b>	X	<b>No</b>			
<b>7.1 Servicios Básicos</b>							
a. Agua	b. Energía eléctrica	c. Saneamiento	d. Disposición de desechos				
x	x	x	x				
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>							
7.2.2. Tipo		7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado			
Pictograma de actividades turísticas		Aluminio		Bueno			
<b>8. Descripción del Atractivo</b>							
<p>La playa fue fundada el 12 de enero de 1918, tiene una extensión de 1 km de largo. La playa Chipipe es parte de la zona de vida bosque seco tropical; a lo largo de la misma se puede observar cangrejos, conchas, pelícanos, piqueros patas azules y el vuelo de gaviotas. Es una de las más visitadas por los turistas que visitan Salinas, y por los propietarios de las residencias temporales frente al Malecón. Aquí también se pueden contratar tours para el avistamiento de ballenas, así como la realización de otras actividades de recreación playera. Durante la temporada la concentración turística es menor que la de San Lorenzo.</p>							
<b>9. Anexos</b>							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Playa de Chipipe, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020.				Playa de Chipipe, foto de la Dirección de Comunicación GADMS, 2020.			

Tabla 41 .  
Mirador Natural de Punta Carnero

Ficha 9 Del Atractivo Turístico Parte 1									
<b>1. Datos Generales</b>									
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>									
Mirador Natural de Punta Carnero									
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>			
Sitio Natural			Montaña			Colina			
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>									
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>			
Santa Elena			Salinas			José Luis Tamayo			
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>			
Punta Carnero		Punta Carnero		s/n		n/a			
<b>2.8 Latitud</b>				<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>		
S02°17.537'				W080°54.785'			40 msnm		
<b>3. Características del Atractivo</b>									
<b>3.1 Características climatológicas</b>									
a. Clima:		b. Temperatura: 24-26°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm				
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>									
3.		Cultura		b. Naturaleza		c. Aventura			
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>									
a.		b. Primitivo		c. Rústico Natural	x	d.		e.	
<b>3.4 Ingreso al atractivo</b>									
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención			c. Atención				
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar				
libre	x	06:30	18h30						
Observaciones: El acceso es libre, conducir con precaución por el estado de las vías.									
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:						La Libertad			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		9,8 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		14 min	d. Coordenadas		2°14'00"S 80°54'00"O	
<b>4.1 Vías de acceso</b>									
		Tipo de vía			Tipo de material		Estado		
a. Terrestre	x	Primer orden			Asfalto		Bueno		
b. Acuático		x	Marítimo		x	Estado		Bueno	
c. Aéreo			X		Nacional			x	
<b>4.2 Servicios de transporte</b>									
Buseta			x		Taxi			x	
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia		
Mar Azul				Plaza Central			Diaria		
Puerto Anconcito									
Puerto del Pacifico				José Luis Tamayo					
Convencional Lobo del Mar				Gral. Alberto Enríquez Gallo					



Ficha 9 Del Atractivo Turístico Parte 2					
<b>4.3. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>					
a. Accesibilidad motriz	x	b. Accesibilidad visual			x
<b>4.4 Señalización</b>					
a. Señalización de aproximación al atractivo	x	Estado			Bueno
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>			Si	X	No
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>			Si	X	No
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>			Si	X	No
<b>7.1 Servicios Básicos</b>					
a. Agua	b. Energía eléctrica	c. Saneamiento	d. Disposición de desechos		
		x	x		
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>					
7.2.2. Tipo		7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado	
Pictograma de actividades turísticas		Aluminio		Bueno	
<b>8. Descripción del Atractivo</b>					
Es una elevación natural que se encuentra al final de la Playa de Punta Carnero, que divide Punta Carnero de la vía a la Playa la Diablica. Desde aquí se puede observar toda la línea costera de Mar Bravo y Punta Carnero de un lado, y la Playa de la Diablica del otro. Por lo que funciona como mirador natural único en el Cantón.					
<b>9. Anexos</b>					
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)					
					
Mirador Punta Carnero, foto Ivette Meneses, 2020			Mirador Punta Carnero, foto Ivette Meneses, 2020		



Tabla 42.

Malecón y Puerto Pesquero Artesanal de Santa Rosa

Ficha 10 Del Atractivo Turístico Planta 1									
<b>1. Datos Generales</b>									
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>									
Malecón y Puerto Pesquero Artesanal de Santa Rosa									
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>			
Sitio Natural			Tierra Insular			Puerto			
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>									
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>			
Santa Elena			Salinas			Santa Rosa			
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>			
Reales Tamarindos		Malecón		s/n		48			
<b>2.8 Latitud</b>			<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>			
S02°12.460´			W080°56.982´			2 msnm			
<b>3. Características del Atractivo</b>									
<b>3.1 Características climatológicas</b>									
a. Clima:		b. Temperatura: 24-26°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm				
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>									
a. Cultura			b. Naturaleza		x		c. Aventura		
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>									
a. Prístino		b.		c. Rústico		d.		e. x	
<b>3.3 Ingreso al atractivo</b>									
a. Tipo de ingreso		b. Horario de			c. Atención				
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar				
libre	x	04h00	18h30						
Observaciones: Se puede observar la faena de los pescadores.									
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:						La Libertad			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		7 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		14 min		d. Coordenadas	
								2°14'00"S 80°54'00"O	
<b>4.1 Vías de acceso</b>									
a. Terrestre		x		Tipo de vía		Tipo de material		Estado	
				Primer orden		Asfalto		Bueno	
b. Acuático		x		Marítimo		x		Estado Bueno	
c. Aéreo		x		Nacional		x			
<b>4.2 Servicios de transporte</b>									
Buseta			x		Taxi			x	
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia		
TRANSCISA				Chipipe			Diaria		
TRUNSA									
Horizonte Peninsular									
Puerto del Pacífico				José Luis Tamayo					
Convencional Lobo del Mar				Gral. Alberto Enríquez Gallo					





Ficha 10 del Atractivo Turístico Planta 2							
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>							
a. Accesibilidad motriz		x		b. Accesibilidad visual		x	
<b>4.4 Señalización</b>							
a. Señalización de aproximación al atractivo		x		Estado		Bueno	
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>				Si	X	No	
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>				Si	X	No	
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>				Si	X	No	
<b>7.1 Servicios Básicos</b>							
a. Agua		b. Energía eléctrica		c. Saneamiento		d. Disposición de desechos	
X		x		x		x	
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>							
7.2.2. Tipo			7.2.3. Materialidad		7.2.4. Estado		
Pictograma de actividades turísticas			Aluminio		Bueno		
<b>8. Descripción del Atractivo</b>							
<p>El puerto pesquero artesanal es uno de los principales del Cantón Salinas, historialmente el sustento de la gran mayoría de sus habitantes ha sido la actividad pesquera-comercial, la cual se caracteriza por la gran cantidad de especies marinas que aquí se capturan (pesca blanca). Su atractivo consiste en la utilización de técnicas artesanales de pesca. En la actualmente cuenta con un moderno Malecón escénico que ha cambiado la imagen del puerto de 8.065 habitantes y 1.483 viviendas. Aproximadamente existen unas 1.600 lanchas y unos 5.000 pescadores.</p>							
<b>9. Anexos</b>							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Playa y Malecón de Santa Rosa, Foto Cesar Yagual, 2020				Playa y Malecón de Santa Rosa, Foto Cesar Yagual, 2020			

Tabla 43.  
Puerto Pesquero y Muelle de Anconcito

Ficha 11 del Atractivo Turístico Parte 1									
<b>1. Datos Generales</b>									
<b>1.1 Nombre del atractivo Turístico</b>									
Puerto Pesquero y Muelle de Anconcito									
<b>1.2 Categoría</b>			<b>1.3 Tipo</b>			<b>1.4 Subtipo</b>			
Sitio Natural			Tierra Insular			Puerto			
<b>2. Ubicación del Atractivo</b>									
<b>2.1 Provincia</b>			<b>2.2 Cantón</b>			<b>2.3 Parroquia</b>			
Santa Elena			Salinas			Anconcito			
<b>2.4 Barrio</b>		<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>			
Puerto Pesquero				s/n		n/a			
<b>2.8 Latitud</b>			<b>2.8 Longitud</b>			<b>2.10 Altura</b>			
S02°19.843´			W080°53.355´			2 msnm			
<b>3. Características del Atractivo</b>									
<b>3.1 Características climatológicas</b>									
a. Clima:		b. Temperatura: 24-26°C			c. Precipitación Pluviométrica: 125/250 mm				
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo</b>									
a. Cultura			b. Naturaleza		x	c. Aventura			
<b>3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico</b>									
a.		b. Primitivo		c. Rústico Natural			d.	x	e.
<b>3.3 Ingreso al atractivo</b>									
a. Tipo de ingreso		b. Horario de atención			c. Atención				
		Ingreso	Salida	Otro	Especificar				
libre	x	04h00	18h30						
Observaciones: Se puede observar cómo realizan la faena de pesca, todos los días de la semana.									
<b>4. Accesibilidad y Conectividad al Atractivo</b>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano:						La Libertad			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		15,7 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		25 min	d. Coordenadas		2°14'00"S 80°54'00"O	
<b>4.1 Vías de acceso</b>									
a. Terrestre		Tipo de vía			Tipo de material		Estado		
		x	Primer orden		Asfalto		Bueno		
b. Acuático		x	Marítimo		x	Estado		Bueno	
c. Aéreo			X		Nacional			x	
<b>4.2 Servicios de transporte</b>									
Buseta			x		Taxi			x	
<b>4.2.1 Detalle del transporte hacia el atractivo</b>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio				b. Estación / terminal			c. Frecuencia		
Mar Azul				Plaza Central			Diaria		
Puerto de Anconcito									
Puerto del Pacífico				José Luis Tamayo					
Convencional Lobo del Mar				Gral. Alberto Enríquez Gallo					

Ficha 11 del Atractivo Turístico Parte 2							
<b>4.3 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad</b>							
a. Accesibilidad motriz	X	b. Accesibilidad visual	x				
<b>4.4 Señalización</b>							
a. Señalización de aproximación al atractivo	x	Estado			Bueno		
<b>5. Planta Turística / Complementarios</b>	Si	X	No				
<b>6. Estado de Conservación e Integración Atractivo / Entorno</b>	Si	X	No				
<b>7. Higiene y Seguridad Turística</b>	Si	X	No				
<b>7.1 Servicios Básicos</b>							
a. Agua	b. Energía eléctrica	c. Saneamiento	d. Disposición de desechos				
X	X	x	x				
<b>7.2 Señalética en el atractivo</b>							
7.2.2. Tipo		7.2.3.		7.2.4. Estado			
Pictograma de actividades turísticas		Aluminio		Bueno			
<b>8. Descripción del Atractivo</b>							
<p>Tiene una extensión de 1,3 has, y el 27 de junio de 2014, se inaugura el nuevo puerto pesquero artesanal de Anconcito. Este puerto es uno de los más modernos del país para la realización de faenas de pesca artesanal. Además, cuenta con un original muelle hecho de piedra. Difiere con el puerto de Santa Rosa porque es más profundo y pueden entrar embarcaciones de mayor tamaño.</p>							
<b>9. Anexos</b>							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)							
							
Puerto de Anconcito, foto Antonio Piguave, 2018				Malecón Anconcito, foto Bruno Tumbaco, 2017			

## Apéndice H Fichas de Atractivos Inmateriales

Tabla 44.

*Elaboraciones Artesanales Peninsulares*

Ficha 01 del Atractivo Turístico Inmaterial Elaboraciones Artesanales Peninsulares				
1. Datos de Localización				
Provincia: Santa Elena			Cantón: Salinas	
Parroquia: Gral. Enríquez Gallo	x	Urbana		Rural
Localidad: Salinas				
Coordenadas:	Latitud: S02°12.219'	Longitud: W080°57.759'	Altitud: 2 msnm	
2. Fotografía Referencial				
				
Elaboraciones Artesanales, foto Cesar Yagual, 2020				
3. Datos de Identificación				
<b>Denominación</b>				
Elaboraciones “Artesanales Peninsulares”				
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua</b>	
Mestizo			Español	
<b>Ámbito</b>				
Técnicas artesanales tradicionales				
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales			Otros	
4. Descripción de la Manifestación				
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
	Anual			
x	Continua			
	Ocasional			
	Otro			

La materia prima que se necesita para elaborar este tipo de artesanías las obtiene de las playas cuando la marea está baja, para luego proceder a la selección de las mejores, acorde con las preferencias de los clientes y a la habilidad de los artesanos se realizan artesanías cuya labor es sencilla, pero se requiere tiempo y paciencia. También necesitan para elaborar accesorios de uso personal y decorativos la combinación de cinchas, caracoles,

Los materiales son adquiridos a recicladores y productores de poblaciones aledañas como: cade, tagua, fibras vegetales y los calcáneos se recolectan o compran en los cantones vecinos, la madera es comprada en Balzar, también, la piola, goma y demás insumos necesarios para la confección de las artesanías son adquiridas en ferreterías y tiendas locales.

En cuanto a la calidad del producto se utilizan diversos materiales propios de la zona atractivos para los turistas, con estos se confeccionan diseños zoomorfos, fitomorfos, paisajes o diseños producto de la imaginación de quien las confeccionan en diferentes tonos y colores los cuales son ofertados al público de manera informal y los venden como recuerdos de la playa. Tienen acabados rústicos y finos. Los que más destacan son: anillos, collares, pulseras, dijes, accesorios para el cabello, body piercing y aretes, móviles de conchas, tejidos, botellas decoradas, camisetas, lámparas y diversos accesorios decorativos.

Los artesanos se integran como: Asociación interprofesional de Artesanos de Salinas e Interprofesional de Bisutereros, Operarios y Afines, cuyos socios son personas solas o familias, mayormente lo integran los habitantes costeros y artesanos de diversas partes del país. Los lugares donde se pueden comprar se encuentran en la calle Armando Barreto entre la Av. Malecón y Enríquez Gallo.

#### 5. Portadores / Soportes

Tipo	Nombre	Edad / Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					

#### 6. Valoración

##### Importancia para la comunidad

Se da por la identidad y el sentido de pertenencia de la cultura del cantón Salinas

##### Sensibilidad al cambio

x	Manifestaciones Vigentes	La actividad se ve afectada por la influencia de productos del extranjero, específicamente de China y de las nuevas tendencias de consumo
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la memoria	

#### 7. Interlocutores

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad

#### 8. Elementos Relacionados

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito

#### 9. Anexos

Textos	Fotografías	Videos	Audio

Tabla 45.  
*Tradiciones Culinarias de Influencia Marina*

Ficha 02 del Atractivo Turístico Inmaterial Tradiciones Culinarias de Influencia Marina				
<b>1. Datos de Localización</b>				
Provincia: Santa Elena			Cantón: Salinas	
Parroquia: Todas	x	Urbana		Rural
Localidad: Salinas				
Coordenadas:	Latitud: S02°12.219´	Longitud: W080°57.759´	Altitud: 3 msnm	
<b>2. Fotografía Referencial</b>				
				
Tradiciones Culinarias, Recuperado de <a href="https://turismosalinasecuador.weebly.com">https://turismosalinasecuador.weebly.com</a> ,				
<b>3. Datos de Identificación</b>				
<b>Denominación</b>				
Tradiciones Culinarias de la Costa de Influencia Marina				
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua</b>	
Mestizo			Español	
<b>Ámbito</b>				
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo				
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>	
Gastronomía			Gastronomía cotidiana	
<b>4. Descripción de la Manifestación</b>				
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
	Anual	Es uno de los principales servicios turísticos y se lo brinda todos los días		
x	Continua			
	Ocasional			
	Otro			

Los locales que se dedican a ese tipo de actividades se encuentran en diferentes lugares a los cuales le ha dado permiso el municipio, la mayoría están contruidos de hormigón, con estructura metálica y cubierta de Eternit. Se encuentran restaurantes de todas las categorías ubicados en los malecones y también hay puestos informales en diferentes sitios.

La preparación depende del plato a que se va a preparar. Si se trata del tradicional ceviche por lo general se lo hace con jugo de naranja o limón mezclado con el marisco cocinado (cocinado en acido de limón si se trata de pescado) y vegetales. También, se preparan cociendo los mariscos con diversas salsas o empanándolos.

Las especialidades del cantón son: Ceviches de Camarón, pescado, pulpo, mixto (contiene churos, pulpo, pangora y camarón), cazuelas, pescado apanado, frito, arroz con camarón, arroz y sopa marinera. Además, se preparan corviches y bollos con pescado y plátano verde.

Los productos son de muy buena calidad y la presentación es apreciada por el turista. La preparación de los alimentos tiene como base los mariscos, los cuales sirven como entradas y platos fuertes preparados de diversas formas: apanados, ceviche o con arroz. Se sirven en platos hondos o llanos, dependiendo del tipo de preparación y se acompañan con guarniciones variadas como el maíz tostado, ensalada de vegetales con limón o plátano (verde o maduro) frito.

#### 5. Portadores / Soportes

Tipo	Nombre	Edad / Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso					
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					

#### 6. Valoración

##### Importancia para la comunidad

Para la ciudadanía es significativa la alimentación por que se identifica con la gastronomía propia del cantón, las maneras de preparar los alimentos varían de acuerdo con las tradiciones algunas familiares para utilizar ingredientes. Los nombres y presentación de los platos pueden ser iguales en diferentes lugares de la costa del país sin embargo su preparación nos permite reconocer a qué provincia pertenece.

##### Sensibilidad al cambio

x	Manifestaciones Vigentes	Es media porque las tendencias alimenticias están cambiando por la influencia de las escuelas de cocina lo que influye en la preparación y servicio de los platos
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la memoria	

#### 7. Interlocutores

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso				

#### 8. Elementos Relacionados


Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
N/A			

#### 9. Anexos

Textos	Fotografías	Videos	Audio



Tabla 46.  
Pesca Artesanal en Salinas

Ficha 03 del Atractivo Turístico Inmaterial Pesca Artesanal en Salinas				
<b>1. Datos de Localización</b>				
Provincia: Santa Elena			Cantón: Salinas	
Parroquia: Santa Rosa (SR) y Anconcito (Anc)	x	Urbana (SR)	x	Rural (Anc)
Localidad: Salinas				
Coordenadas SR:	Latitud: S02°12.460´	Longitud: W080°56.982´	Altitud: 2 msnm	
Coordenadas Anc:	Latitud: S02°19.843´	Longitud: W080°53.355´	Altitud: 2 msnm	
<b>2. Fotografía Referencial</b>				
				
Pesca Artesanal de Salinas, foto Cesar Yagual, 2020				
<b>3. Datos de Identificación</b>				
<b>Denominación</b>				
Pesca Artesanal de Salinas				
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua</b>	
Mestizo			Español	
<b>Ámbito</b>				
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo				
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas y Sabres Productivas Tradicionales			Pesca	
<b>4. Descripción de la Manifestación</b>				
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
	Anual	Es uno de los principales servicios turísticos y se lo brinda todos los días		
x	Continua			
	Ocasional			
	Otro			

El puerto pesquero de Santa Rosa es uno de los más importante del país. Se estima que existen al menos unas 1600 lanchas y unos 5000 pescadores aproximadamente. A este puerto llegan migrantes de Manabí, Santa Elena, Esmeraldas para involucrarse con las actividades de pesca que generan una gran dinámica comercial en la zona. Son básicamente los hombres los que se dedican a estas faenas y si bien es cierto que en el pasado el aprendizaje se transmitía de padres a hijos, en el presente este aprendizaje está mediado por las relaciones laborales de corte informal.

Sin embargo, todavía se considera rentable la actividad pesquera en Santa Rosa, pues, a pesar de que cada embarcación entra tan solo 6 veces por mes a pescar, es posible que un pescador consiga al menos 100 dólares por cada faena de pesca. Un beneficio económico que es muy bien visto por los adolescentes, sobre todo.

En Anconcito la naturaleza y calidad que ofrece este pueblo yace en sus conocimientos sobre la pesca. En 2014 se finaliza la construcción del nuevo muelle, con una inversión de 10 millones de dólares presupuestados por parte del gobierno central. El mismo ha facilitado el embarque y desembarque de los navíos y se ha agilitado el procesamiento primario de la pesca para su posterior distribución. En esta parroquia son 1.600 pescadores. (Censo pesquero 2012) con más de 533 embarcaciones, quienes junto con sus familias viven de la actividad pesquera.

Entre las técnicas de pesca más comunes que se practican está la de “lonlai” que se hace con una red flotante. Se pesca también con “espinal” y con trasmayo. Cada pescador elabora sus redes de pesca o las remienda como parte de las faenas cotidianas. La pesca se puede realizar a cualquier hora del día y su duración depende de la distancia que los pescadores decidan recorrer, la que puede avanzar entre 30 y 140 millas. De acuerdo con esto, se preparan provisiones para el viaje (comida, combustible) y se carga hielo para el pescado. Por lo general, en una lancha a motor se embarcan de 3 a 4 pescadores y la capacidad de carga de estas embarcaciones es de máximo dos toneladas de pescado.

Entre las especies más comunes que se capturan en el cantón Salinas están el dorado, el “miramelindo”, la albacora, pez espada, pez sierra, corvina, lenguado, el guapo, entre otros. Los pescadores consideran que actualmente no hay tanto pescado como antes, ya que antes se pescaba en “lo oscuro” y sin motor de tal forma que los peces no se espantaban. Se podía pescar abundantemente a 2 o 3 millas de la puntilla, pero ahora hay que “entrar más para adentro” al menos 15 o 20 millas para encontrar manchas de peces, según los informantes. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador, 2011)

#### 5. Portadores / Soportes

Tipo	Nombre	Edad / Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso					
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					

#### 6. Valoración

##### Importancia para la comunidad

La actividad de la pesca es fundamental para los habitantes de Sta. Rosa y Anconcito por que con ella consiguen mantenerse y contribuir con el desarrollo del cantón en lo económico, cultural y social.

##### Sensibilidad al cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es media debido a que conocimiento de las técnicas de pescas se adquieren por las relaciones laborales informales
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la memoria	

#### 7. Interlocutores

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso				

#### 8. Elementos Relacionados


Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
N/A			

#### 9. Anexos

Textos	Fotografías	Videos	Audio



Tabla 47.  
*Día de los Muertos en Anconcito*

Ficha 04 del Atractivo Turístico Inmaterial Día de los Muertos en Anconcito				
<b>1. Datos De Localización</b>				
Provincia: Santa Elena			Cantón: Salinas	
Parroquia: Anconcito		Urbana	x	Rural
Localidad: Salinas				
Coordenadas:	Latitud: S02°19.843´	Longitud: W080°53.355´	Altitud: 2 msnm	
<b>2. Fotografía Referencial</b>				
				
Día de muertos en Anconcito, foto Cesar Yagual, 2020				
<b>3. Datos de Identificación</b>				
<b>Denominación</b>				
Día de muertos en Anconcito				
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua</b>	
Mestizo			Español	
<b>Ámbito</b>				
Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos				
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>	
Ritos			Otros	
<b>4. Descripción de la Manifestación</b>				
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
x	Anual	Se celebra el 1 y 2 de noviembre		
	Continua			
	Ocasional			
	Otro			

La festividad se celebra en finados durante el 1 y el 2 de noviembre, la misma se divide en dos partes: el 1 de noviembre llamado “Día de los Muertos Chicos”, en la que por la tarde los niños de Anconcito salen gritando “Ángeles somos, del cielo venimos, pan pedimos y si no nos dan nunca venimos”, y los moradores les regalan pan generalmente en figuras de personas y animales. En el pasado en algunas casas les hacían rezar el “bendito Dios” para darles algo.

Ese mismo día las viudas o familiares de finados se encargaban de comprar y cocinar grandes cantidades de carne, pescado, plátano, dulces, pan, colas, aguardientes, y guarapo. En resumen, todos aquellos platos que sus muertos solían preferir en vida y por las noches ponían una mesa grande o en el piso y colocaban dos sabanas guindadas con unas piolas en forma de toldo, para que el difunto coma y beba todos los platos que le gustaron en vida. (Lindao Quimi, 1990).

El 2 de noviembre día de los “muertos grandes” o “muerteo”, hasta la actualidad se realiza esta mesa y se comparte la comparte con amigos, familiares y otros visitantes del lugar. Generalmente estos van de casa en casa disfrutando de la comida y bebida favorita del finado.

**5. Portadores / Soportes**

Tipo	Nombre	Edad / Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso					
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					

**6. Valoración**

**Importancia para la comunidad**

Esta tradición es muy significativa para los moradores, los cuales conservan esta tradición de rendir homenaje a sus finados.

**Sensibilidad al cambio**

	Manifestaciones Vigentes	Esta tradición todavía se conserva por los adultos mayores de la localidad
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la memoria	

**7. Interlocutores**

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso				


**8. Elementos Relacionados**

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
N/A			

**9. Anexos**

Textos	Fotografías	Videos	Audio
-Así fue mi crianza, Roberto Lindao Quimi, 1990 -Todo en Guayas en sus manos, Francisco José Correa Bustamante			

Tabla 48.  
Fiesta de Cristo Pescador en Santa Rosa

Ficha 05 del Atractivo Turístico Inmaterial Fiesta del Cristo del Pescador en Santa Rosa			
<b>1. Datos de Localización</b>			
<b>Provincia:</b> Santa Elena		<b>Cantón:</b> Salinas	
<b>Parroquia:</b> Santa Rosa	x	Urbana	Rural
<b>Localidad:</b> Salinas			
<b>Coordenadas:</b>	<b>Latitud:</b> S02°12.460´	<b>Longitud:</b> W080°56.982´	<b>Altitud:</b> 2 msnm
<b>2. Fotografía Referencial</b>			
			
Fiesta del Cristo del Pescador, foto Cesar Yagual, 2020			
<b>3. Datos de Identificación</b>			
<b>Denominación</b>			
Fiesta del Cristo del Pescador en Santa Rosa			
<b>Grupo social</b>		<b>Lengua</b>	
Mestizo		Español	
<b>Ámbito</b>			
Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos			
<b>Subámbito</b>		<b>Detalle del subámbito</b>	
Fiestas		Fiestas o Conmemoraciones Religiosas	
<b>4. Descripción de la Manifestación</b>			
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>	
x	Anual	Se celebra el tercer sábado de julio	
	Continua		
	Ocasional		
	Otro		

El 27 de Julio, el barrio de Santa Rosa de Salinas celebra una de las festividades propiciatorias más interesantes del calendario de la religiosidad popular. Es la procesión del Cristo Pescador. En ella, los pescadores de la localidad, y especialmente los vinculados al citado barrio de Santa Rosa, en el que se amarra la mayor parte de la flotilla pesquera tradicional de la ciudad, sacan en procesión marítima la venerada imagen de un Cristo, que se venera en la parroquia local de San José. Esta es una imagen del “Sagrado Corazón de Jesús”, que se saca en procesión marítima por parte de los pescadores artesanales de la zona.

El barrio elige a varios priostes para que, anualmente, se encarguen de la organización y gestión de todo lo relacionado con la fiesta. Tras la celebración de una misa frente al malecón de pescadores de Santa Rosa (Salinas), los pescadores sacan la citada imagen en procesión en barcas. Para la procesión, parte central de la actividad festiva popular, los pescadores engalanan sus barcas con globos, estampas religiosas, flores, farolillos de colores, guirnaldas, etc. La comitiva marítima recorre la ruta desde el barrio Santa Rosa hasta el malecón de Salinas, y regresa. El acto bendice a los pescadores, sus aparejos, y pretende conseguir la asistencia divina en las faenas de la pesca, así como evitar los peligros que esta acarrea.

Los participantes comentan que lo que realizan con esta romería “es símbolo de nuestra creencia religiosa que agradece al Cristo Pescador por permitirnos llevar el pan a nuestros hijos” (Cortiza, F., entrevista, 2014). En la actualidad, la festividad del Cristo Pescador es una fiesta que, en cierta medida, trasciende el concepto de lo barrial, y que complementa las actividades religiosas con otro tipo de festejos, de carácter lúdico y profano, como pueden ser actuaciones musicales, juegos populares, castillos pirotécnicos, etc. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador, 2011)

**5. Portadores / Soportes**

Tipo	Nombre	Edad / Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso					
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					

**6. Valoración**

Importancia para la comunidad	
Tiene una tradición de 40 años, se ha convertido en uno de los principales actos religiosos del cantón.	
Sensibilidad al cambio	
x	Manifestaciones Vigentes
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables
	Manifestaciones de la memoria
Se mantiene y es una de las pruebas fehacientes de que la fe religiosa sigue vigente.	

**7. Interlocutores**

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso				


**8. Elementos Relacionados**

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
N/A			

**9. Anexos**

Textos	Fotografías	Videos	Audio
Ficha IM-24-03-50-000-14-009480 del INPC. 2015			

Tabla 49.  
Extracción Artesanal de Sal en Salinas

Ficha 06 del Atractivo Turístico Inmaterial Extracción Artesanal de Sal en Salinas				
<b>1. Datos De Localización</b>				
Provincia: Santa Elena			Cantón: Salinas	
Parroquia: José Luis Tamayo (Muey)		Urbana	x	Rural
Localidad: Salinas				
Coordenadas:	Latitud: S02°13.852'	Longitud: W080°57.877'	Altitud: 2 msnm	
<b>2. Fotografía Referencial</b>				
				
Extracción Artesanal de Sal, foto Cesar Yagual, 2020				
<b>3. Datos De Identificación</b>				
<b>Denominación</b>				
Extracción Artesanal de Sal en Salinas				
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua</b>	
Mestizo			Español	
<b>Ámbito</b>				
Conocimientos y Usos Relacionados con la Naturaleza y el Universo				
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas y Saberes Productivos Artesanales			Actividades Extractivas	
<b>4. Descripción De La Manifestación</b>				
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
	Anual	La extracción la realizan de manera continua		
x	Continua			
	Ocasional			
	Otro			



Salinas recibe su nombre a sus pozos de sal. de grandes dimensiones, la obtención tradicional de este mineral alimenticio suponía la principal fuente de recursos de la ciudad. De hecho, no será hasta los años cuarenta del pasado siglo veinte cuando llegue población extranjera, en este caso militares estadounidenses, y se inicie la transición económica de la población hacia el turismo, con la paulatina creación de toda la industria hotelera que caracteriza su situación actual.

La ciudad de Salinas, como sucede con buena parte de la zona de la península de Santa Elena, ha mantenido históricamente una gran producción salinera como uno de sus recursos económicos principales. La obtención artesanal de la misma, que todavía no ha dejado de hacerse por parte de los escasos pequeños productores que pugnan por sobrevivir con las grandes compañías, apenas si han variado con el paso de los años. Los precios y la ratio de beneficio sí han cambiado, con momentos especialmente críticos para su mantenimiento, como la etapa de nacionalización de la producción, en la que, sin embargo, estos pequeños productores podían sobrevivir gracias a la venta ilegal del producto, sobre todo en Guayaquil.

El agua de mar tiene tres tipos de salinidad. En salinas sale el agua del subsuelo con 23 grados. Cuando tiene 20 grados, se precipita la sal, y se forma el sulfato de calcio, "el yeso". Cuando llega a 25 grados se precipita el cloruro de sodio, que es la sal, y de 30 en adelante se precipita el sulfato de magnesio, que es una sal amarga. El sol es el catalizador. A mano se separa la sal del resto de los elementos. Se va al fondo del pozo, y cuando se retira el agua se puede extraer. Ha de tener un grado óptimo para que se obtenga la sal.

En la actualidad, la producción de sal se ha mecanizado, prescindiendo por un lado de un gran porcentaje de mano de obra, que ha revertido hacia el incipiente negocio turístico. Por otro lado, ha favorecido la presencia de grandes empresas en detrimento del pequeño productor artesanal.

#### 5. Portadores / Soportes

Tipo	Nombre	Edad / Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso					
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					

#### 6. Valoración

##### Importancia para la comunidad

Tiene una tradición de 40 años, se ha convertido en uno de los principales actos religiosos del cantón.

##### Sensibilidad al cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es bajo y su riesgo de alteración es mínima.
	Manifestaciones Vigentes	
x	Manifestaciones de la memoria	

#### 7. Interlocutores

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso				


#### 8. Elementos Relacionados

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
N/A			

#### 9. Anexos

Textos	Fotografías	Videos	Audio
Ficha IM-24-03-50-000-14-009478 del INPC. 2015			

Tabla 50.  
Elaboración Artesanal de Pan en José Luis Tamayo (Muey)

Ficha 07 del Atractivo Turístico Inmaterial Elaboración de Pan en José Luis Tamayo (Muey)			
<b>1. Datos de Localización</b>			
<b>Provincia:</b> Santa Elena		<b>Cantón:</b> Salinas	
<b>Parroquia:</b> José Luis Tamayo (Muey)		Urbana	x Rural
<b>Localidad:</b> Salinas			
<b>Coordenadas:</b>	<b>Latitud:</b> S02°13.852'	<b>Longitud:</b> W080°57.877'	<b>Altitud:</b> 2 msnm
<b>2. Fotografía Referencial</b>			
			
Elaboración Artesanal de Pan, foto Cesar Yagual, 2020			
<b>3. Datos de Identificación</b>			
<b>Denominación</b>			
Elaboración Artesanal de Pan en José Luis Tamayo			
<b>Grupo social</b>		<b>Lengua</b>	
Mestizo		Español	
<b>Ámbito</b>			
Conocimientos y Usos Relacionados con la Naturaleza y el Universo			
<b>Subámbito</b>		<b>Detalle del subámbito</b>	
Gastronomía		Productos Alimenticios Artesanales	
<b>4. Descripción de la Manifestación</b>			
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>	
	Anual	La elaboración de pan es diaria	
x	Continua		
	Ocasional		
	Otro		

En la parroquia José Luis Tamayo – Muey, todavía quedan tres personas que hornean pan en horno de leña, elaborado y restaurado con barro. Este tipo de elaboraciones, además de para consumo doméstico habitual, son las empleadas para la elaboración en Anconcito de la “mesa de muertos”. Se elaboran dos tipos de pan tradicionales de Salinas: “panes de sal” y “panes de dulce”. El pan de dulce lleva azúcar, levadura, mantequilla y huevo. El pan de sal apenas lleva levadura, harina, agua y sal. Un pan de este tipo tarda en cocer entre diez minutos y media hora, dependiendo de la temperatura del horno. Se elaboran también el pan de muertos, con la misma masa que el pan de dulce, pero con formas, usado para las tradicionales fiestas de finados.

#### 5. Portadores / Soportes

Tipo	Nombre	Edad / Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso					
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					

#### 6. Valoración

##### Importancia para la comunidad

La elaboración de pan en Muey es una tradición que se mantiene a pesar de las grandes cadenas de alimentos que se encuentran operando en el cantón hay personas que prefieren este tipo de pan.

##### Sensibilidad al cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es media porque cada vez las corporaciones de alimentos tienen se adueñan del mercado con una competencia agresiva lo que ponen en riesgo al continuidad de seguir elaborando el pan artesanal
x	Manifestaciones Vigentes	
	Manifestaciones de la memoria	

#### 7. Interlocutores

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
No se encuentra información el usuario no cuenta con acceso				

#### 8. Elementos Relacionados

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
N/A			

#### 9. Anexos

Textos	Fotografías	Videos	Audio
Ficha IM-24-03-52-000-14-009473 del INPC. 2015			



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Córdova Arévalo María Mercedes, con C.C: 2400045361 autor/a/es del trabajo de titulación: Diseño de Producto Turístico para Adultos Mayores en el Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 10 del mes de marzo del año 2021**

**Córdova Arévalo María Mercedes**

C.C: 2400045361



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Diseño de Producto Turístico para Adultos Mayores en el Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Córdova Arévalo María Mercedes		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lcda. Ramírez Iñiguez Karla, Lucia Mgs		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	10 de Marzo del 2021	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	152
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo social e inclusivo, Desarrollo e innovación de servicios turísticos		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Producto turístico, adulto mayor, atractivo turístico, Recreación, paquete turístico, ruta turística.		
<b>RESUMEN (150-250 palabras):</b>	<p>La presente investigación tiene como objetivo diseñar un producto turístico para el adulto mayor, porque, de acuerdo con los estudios sobre el envejecimiento ha aumentado la esperanza de vida, lo que conlleva que la población de adultos mayores viva más tiempo. Se analizan las teorías como: la Inclusión Social, las Necesidades y la del Consumismo. Además, se analiza estudios realizados en el país y diversos países de América Latina, para conocer los aspectos que influyen en el cuidado del adulto mayor. El tipo de investigación es exploratoria, aplicada a una población de 7.452 individuos con la que se definió una muestra de 100 personas. Los resultados de la demanda mediante encuestas dirigidas a personas de 40-55 años y a adultos mayores de 65 a 90 años, y de la oferta turística producto del estudio de campo e investigación de fuentes secundarias, manifiestan, que la principal motivación es visitar los atractivos turísticos tangibles como las playas, los miradores turísticos y los puertos pesqueros y con respecto a los intangibles prefieren las iglesias y la recreación. Por lo que, se diseña tres paquetes turísticos, con sus costos, rutas, mapas y duración del viaje, también, se definió las técnicas de publicidad en cuatro medios publicitarios: Televisión, internet, spot radial y hoja volante. Concluyendo que el diseño propuesto, permitió ubicar y clasificar los atractivos turísticos tangibles e intangibles, de acuerdo con los recorridos para que los visitantes los puedan apreciar y disfrutar, estrategia que servirá para mantener los atractivos turísticos en buen estado.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-40 / 0978853481	<b>E-mail:</b> ma_mercedss@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Salazar Raymond María Belén		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			