

DIEGO MAURICIO CALVOPIÑA ANDRADE

Universidad Nacional de Chimborazo
dcalvopina@unach.edu.ec

VÍCTOR MEDARDO VELASCO SAMANIEGO

Universidad Nacional de Chimborazo
vvelasco@unach.edu.ec

JORGE GUALBERTO PAREDES GAVILANEZ

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
jorge.paredes@esPOCH.edu.ec

JOSÉ MEDARDO ÁLVAREZ ROMÁN

Universidad Nacional de Chimborazo
jalvarez@unach.edu.ec

Recibido: 04/07/2017

Aprobado: 25/08/2017

Resumen

La investigación de las tendencias turísticas del segmento del adulto mayor para el diseño de productos turísticos de la ciudad de Riobamba, surge como respuesta a la necesidad de establecer los lineamientos estratégicos para la estructuración de un producto turístico orientado a satisfacer las necesidades de un creciente mercado de personas de la tercera edad que buscan alternativas adecuadas para realizar actividades de recreación y viajes en la ciudad de Riobamba, proponiendo como objetivo definir las tendencias turísticas del segmento del adulto mayor para el diseño de productos turísticos en la Ciudad de Riobamba. Se realizó un análisis teórico de las tendencias y los elementos necesarios para la estructuración de un producto turístico, evaluando las condiciones de servicio orientadas al adulto mayor y considerando los aspectos relevantes encontrados en los inventarios turísticos, la categorización de los atractivos, la jerarquización, los servicios ofertados y otros aspectos de orden técnico y coyuntural, evidenciando que los adultos mayores de la ciudad de Riobamba requieren de una propuesta turística adecuada a sus necesidades. Se evidenció la necesidad de una intervención integral para alcanzar los estándares de calidad necesarios para servir a este segmento de la población, para lo cual se han planteado una serie de estrategias que implican un modelo de gestión turística inclusivo y de calidad.

Palabras clave: tendencia turística, adulto mayor, Riobamba, Inventario, precio-calidad.

INVESTIGATION OF TOURISM TRENDS IN THE ADULT SEGMENT FOR THE DESIGN OF TOURIST PRODUCTS IN THE CITY OF RIOBAMBA

Abstract

The investigation of tourist trends of the major adult for the design of tourist products of Riobamba's city, arises as response to the need to establish the strategic limits for the structure of a tourist product orientated to satisfying the needs of an increasing market of the third age that look for alternatives adapted to realize activities of recreation and trips in Riobamba's city, proposing as aim to define the tourist trends of the segment of the major adult for the design of tourist products in Riobamba's City. There was realized a theoretical analysis of the trends and the elements necessary for the structure of a tourist product, evaluating the conditions of service orientated to the major adult and considering the relevant aspects found in the tourist inventories, the categorization of the attractions, the hierarchical organization, the offered services and other aspects of technical and relating to the moment order, demonstrating that the major adults of Riobamba's city need of a tourist offer adapted to his needs. There was demonstrated the need of an integral intervention to reach the necessary standards of quality to serve to this segment of the population, for which there have appeared a series of strategies that they imply an inclusive model of tourist management and of quality.

Keywords: tourist trend, major adult, Riobamba, Inventory, price-quality.

Introducción

Este estudio sobre las tendencias turísticas del adulto mayor y su correspondiente atención a partir del diseño de productos turísticos tiene una orientación hacia el aprovechamiento de la demanda potencial de un segmento de mercado turístico cada vez más creciente y carente de oferta de actividades de recreación en Riobamba.

para la ejecución de la investigación se recurrió al método inductivo, partiendo de un diagnóstico situacional en el que se han considerado las necesidades turísticas del adulto mayor, se evaluaron las condiciones de servicio turístico orientado al adulto mayor en la ciudad de Riobamba, los atractivos turísticos, la categorización y la jerarquización de los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba, los servicios ofertados, los aspectos técnicos relevantes para la actividad turística del adulto mayor, factores que posibilitaron plantear estrategias para el diseño de productos turísticos para la integración efectiva del adulto mayor en las actividades turísticas de la ciudad de Riobamba.

En la realización del proceso investigativo se encontraron algunos aspectos que limitaron la consecución de la información, fundamentalmente aspectos coyunturales relacionados con la escasa sistematización y heterogeneidad de la información y la desactualización de los datos con los que cuentan sobre todo las instituciones públicas. Este proceso investigativo pretende determinar la realidad del adulto mayor respecto del turismo, analizando sus factores de viaje y evaluando las condiciones de servicio turístico para establecer estrategias de integración del adulto mayor en el turismo.

Turismo en la Tercera Edad

La problemática de la actividad turística orientada a la tercera edad, tiene varios aspectos esenciales que

tienen que ser analizados con objetividad para consolidar la comprensión de la realidad del turismo en este segmento de potenciales clientes.

El argumento fundamental parte del criterio de que cada vez, el sector de la tercera edad es más importante en el ámbito turístico, al jubilarse, aumenta el tiempo libre y por consiguiente el deseo de hacer cosas que por efecto del trabajo fueron imposibles de realizar en otro momento, como conocer otros lugares.

Este hecho se hace evidente en el informe de Help Age International, (2013), sobre el estudio del índice global de envejecimiento financiado por el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), en el que se asegura que "...de los casi 7.000 millones de seres humanos que existen hoy en el mundo, 893 millones tienen 60 o más años.

Este grupo, correspondiente a las personas adultas mayores o de tercera edad, representa el 12,8% de la población mundial". Y para el 2050 este grupo etario alcanzara los 2.000 millones.

De esa población, según el estudio citado aproximadamente el 35% de personas han cumplido con el periodo de vida productiva y están jubiladas o en proceso de jubilación, lo que implica 312.550.000 de personas que reciben pensión jubilar y buscan alternativas para mejorar su condición de vida y hacer las cosas que no hicieron antes, especialmente las que provienen de países desarrollados y un importante porcentaje de las personas de los países en vías de desarrollo.

"En Ecuador hay 1.229.089 adultos mayores (personas de más de 60 años), la mayoría reside en la sierra del país (596.429) seguido de la costa (589.431). En su mayoría son mujeres (53,4%) y la mayor cantidad está en el rango entre 60 y 65 años de edad". (INEC, 2011)

Otro aspecto relevante a considerar en la problemática del turismo de la tercera edad es el tratamiento que en forma global se le da a este sector de la población, de acuerdo a la Help Age International se ha establecido un ranking de 91 países sobre la condición de los ancianos en el mundo considerando cuatro factores para su evaluación, seguridad de ingresos, estado de salud, empleo, educación y entornos adecuados, en este sentido los cinco primeros países son Suecia, Noruega, Alemania, Países Bajos, Canadá. El primer país en el contexto latinoamericano es Chile que ocupa el puesto 19, seguido de Argentina, Costa Rica, Panamá, Brasil y Ecuador que ocupa el puesto 31.

En el Ecuador el tratamiento que se le da al adulto mayor ha mejorado considerablemente en política turística, se estableció que las personas de edad avanzada deben permanecer activas, aprender y aplicar principios sanos de salud física y mental, y compartir sus conocimientos con la sociedad, Si viajan debe agregarse un sinnúmero de beneficios que ampara la Constitución vigente desde 2008 que en su Art. 37.- numeral 4 nos dice “Rebajas en los servicios públicos y en servicios privados de transporte y espectáculos”, todo ello incentiva un incremento en los desplazamientos turísticos para este segmento de la población.

Entre las iniciativas para el beneficio social del segmento del adulto mayor en nuestro país se encuentra la Resolución N° C.D. 302 dictada el 17 de febrero de 2010, que aprueba el “Reglamento de atención al adulto mayor en programas de formación académica especializada y fomento del turismo nacional”. Así como el programa presentado en marzo del 2011 por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) conjuntamente con el Ministerio de Turismo y el Ban-

co del IESS (BIESS) para otorgar préstamos quirografarios especiales a las personas de la tercera edad, que servirá para que visiten y conozcan el país.

Sin embargo, de estas y otras propuestas que dan facilidades al segmento de la tercera edad para hacer turismo interno son escasas las personas que se acogen a estos beneficios, la mayoría de personas de la tercera edad permanecen en sus casas a pesar de que un alto grupo de ellos mantienen su autonomía y movilidad, muy pocos viven en dependencia de familiares o instituciones.

En este contexto surge el siguiente argumento que está relacionado a la oferta turística propuesta para este segmento, y que es el de mayor incidencia, ya que sin considerar el potencial que este grupo humano representa han sido muy pocos los esfuerzos que se realizan para satisfacer una demanda cada vez más importante de adultos mayores que manejan pensiones jubilares aceptables y que estarían dispuestos a invertir en viajes y diversión.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, (OMT, 2014):

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”.

En este sentido la OMT asegura que, el turismo incide en la economía, los entornos naturales en los sitios donde se instaurado, pero fundamentalmente en las poblaciones locales de los sitios visitados y en los visitantes específicamente.

Como se desprende de esta definición el turismo es una actividad multisectorial bastante compleja por su configuración; sin embargo, es capaz de generar beneficios directos e indirectos en el entorno donde se desarrolló universalizando sus beneficios a los diferentes sectores que componen la sociedad, es por esta razón que moviliza a una multiplicidad de involucrados en forma ordenada y planificada.

El turismo es un fenómeno productivo característico de la sociedad contemporánea, en este sentido posee carácter social, en el sentido que busca satisfacer las necesidades de las personas, se relaciona con la naturaleza y la economía, posibilitando el ingreso de capitales a los países receptores de los visitantes, políticamente ya que está presente en la planificación de los sistemas de gobierno en sus diferentes niveles de competencias, el turismo además tiene connotación cultural ya que a través de sus actividades existe un constante intercambio de idiosincrasia entre personas provenientes de realidades geográficas y educativas diferentes, por lo que se le considera un medio para la formación y desarrollo personal.

Turismo Social

En el contexto de esta investigación, al tratar con un sector vulnerable de la población como son los adultos mayores, la conceptualización y comprensión del turismo social es fundamental. Sin embargo, muchas son sus caracterizaciones. Gómez Cerda, (2013), asegura:

“El turismo social es un sistema que crea las condiciones necesarias que permiten el acceso al turismo a un gran sector de la población que carece de posibilidades financieras para disfrutar del turismo comercial, pero que también tiene necesidades humanas de recreación, descanso, diversión y de conocer otros ambientes, aunque sea en forma limitada”.

La definición de “turismo social” formulada por la Oficina Internacional de Turismo Social (BITS, Bureau International du Tourisme Social) es la siguiente:

“El conjunto de referencias y fenómenos resultantes de la participación en el turismo de capas sociales de ingresos modestos, participación posibilitada por medidas de un carácter social bien definido”.

Sobre los servidores turísticos relacionados con el turismo social, en la declaratoria de Montreal la Asamblea General del BITS (Bureau International du Tourisme Social) definió a los agentes operadores de turismo social como: “...cualquier empresa de turismo (asociación, cooperativa, mutualidad, fundación, federación, empresa...), cuyo acto fundador u objetivo principal indique claramente que persigue un proyecto de interés general y que busque el acceso de la mayoría al ocio turístico desmarcándose del único objetivo de la maximización de los beneficios”.

Considerando este criterio el turismo social se entiende en resumen como “el conjunto de actividades que generan una demanda turística caracterizada esencialmente por sus escasos recursos económicos, de manera que el acceso al ocio turístico puede producirse sólo mediante la intervención de unos agentes operadores que actúan tratando de maximizar el beneficio colectivo” (Muñoz Aguilar, 2001).

Turismo del adulto mayor

Entre las expectativas más importantes de segmentos turísticos a nivel mundial está el turismo social vinculado a la tercera edad, que ha generado una corriente importante relacionada con el creciente aumento de la población de este segmento de demanda conocida en nuestro país como del adulto mayor, es importante entonces definir que es el turismo de la tercera edad, de las definiciones más acertadas se ha considerado la siguiente:

“Es aquel realizado por personas jubiladas o pensionistas y sujeto a programas o paquetes organizados especialmente para ellas. Cuando es ofrecido por las Administraciones Públicas o los operadores privados a bajo precio, se fundamenta en el aprovechamiento de las infraestructuras turísticas en épocas de menor demanda” (Foj Candel, 2014).

Como ya se ha dicho este turismo se fundamenta en el segmento de adultos mayores, es decir personas que se encuentran entre los 60 a 100 años, que viajan dentro y fuera de su territorio de origen en forma grupal o individual. Ha este segmento de turistas generalmente se lo clasifica de acuerdo a variables específicas como son: la edad, el sexo, la forma de utilización de su tiempo libre relacionado con el turismo o la recreación, los recursos económicos que manejan, la salud, el sitio de residencia, entre otros.

En los países desarrollados se han planteado modelos para la promoción y desarrollo de turismo para la tercera edad, cuyos planes generalmente comienzan en temporada baja o en periodos escolares, todo ello dependiendo de la región donde se realicen, la ventaja es que estos periodos permiten disfrutar a este segmento de excelentes viajes y recorridos a precios muy accesibles, es por esta razón que la oferta turística en este sentido sea cada vez mayor, especializada y segura, posibilitando el aprovechamiento de los recursos turísticos que de otra forma estarían ociosos.

La Constitución ecuatoriana menciona, en el artículo 38 que el Estado es quien debe proponer políticas y programas para la atención a las personas adultas mayores. Como base de este artículo, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS, creó la Comisión Nacional de la Tercera Edad, encargada de la planificación, dirección y supervisión a nivel nacional de los

programas de atención permanente para el adulto mayor. Esta comisión está encargada de salvaguardar la integridad total de los adultos mayores jubilados y tiene a cargo la coordinación de programas ocupacionales, de recreación, artística y cultural, así como fomentar actividades de turismo local y nacional, teniendo como fin la integración social y relaciones interpersonales.

En este contexto en el año 2011 se creó el programa “Turismo para la Tercera Edad”, conjuntamente con el Ministerio de Turismo y el Banco del IESS (BIESS) para otorgar préstamos quirografarios especiales a las personas de la tercera edad, que servirá para que visiten y conozcan nuestro país.

Turismo de relajamiento

El término relajación se refiere a “la acción y efecto de relajar o relajarse (aflojar, ablandar, distraer el ánimo con algún descanso). La relajación, por lo tanto, está asociada a reducir la tensión física y/o mental”. (Definiciones.com, 2014)

Relacionando el relajamiento con la actividad turística, frecuentemente se habla de descanso; sin embargo, las nuevas tendencias lo relacionan con el bienestar, es decir con actividades vinculadas con la salud, la buena alimentación, terapias alternativas, medicina natural, entre otras. “Esta nueva tendencia enfocada principalmente en servicios de spa, yoga, pilates, relajación, alimentación sana y demás servicios, corresponden a la tendencia mundialmente llamada wellness (bienestar)”. (García Jimenez, 2014)

International y Global Spa & Wellness (SRI) (2014) asegura que “En el mercado mundial del turismo de wellness o bienestar alcanza hoy un valor de 439 mil millones de dólares, el 14% del valor total de los ingresos en la industria turística mundial, que ascienden a 3,2 billones (millones de millones) de dólares anuales

y se prevé que este segmento crecerá a una media de 9,9% anual en los próximos cinco años, casi duplicando el crecimiento pronosticado para la industria turística en general. El turismo de bienestar representa casi 1 de cada siete dólares gastados en el turismo doméstico e internacional (14% del total), y el 6% de la cifra total de viajes domésticos e internacionales (o 524,4 millones), datos que al contrastarse confirman el alto poder de gasto de quienes practican esta modalidad.

Turismo para la liberación de estrés

También vinculada al turismo del wellness el turismo relacionado con la liberación de estrés es una tendencia cuya oferta está dirigida a personas con gran presión sobre todo laboral, este tipo de turismo es demandado por ejecutivos y otras personas que en su mayoría se encuentran laborando. Aunque el objetivo de la actividad está dirigido al segmento descrito, tiene una importante acogida en el segmento de la tercera edad.

En el contexto de la gran diversificación de los tipos de turismo aparecidos recientemente este tipo se le conoce como turismo de la Nueva Era o New Age. (Quiles, 2013)

El Turismo Nueva Era o New Age surge tras la aparición de diversos movimientos espirituales o de auto-ayuda a mediados del siglo XX, que con sus respectivas técnicas como el yoga, el Pilates, el Shiatsu o el Reiki buscan la unificación de la Mente, el Cuerpo y el Espíritu. Es lo que se ha dado por denominar el Desarrollo del Potencial Humano.

Turismo de naturaleza

La Secretaría de Turismo del Ecuador (SECTUR, 2014) define al Turismo de Naturaleza como: “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compro-

miso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

Esta definición, asegura la SECTUR, establece tres puntos característicos de quién compra y efectúa el viaje:

- A. El motivo por el cual se desplazó el turista: El de divertirse en su tiempo libre realizando diversas actividades en constante movimiento, buscando experiencias significativas;
- B. En dónde busca desarrollar estas actividades: En y con la naturaleza, de preferencia en estado conservado o prístino;
- C. Qué condiciones y actitudes debe asumir el turista al realizar estas actividades: Con un compromiso de respetar, apreciar y cuidar los recursos que está utilizando para recrearse.

Para los adultos mayores el turismo de naturaleza queda restringido en ciertas actividades que por su condición les resulta complejo realizar; sin embargo, quedan abiertas muchas posibilidades que son adecuadas para su disfrute, en este sentido, existen ciertas condiciones que deben ser tomadas en cuenta para una completa satisfacción en el servicio.

Turismo de recreación

El término recreación hace referencia a inventar o producir algo nuevo es decir crear, o bien puede orientarse a alguna distracción relacionada con algo complaciente, entretenido y agradable. (Tipos de..., 2014)

El mismo sitio Web propone que la recreación puede clasificarse de acuerdo a la actitud del individuo, que puede ser activa cuando el sujeto participa directamente en la actividad realizada y disfruta de la misma o pasiva en la que el individuo no es parte directa de la recreación, solamente participa como espectador.

Resulta interesante para los fines propuestos en la investigación establecer las orientaciones a las que se

destina la actividad recreativa. De acuerdo a (Tipos de..., 2014):

Recreación motriz: está relacionada con la actividad física, algunos ejemplos podrían ser la realización de cualquier deporte, caminatas, juegos, bailes y danzas.

Recreación cultural: se vincula con la actividad cultural. Algunos ejemplos podrían ser la realización de actividades como teatro, pintura, lectura, asistir a espectáculos, museos, entre otros.

Recreación social: se relaciona al contacto con otras personas, pueden ser realizadas muchas cosas como asistir a debates, charlas, salidas, encuentros, etc.

Recreación al aire libre: Son aquellas actividades en las que se entra en relación con el medio ambiente. Este tipo de recreación estimula la integración del medio. Algunos ejemplos podrían ser visita a parques y reservas naturales, campamentos, excursiones, etc.

En base a estas conceptualizaciones es importante separar dos aspectos fundamentales para entender el turismo recreativo estos son el turismo recreativo en sí y la recreación turística.

Actividades al aire libre

Para ubicar las actividades turísticas al aire libre en el contexto del adulto mayor es imprescindible establecer específicamente en que consiste el turismo de naturaleza o ecológico al respecto (Rodríguez Estrada & Antúnez Sánchez, 2014) aseguran que: “En su acepción más común la etiqueta de turismo de naturaleza o ecoturismo implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, como para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento para convencer tanto a los visitan-

tes como a los lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general, el turismo ecológico se promueve como un turismo ético, en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción por lo general se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, grupos o cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio”.

Hasta hace no muy pocos años se situaba al turismo como una de las principales actividades generadores de contaminación en contraposición con la naturaleza, generadora de factores que degradan el paisaje, por los desechos sólidos, escape de automóviles y ruidos que contaminan el aire y el agua que hoy se entienden como dos recursos fundamentales de un buen turismo.

Jeffrey Mc Nelly (1995) expresa que “...a medida que aumenta la población humana, las presiones de la vida urbana incitan al individuo a buscar la soledad de la naturaleza y por lo tanto crece el número de visitantes a las zonas rurales, parques y áreas protegidas”. De ahí que las nuevas tendencias del mercado se preocupan más por la calidad del ambiente, la originalidad y autenticidad de las propuestas turísticas.

El Turismo de compras

La dinamización de la actividad turística relacionándola con el comercio, es en la actualidad una de las mejores formas de potencializar el desarrollo económico de los destinos turísticos, de tal manera que el efecto provocado por la unión de estos dos factores, sea notablemente superior al obtenido si estas actividades se hicieran por separado.

De acuerdo a los estudios realizados por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2014) en los destinos turísticos de la costa, amazonia y la sierra, ir de compras y hacer turismo son dos actividades estrechamente relaciona-

das, que comparten inclusive los mismos espacios físicos, como por ejemplo los centros históricos de las ciudades, en este sentido en el Plan de Turismo 2015 para España (Turespaña, 2014) se expresa que "...el sector comercio mantiene una relación intensa y directa sobre la actividad turística, ya que puede erigirse como la motivación principal en la elección del destino turístico por parte del turista; o, considerando un grado de correlación menor, la oferta comercial puede constituirse como una parte importante de la oferta turística complementaria de un destino. En definitiva, el comercio contribuye a mejorar la satisfacción de la expectativa del turista y a la valoración global que éste realiza sobre su experiencia turística".

De acuerdo a lo propuesto en el plan mencionado la articulación, promoción y comercialización de un producto de turismo de compras de calidad contribuye decisivamente a:

- Generar riqueza y empleo.
- Aumentar la rentabilidad del turismo, al elevar el gasto medio en destino por viajero y pernoctación.
- Distribuir los flujos de demanda a lo largo de todo el año, al tratarse de una actividad no vinculada al buen tiempo para su realización. (Turespaña, 2014).

Limitaciones turísticas del adulto mayor

Las actividades turísticas del adulto mayor están sujetas a variables demográficas y socioeconómicas, como son el género, la edad, el estado de salud, nivel de ingresos y la situación familiar que limitan el consumo de productos turísticos, a estas variables de carácter objetivo se suman otras subjetivas que son propias de grupos o individualidades como los valores y actitudes personales. (Nielsen Nielsen, 2011)

De entre los problemas más importantes del segmento de la tercera edad para acceder al turismo se destacan el tiempo libre y una situación financiera suficiente, en el caso del adulto mayor se observado que factores como la edad, el nivel de educación y problemas de movilidad son importantes para su participación en el turismo (Zimmer & Grassmann, 1997), por otro lado mientras avanza su edad las mayores limitaciones a la participación en el ocio actúan de forma diferente, de esta manera, el segmento del adulto mayor no suele ser uno de los primeros a considerarse como demanda turística.

Como indican Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, (1997), "...factores relacionados con el curso de vida pueden explicar la propensión a viajar y el tipo de experiencia turística demandado, ya que los individuos tienen diferentes preocupaciones, intereses y actividades a lo largo de las diferentes etapas del ciclo de vida. En los años de jubilación anticipada a los 50 o 55 se espera que la propensión a viajar sea alta, mientras que más tarde en el retiro la falta de dinero, enfermedad y frecuentemente la pérdida de la pareja contribuyen a compensar el aumento de tiempo libre que experimenta este grupo".

Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos se definen como "...un conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que se pueden transformar en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico". (Calderón Rivera, 2009)

En la medida en que los bienes de un territorio son

puestos en valor por los segmentos de mercado, se van configurando como atractivos turísticos y se constituyen en el patrimonio turístico de un lugar específico. Los recursos ambientales pertenecen a un sistema total que implican los recursos naturales y sociales que son valorados en formas diferentes y de acuerdo a los espacios a los que pertenecen.

Una vez que los atractivos turísticos se les asigna un valor, se convierten en un espacio productivo, esto es que existe por un lado un mercado dispuesto a consumir y por otro, una oferta de actividades y situaciones recreativas que se realizan en diversa intensidad a partir de los mismos, lo que significa que el entorno turístico tiene un valor operativo que generalmente es específico en su uso recreacional y turístico, para lo cual se hace necesaria la implementación de instalaciones, equipamiento e infraestructura que mejoren la oferta de servicios en torno a ellos.

Atractivos Naturales

La naturaleza es un recurso estratégico en los países en vías de desarrollo y representan importantes aportes económicos para el sector turístico, la literatura no especifica claramente una definición precisa, Se los puede conceptualizar como "...los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva el sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: los bosques, playas, lagos, lagunas, entre otros". (Villalobos Céspedes, Galdeano Gómez E, & Tolón Becerra, 2009)

Los atractivos naturales implican experiencias en entornos naturales, pero que llevan diferente intensidad de riesgo, la gran diversidad de actividades existentes en esta modalidad de turismo ha posibilitado el apareamiento de sinónimos como el Eco-turismo, turismo

salvaje, turismo de aventura, aventura recreativa, etc. Bertoni (2005) asegura que la conceptualización del turismo sustentado en la naturaleza, se aplica a las actividades turísticas dirigidas al uso de los recursos naturales, con preferencia con escasa intervención humana; sin embargo, el turismo de naturaleza tiene una gran cantidad de formas de uso por lo que resulta complejo el significado y su connotación.

Atractivos culturales

Conceptualmente el turismo cultural se origina en la convivencia diaria y está presente en todas las áreas de la sociedad humana como por ejemplo patrimonio, lenguaje, creaciones artísticas, tradiciones, gastronomía, etc. En el turismo esta cotidianidad se mezcla con el viajero, adquiriendo una dimensión cultural diferente a través de las variadas experiencias que los visitantes viven en el lapso de tiempo que permanecen en el sitio, evidentemente la visión ampliada de turismo incorpora el mercado y el consumo, al mismo tiempo se destaca la importancia del turismo como motivación para la preservación del patrimonio cultural, dando al visitante un protagonismo especial ofertándole una experiencia diferente y creativa.

En el turismo que se vale de los atractivos culturales cada vez es más importante el rol que desempeñan las personas que están a cargo de producir y configurar los productos turísticos culturales, generalmente este tipo de turismo tiene mayor repercusión en las ciudades y está ligada a la calidad de sus atractivos culturales; sin embargo es importante anotar que el desarrollo acelerado de las ciudades y el incremento demográfico sumada a la indiferencia de las autoridades por los valores culturales son los causantes de la pérdida del gran parte del patrimonio, en este sentido un caso muy próximo es la intervención realizada por la municipalidad de Rio-

bamba en los parques y plazas públicas en los que se irrespeto significativamente los íconos de la ciudad.

Justificación

La investigación sobre las tendencias turísticas del segmento del adulto mayor para el diseño de productos turísticos en la ciudad de Riobamba, busca mediante la aplicación de la teoría de los conceptos básicos del turismo del adulto mayor, encontrar explicaciones a las situaciones relevantes que inciden en el desarrollo turístico de este segmento de mercado, los diferentes conceptos encontrados han permitido contrastar los criterios teorías ayudando a dar solución al problema.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se ha acudido al empleo de técnicas de investigación, que han posibilitado la recolección y análisis de datos, haciendo posible un acercamiento efectivo a la realidad turística de la ciudad de Riobamba, relacionándola con el adulto mayor como potencial demanda para fortalecer la actividad, promoviendo el desarrollo de una cultura turística comprometida con su realidad local, en este sentido con la investigación se ha determinado la intensidad con la que se trabaja en este ámbito y las acciones pertinentes para lograrlo.

A partir de los datos obtenidos en el análisis de los resultados, se han establecido estrategias a corto, mediano y largo plazo, que permitan reorientar los procesos de la gestión turística para la integración del adulto mayor en la demanda real del turismo en la ciudad. Por otro lado, se ha podido clasificar las tendencias del segmento proponiendo la potencialización de las capacidades de los servidores turísticos abriendo un espacio adecuadamente diseñado para el adulto mayor.

La situación actual del turismo en la ciudad de Riobamba refleja un escaso desarrollo en actividades desarrolladas para segmentos específicos de turistas, las propuestas están generalizadas, en caso de no cambiar esta situación, la ciudad y la provincia no tendrán las

capacidades necesarias como para competir con otros entornos turísticos a nivel nacional que están realizando ingentes esfuerzos para promover la actividad turística.

La investigación realizada constituye un esfuerzo considerable cuyo contenido podrá ser utilizado como herramienta de orientación en la planificación del turismo en la ciudad de Riobamba, así como un referente para otras investigaciones que busque definir alternativas turísticas sostenibles.

Metodología de la Investigación

La presente investigación realizada es de tipo exploratoria, en función de que no existen estudios locales relacionados con el tema, por lo que se ha construido una base de datos que refleje la realidad turística de la ciudad de Riobamba, determinándose además las tendencias y preferencia del Adulto Mayor. Adicional; es descriptiva porque se caracteriza un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores, consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas; y en este caso particular porque se establecen a través del análisis y la interpretación de datos; las orientaciones que tiene este segmento describiendo su relación con el potencial turístico de la ciudad con el propósito de estructurar un producto turístico especializado. Además, es documental; ya que ha sido necesario establecer criterios que orienten el proceso de estudio, por lo que se ha recurrido a información procedente de estudios realizados en entornos diferentes, pero cuidado que tengan aspectos similares a los del lugar de estudio; cuya información pertenece al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Asociación del adulto mayor del IESS.

Se trata además de una investigación de campo porque los datos han sido obtenidos en el lugar de los hechos;

donde se ha establecido la presencia de potenciales turistas del segmento del adulto mayor.

El presente estudio de diseño de productos turísticos dirigidos al adulto mayor se realizó a partir de la aplicación de encuestas a los Jubilados que constan en el registro de la unidad del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en el Montepío con 3870 jubilados; de los cuales se ha trabajado con el grupo en la Casa Calero que representan una muestra intencional con 104 jubilados.

Tabla N° 1. Número de adultos mayores.

Población	Habitantes	Porcentaje
Jubilados del Montepío	3870	100%
Total	3870	100%

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Riobamba (2014).

Se ha realizado para tal efecto; un muestreo no probabilístico intencional o de conveniencia, considerando las facilidades de acceso a 104 jubilados del Montepío que han formado un grupo denominado de la Casa Calero. Las técnicas utilizadas fueron la encuesta y la observación; siendo sus instrumentos el cuestionario de encuesta y la ficha de observación; que ha derivado en el correspondiente procesamiento y análisis de datos referidos en tablas y gráficos estadísticos, con sustento en la estadística descriptiva a través de análisis porcentual.

Antecedentes de la investigación

Revisada la documentación de la biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo y la documentación de las instituciones vinculadas a la actividad turística se han podido encontrar que en el Manual de Procedimientos para la accesibilidad de turistas con capacidades especiales en hosterías de la ciudad de Riobamba, del 2011, realizada por Rivadeneira Ocaña, (2011), en

la ciudad de Riobamba existen 3 hosterías establecidas legalmente, reconocidas en el catastro de establecimientos hoteleros publicado por el Ministerio de Turismo, las mismas ofrecen servicios principalmente de alojamiento y restauración. Las hosterías consideradas en esta investigación no cuentan tanto con el personal adecuado, la capacitación necesaria, el espacio apropiado, ni con la infraestructura óptima para la atención a este segmento de turistas discapacitados. Las personas con capacidades especiales en el país abarcan un 11% aproximadamente de la población total, en su gran mayoría este segmento está ubicado en la región costa; están divididas en deficiencias mentales, físicas, auditivas y de lenguaje sobresaliendo el género masculino con una estrecha diferencia ante el género femenino. El Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) es la institución que apoya y defiende los derechos de las personas con discapacidad así como encamina los recursos nacionales e internacionales necesarios para este segmento y además realiza o impulsa investigaciones en el área de las discapacidades.

En la Investigación sobre una propuesta para la eliminación de barreras arquitectónicas para el mejoramiento del turismo accesible en el centro histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Realizada por Ortiz Erazo, (2011) se establece que, en los espacios públicos del Centro Histórico de la ciudad de Riobamba hay 8 iglesias, 6 edificios de excelencia histórica, 4 museos, 4 parques y 2 plazas; en la planta turística existen 11 hoteles y 10 restaurantes, que son generadores de turismo en dicha ciudad.

Los elementos de diseño urbano existentes en el Centro Histórico de la ciudad de Riobamba en su mayor parte son accesibles; sin embargo, hay falencias en la señalización y en los parques ya que no se encontró ningún

tipo de juegos infantiles para niños y niñas con discapacidad. Los elementos de diseño arquitectónico de la planta turística de los establecimientos visitados no son accesibles para las personas con discapacidad; y no hay una adecuada información para este tipo de turistas con discapacidades.

Análisis y discusión de resultados

Encuesta dirigida a los jubilados del IESS, del grupo de la casa Calero

Pregunta N° 1 ¿Cuál su género?

Tabla N° 2. Género de las personas de la tercera edad

Género	Número	Porcentaje
Masculino	29	27,88%
Femenino	75	72,12%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: La encuesta realizada a las personas de la tercera edad en la ciudad de Riobamba con respecto al género indica que el 27,88% pertenecen al género masculino, y 72,12% al género femenino.

Interpretación: De las personas entrevistadas la mayoría son mujeres, demostrándose que el segmento de adultos mayores mujeres tiene mayor interés a reunirse por lo que se determina la tendencia con mayor fuerza a este grupo.

Pregunta N° 2 ¿Qué edad tiene?

Tabla N° 3. Edad

Edad	Número	Porcentaje
40 - 49	1	0,96%
50 - 59	4	3,84%
60 - 69	50	48,08%
70 - 79	42	40,38%
80 - 89	6	5,77%
90 - más	1	0,96%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: De la encuesta realizada se ha podido esta-

blecer que 50 de los encuestados son jubilados adultos mayores de entre 60 y 69 años; 42 están en el rango de 70 a 79 años; 6 de entre 80 y 89 años; 4 entre los 50 y 59 años; 1 para más de 90 años y entre 40 y 49 años.

Interpretación: Del análisis de la edad de los adultos mayores, se ha determinado que la mayoría de ellos se encuentran en edades donde todavía es posible realizar actividades turísticas sin requerimientos excesivos de diferenciación con respecto al segmento de adultos.

Pregunta N° 3 ¿Qué tiempo tiene usted de jubilado?

Tabla N° 4. Tiempo de Jubilado

Años	Número	Porcentaje
Menos de 1	9	8,65%
1 - 3	23	22,11%
3 - 6	28	26,92%
7 - 10	13	12,5%
+11	29	27,88%
En proceso	2	1,92%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Análisis: Con respecto al tiempo de jubilación 27,88% tiene más de 11 años de jubilados; 26,92% de 3 a 6 años; de 1 a 3 años 22,11%; 12,50% de 7 a 10 años menos de un año 8,65%; en proceso de jubilación 1,92%.

Interpretación: El tiempo de jubilación determinado en el análisis tiene un promedio alto, esto quiere decir que los encuestados han tenido diversos tipos de experiencias de integración que se han manifestado de diferentes maneras.

Pregunta N° 4 ¿Cuál es la pensión que recibe por su jubilación?

Tabla N° 5. Pensión por la Jubilación

Cantidad	Número	Porcentaje
Menos de 100	0	0%
De 101 a 200	6	5,77%
De 201 a 300	11	10,58%
De 301 a 400	14	13,46%
De 401 a 500	16	15,38%
De 501 a 600	14	13,46%
De 601 a 700	10	9,61%
Más de 701	30	28,84%
No contesta	2	1,92%
Ninguna	1	0,96%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: De los resultados obtenidos sobre el monto de jubilación se establece que 6 reciben de 101 a 200 dólares; 11 de 201 a 300; 14 de 301 a 400; 16 de 401 a 500; 14 de 501 a 600; 10 de 601 a 700, más de 701 treinta, no contestan 2 y ninguna 1.

Interpretación: De los datos analizados se puede establecer que los montos recibidos por jubilación se reparten de manera diversa, considerándose este hecho un obstáculo para la organización estandarizada de paquetes turísticos.

Pregunta N° 5 ¿Cómo distribuye su pensión jubilar?

Tabla N° 6. Distribución de la pensión jubilar por prioridades

Destino de la pensión	Prioridad 1		Prioridad 2		Prioridad 3		Prioridad 4		Prioridad 5	
	N°	%								
Alimentación	51	7,58%	11	1,63%	13	1,93%	8	1,19%	7	1,04%
Medicinas	52	7,43%	9	1,34%	9	1,34%	7	1,04%	5	0,74%
Tratamiento médico	19	2,82%	28	4,16%	14	2,08%	5	0,74%	2	0,30%
Cargas familiares	15	2,22%	17	2,53%	3	0,45%	3	0,45%	5	0,74%
Vestuarios	22	3,27%	23	3,42%	22	3,27%	10	1,49%	4	0,59%
Transporte	13	1,93%	19	2,82%	21	3,12%	10	1,49%	4	0,59%
Paseos	21	3,12%	12	1,78%	12	1,78%	23	3,42%	4	0,59%
Distracción	17	2,53%	10	1,49%	11	1,63%	8	1,19%	7	1,04%
Servicios básicos	18	2,67%	18	2,67%	10	1,49%	11	1,63%	21	3,12%
Otros	7	1,04%	1	0,15%	8	1,19%	6	0,89%	19	2,82%
Total	233		148		123		91		78	

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: El dinero recibido por las pensiones jubilares se reparte alternativamente dependiendo de las prioridades que les dan los jubilados, así se tiene que los mayores montos se destinan a la prioridad uno son la alimentación con el 7,58% del total, seguido por medicamentos con 7,43% y vestuario con 3,27%.

Los principales requerimientos de la prioridad dos son tratamientos médicos con 4.16% del total y vestuario con 3,42% y 2,67% a servicios básicos.

Para la prioridad tres se tienen que el 3,27% vestuario, 3,21 transporte y 2,08% tratamiento médico.

En la prioridad cuatro 3,42% paseos, 1,63% servicios básicos y 1,49% vestuario y transporte.

Para la prioridad cinco 3.12% servicios básicos y 2,82% otras actividades.

Las actividades de paseos tienen los siguientes niveles de prioridad para paseos en prioridad uno el 3,12%; en prioridad dos y tres 1,78%; en prioridad cuatro 3,42% y en prioridad cinco 0,59%.

Las actividades de distracción se priorizan de la siguiente manera 2,53% en la prioridad uno; 1,49% en prioridad dos; 1,63% en prioridad tres; 1,19% en prioridad cuatro y 1,04% en prioridad cinco.

Interpretación: De este análisis se establece que las actividades relacionadas con ocio y esparcimiento aparecen en dos áreas: paseos y distracción, ubicándose en niveles de aceptables a bajos, sin embargo se puede observar un elevado nivel de divergencia en la distribución y administración de las pensiones jubilares, lo que dificultará organizar y determinar precios para la estructuración de paquetes turísticos.

Pregunta N° 6 ¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?

Tabla N° 7. Realiza Actividades Turísticas

Frecuencia	Número	Porcentaje
Siempre	3	2,88%
Casi siempre	27	25,96%
De vez en cuando	53	50,96%
Muy de vez en cuando	17	16,34%
Nunca	4	3,84%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: Los resultados de la pregunta sobre la frecuencia de actividad turística que realizan los adultos mayores se han obtenido los siguientes resultados el 50,96% ha respondido que de vez en cuando; 25,96% casi siempre; 16,34% muy de vez en cuando; 3,84% nunca y 2,88% siempre.

Interpretación: Del análisis realizado a la pregunta sobre la intensidad de la realización de las actividades turísticas, se observa que la tendencia de los adultos mayores es de realizarlas de vez en cuando. Con una tendencia mayor a casi siempre, pero con diferencia significativa.

Pregunta N° 7 ¿Cuál es su destino turístico preferido en el Ecuador?

Tabla N° 8. Destinos turísticos elegidos

Región	Número	Porcentaje
Costa	62	45,92%
Sierra	26	19,25%
Amazonia	32	23,70%
Galápagos	15	11,11%
Total	135	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: Sobre la pregunta de la preferencia de destinos turísticos se han determinado los siguientes resultados 45,92% prefieren como destino la costa, el 23.70% la amazonia, 19,25% la sierra y 11,11% galápagos.

Interpretación: De los resultados obtenidos en el análisis, se establece que los adultos mayores prefieren como

destino para realizar turismo la costa, las actividades realizadas en la región sierra no son significativas.

Pregunta N° 8 ¿Generalmente cuando sale a realizar una actividad turística lo hace con?

Tabla N° 9. Con quien realiza actividades turísticas

Acompañantes	Número	Porcentaje
Solo	2	0,92%
Familiares	115	52,99%
Amigos	15	6,91%
Grupo de adultos mayores	79	36,40%
Otros	6	2,76%
Total	217	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: De la pregunta con quien prefiere realizar actividades turísticas se han obtenido los siguientes resultados 52,99% de los adultos mayores jubilados prefieren realizar sus viajes con familiares; el 36,40% con grupo de adultos mayores; 6,91% con amigos; 2,76% con otro tipo de acompañamiento y solos el 0,92%.

Interpretación: Como resultado del análisis de la preferencia de acompañamiento para el viaje los adultos mayores encuestados prefieren realizar sus viajes con la familia comparando este resultado con el alcanzado con los grupos de adultos mayores se puede observar una diferencia significativa, lo que orienta a establecer que tienen un alto grado de dependencia familiar.

Pregunta N° 9 Siendo que usted vive en la ciudad de Riobamba ¿Ha realizado alguna actividad turística en la ciudad o en la provincia de Chimborazo?

Tabla N° 10. Actividades turísticas en la provincia

Frecuencia	Número	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	20	19,23%
De vez en cuando	51	49,03%
Muy de vez en cuando	21	20,19%
Nunca	12	11,53%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: Las actividades turísticas realizadas por los adultos mayores dentro de la provincia tienen la siguiente intensidad, de vez en cuando el 49,03%; muy de vez en cuando 20,19%; casi siempre 19,23% y 11,53% nunca.

Interpretación: Generalmente los turistas buscan alternativas fuera de sus sitios habituales de residencia, procuran climas diferentes, otro tipo de contacto, los adultos mayores jubilados no son la excepción, y los resultados se pueden verificar en la intensidad de preferencias de turismo interno, al establecerse que la mayoría de ellos hacen viajes dentro de la provincia de vez en cuando.

Pregunta N° 10 ¿Qué actividad turística le gustaría hacer en la ciudad de Riobamba?

Tabla N° 11. Actividades turísticas que han realizado en Riobamba

Actividades	Número	Porcentaje
Caminatas guiadas	48	17,58%
Compra de artesanías	4	1,46%
Asistir a espectáculos	39	14,28%
Ferias de comida	14	5,12%
Actividades deportivas	24	8,79%
Paseos en vehículos	34	12,45%
Visita de museos	41	15,01%
Visita a actividades productivas	11	4,02%
Actividades ocupacionales	20	7,32%
Turismo religioso	23	8,42%
Otras	15	5,49%
Total	273	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: Los resultados de las actividades turísticas realizadas en la ciudad de Riobamba sobre 273 respuestas de los adultos mayores son los siguientes: 17,58% caminatas guiadas; 15,01% visitas a museos;

14,28% asistir a espectáculos; 12,45% paseos en vehículos; 8,79% actividades deportivas; 8,42% turismo religioso; 7,32% actividades ocupacionales; 5,49% otras actividades; 5,12% ferias de comidas; 4,02% visitas a actividades productivas; 1,46% compra de artesanías.

Interpretación: Las actividades turísticas en el entorno de la ciudad de Riobamba son limitadas; sin embargo las respuestas obtenidas demuestran que los adultos mayores han participado en este tipo de propuestas, predominan las caminatas guiadas, las visitas a museos, asistir a espectáculos.

Pregunta N° 11 ¿Ha recibido información turística de la ciudad de Riobamba?

Tabla N° 12. Información turística recibida

Categoría	Número	Porcentaje
Permanente	1	0,96%
Regularmente	5	4,80%
A veces	30	28,84%
Muy esporádicamente	38	36,53%
Nunca	30	28,84%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: Sobre la información turística recibida, los adultos mayores jubilados han dado las siguientes respuestas el 36,53% dicen que reciben información muy esporádicamente; el 28,84% a veces y nunca respectivamente; 4,80% regularmente y 0,96% permanentemente.

Interpretación: Del análisis realizado sobre el flujo de información turística que reciben los adultos mayores se ha determinado que es esporádica, no se le entregan medios para que se orienten en sus actividades relacionadas al turismo.

Pregunta N° 12 ¿Le han propuesto realizar alguna actividad turística en la ciudad de Riobamba?

Tabla N° 13. Sugerencias propuestas que se les da para la realización de actividades turísticas

Categoría	Número	Porcentaje
Permanente	1	0,96%
Regularmente	5	4,80%
A veces	25	24,03%
Muy esporádicamente	23	22,11%
Nunca	50	48,07%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: Sobre las sugerencias que se les da a los adultos mayores para realizar actividades turísticas, se pudo establecer a través de la encuesta realizada que 48,07% no han recibido sugerencias nunca; 24,03% a veces; 22,11% muy esporádicamente; 4,80% regularmente y 0,96% permanentemente.

Interpretación: De lo observado se puede decir que no existe asesoría turística ni propuestas para el grupo de adultos mayores jubilados del IESS.

Pregunta N° 13 ¿Qué problemas ha visto usted para la realización de actividades turísticas en la ciudad de Riobamba?

Tabla N° 14. Problemas para realizar actividades turísticas

Problemas	Número	Porcentaje
Escasa oferta de actividades	65	40,37%
Transporte	15	9,32%
Falta de guías	29	18,01%
Costos elevados	46	28,57%
Promoción	4	2,48%
Falta de colaboración de gobierno	2	1,24%
Total	161	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: Sobre los problemas encontrados para la realización de actividades turísticas el grupo de adultos mayores jubilados del IESS, han manifestado que la oferta de actividades es escasa 40,37%; los costos son elevados 28,5%; falta de guías turísticos 18,01%; esca-

so transporte 9,32%; no se hace una buena promoción 2,48% y falta de colaboración del gobierno 1,24%.

Interpretación: Como se puede deducir del análisis de esta pregunta el principal problema encontrado en el segmento del adulto mayor para realizar actividades turísticas es la escasa oferta y costos elevados limitan la actividad.

Pregunta N° 14 ¿Hasta cuanto estaría Usted dispuesto a gastar en una actividad turística dentro de la ciudad?

Tabla N° 15. Disponibilidad de gasto

Costos	Número	Porcentaje
Menos de \$10	23	22,11%
De 11\$ a 20\$	49	47,11%
De 21\$ a 30\$	16	15,38%
Más de 31\$	16	15,38%
Total	104	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: la disponibilidad de gasto del segmento del adulto mayor para realizar turismo en la ciudad de Riobamba es mínimo, de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta se tiene que el 47,11% están dispuestos a gastar de 11 a 20 dólares; 22,11% menos de 10 dólares y 15,38% de 21 a 30 dólares y más de 30 dólares en el mismo porcentaje.

Interpretación: La disponibilidad de gasto es un factor determinante al momento de estructurar un producto turístico, por lo que el segmento del adulto mayor no representa un grupo interesante para realizar la actividad; sin embargo, este resultado puede ser producto de la falta de motivación que el segmento tiene.

Pregunta N° 15 ¿Qué sugiere Usted como actividad turística dentro de la ciudad de Riobamba?

Tabla N° 16. Actividades turísticas

Actividades	Número	Porcentaje
Restaurantes	15	7,73%
City tour	100	51,54%
Agroturismo	11	5,67%
Deportes	16	8,24%
Espectáculos	15	7,73%
Ferias artesanales	16	8,25%
No contesta	21	10,82%
Total	194	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: Las actividades propuestas por los adultos mayores para realizar en la ciudad de Riobamba son las siguientes: City Tour en 51,54%, ferias artesanales 8,25%, deportes 8,24%, Salidas a restaurantes 7,73%, agroturismo 5,67%.

Interpretación: De 194 opciones sugeridas por los adultos mayores la mayoría de ellos proponen la realización de City Tour's por la ciudad, otros ítems tiene porcentajes que no superan el 20%, por lo que se establece una variabilidad en la demanda de actividades turísticas.

Pregunta N° 16 ¿Qué sugiere para mejorar la actividad turística?

Tabla N° 17. Sugerencias del Adulto Mayor para mejorar la actividad turística

Sugerencias	Número	Porcentaje
Publicidad	15	39,47%
Transporte	9	23,68%
Rebaja a los adultos	14	36,84%
Total	38	100%

Fuente: Encuestas a personas de la tercera edad

Elaborado por: Liliana Fiallos

Análisis: De la encuesta se han obtenido algunas sugerencias para mejorar la actividad turística provenientes de la percepción de 38 adultos mayores que han respondido a la pregunta; el 39,47% asegura que

debería existir mayor publicidad; el 36,84% debería haber rebajas a los adultos mayores; 23,68% mejorar el transporte.

Interpretación: Estas tres sugerencias orientan de alguna manera las acciones necesarias para llegar al segmento de turistas del adulto mayor, se establece claramente la deficiencia en la promoción turística a pesar de que el grupo analizado es un importante rubro, por otro lado la rebaja de precios, que podría derivarse de la falta de promoción que conlleva la escasa información.

Análisis de las condiciones de servicio turístico orientado al adulto mayor en la ciudad de Riobamba.

Atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba

La ciudad de Riobamba ícono de la nacionalidad ecuatoriana y caracterizada como la ciudad de las primicias guarda un importante legado de patrimonio cultural e histórico, catalogada por más de 150 años como la cuarta ciudad en importancia política y económica a nivel nacional, y punto estratégico para la construcción del ferrocarril de Alfaro, ha ido perdiendo en las últimas tres décadas su relevancia e identidad, en la actualidad la ciudad de Riobamba es el punto de confluencia de la migración rural, generándose polos de desarrollo basados en la cultura e idiosincrasia de las parroquias y cantones de toda la provincia de Chimborazo.

Es así que en la subdivisión parroquial urbana se han establecido migrantes rurales de acuerdo a los puntos de acceso a la ciudad para la parroquia Velasco se encuentran migrantes del cantón Guano, en la parroquia Lizarzaburu, migrantes de los cantones Alausí, Chunchi, Colta y Guamote, en la parroquia Veloz habitantes de las parroquias rurales de Riobamba como Licto, Punín, y el cantón Chambo, en la parroquia Maldonado migrantes del cantón Penipe y sus parroquias, lo que ha posibilitado una multiplicidad de manifestaciones propias de estos lugares en desmedro de las

costumbres y tradiciones del Riobamba de hasta la década del 70.

De acuerdo al inventario turístico de la ciudad de Riobamba, realizado por Castillo Rosales (2012), existen en Riobamba 38 atractivos turísticos de los cuales 14 son capillas, iglesias, y santuarios, 4 edificios patrimoniales, la estación del Ferrocarril, un mercado y una plaza pública, una plaza de toros, siete museos, 8 parques y un paseo ambiental.

Del mismo inventario se ha tomado la categorización y jerarquización de los atractivos turísticos, información necesaria para el diseño del producto turístico para la tercera edad.

Análisis de los factores de viaje del segmento del adulto mayor

Consideraciones de viaje para el adulto mayor

El adulto mayor debe considerar diversos aspectos al realizar un viaje para que resulte una actividad turística adecuada y placentera.

La planificación

Para emprender un viaje la planificación es fundamental y ésta debe hacerse con tiempo, considerando los elementos necesarios para darle seguridad, los adultos mayores deben informarse bien y planear totalmente sus visitas y recorridos para evitar cualquier tipo de inconvenientes, de entre los aspectos más importantes a considerar están:

A. **Medios de transporte.** Resulta importante que los vehículos que vayan a utilizar tengan las facilidades y comodidades necesarias para el traslado de personas adultos mayores. Cualquiera que sea el caso de tipo de viaje, avión o transporte terrestre el adulto mayor deberá estar con antelación para evitar contratiempos.

B. **Duración del viaje.** Si el viaje dura más de dos horas es importante realizar paradas periódicas para que el turista se levante y estire las piernas,

mueva los pies, brazos y cuello, para evitar la aparición de coágulos en las piernas y posibles contracturas musculares.

C. **Alimentación.** Los adultos mayores generalmente siguen dietas equilibradas, compuestas de una serie de alimentos a los que está acostumbrado, el hecho de viajar implica el conocer nueva gastronomía, alimentos más complejos que los acostumbrados, resulta interesante explorar estos aspectos, pero se lo debe hacer con moderación.

D. **Vestimenta.** Por el hecho del desplazamiento se requiere la utilización de prendas amplias y cómodas, y adaptadas a las condiciones de temperatura del lugar, por lo que resulta muy importante informarse de las condiciones climáticas del lugar de destino.

E. **Documentación.** Es importante que el turista adulto mayor tenga su documentación en orden, previo el desplazamiento, cédula de ciudadanía, pasaporte si es necesario, pero fundamentalmente deberá llevar la documentación de salud necesaria para el caso de una emergencia médica, como tipo de sangre, enfermedades de las que adolece, tratamiento, medicamentos, etc.

F. **Medicación.** La mayoría de adultos mayores se medican de manera regular, por lo que se debe procurar llevar los medicamentos necesarios para su tratamiento en las horas o días de viaje. En el caso de no necesitar medicación habitual, es importante llevar un botiquín de emergencia, que será dotado de medicamentos de acuerdo al lugar de visita. Entre los elementos deberá contener gasas, apósitos, antisépticos, pastillas para el mareo, crema dérmica, repelente de insectos, un termómetro, etc.

Es importante que el adulto mayor se realice un chequeo médico previa al viaje para comprobar su condi-

ción de salud, sobre todo si va a estar expuesto a condiciones fuera de lo normal.

Características de los servicios para la atención del segmento del adulto mayor

Principios de realización

El turismo para el adulto mayor presenta características particulares, al respecto Wallingre, (1997) presenta algunos elementos que deben ser considerados para su mejor realización y que se adaptan al contexto del desarrollo de un producto turístico para la ciudad de Riobamba.

- Desea conservar o mantener su vitalidad; busca agrandar su círculo de relaciones y amistades; desea aprovechar el tiempo libre para realizar los sueños de viajes y descubrimientos que la vida de trabajo no le permitió alcanzar.
- El turismo de la tercera edad no debe confundirse con un turismo de reposo por el contrario es un turismo activo, que debe contribuir a la activación de las personas y no al mantenimiento de una pasividad donde las iniciativas correspondan solamente a otros. Sí es importante tener en cuenta que el ritmo de las excursiones no debe ser muy cansador.
- Este turismo activo a diferencia de otros segmentos no tiene como elemento esencial al sol. Lo que domina es la necesidad de novedad, de descubrimiento y de confort.
- Debido a su relativa novedad el turismo de la tercera edad implica angustias, frenos nacidos frente a lo desconocido, lo lejano. La presentación del producto turístico deberá remediar estos contratiempos.
- La tercera edad presenta necesidades muy diversificadas. Personas deseosas de vivir separados de otras generaciones y otros, por el contrario, opuestos a toda segregación. Los organizadores

deberán estar atentos a la existencia de estas tendencias diversas y a las necesidades particulares que de ellas derivan.

- Insertar al turismo de la tercera edad en la vida habitual del destino turístico y de sus habitantes y de permitir por este medio a cada uno, redescubrir la verdad de la felicidad cotidiana.
- Menos aún que cualquier otro, el turismo de la tercera edad no puede ser abandonado a la única concepción de los comerciantes del ocio. Es a los poderes públicos a quien compete en primer lugar apreciar las necesidades específicas y darles cabida.

Condiciones técnicas para la actividad turística del adulto mayor

Con respecto a las condiciones técnicas necesarias para un buen desarrollo de la actividad turística para el turismo para el adulto mayor el Buró Internacional de Turismo Social (BITS, 2014) propone los siguientes lineamientos:

- Evitar la concentración de personas mayores entre ellas; tratar de integrar a las diferentes edades de la tercera edad.
- Tener en cuenta el número dominante del sexo femenino.
- Cuidar que el personal sea suficiente en número. Seleccionarlo en la medida de lo posible, en el sitio de destino para facilitar la comunicación con el lugar elegido.
- Interiorizarse de que el mismo ha sido formado (incluyendo períodos de prácticas), en los distintos tipos de tareas y de intervenciones.
- Interiorizarse de la calidad humana del personal seleccionado.
- Es necesario que el personal en contacto con personas mayores sea discreto, tenga una presencia que inspire seguridad, viva con ellas y no aparta-

do de ellas, con capacidad para compartir y que esté siempre disponible. Deberá tenerles confianza, saber escucharlos, ayudarlos a redescubrir sus posibilidades.

- Acordar una libertad total en una infraestructura discreta de seguridad.
- Preparar más que animar, animar más que guiar.
- Pugnar contra el aislamiento, favoreciendo la creación de pequeños grupos.
- Organizar reuniones en donde se pueda preguntar y resolver dudas y problemas.
- No desestimar la participación eventual de los turistas de la tercera edad en la animación, sin abusar. Esto favorecerá el equilibrio del grupo.
- Tener en cuenta los ritmos distintos que imponen los niveles diferentes de edad y vitalidad. Evitar el stress debido a una sobre activación de funciones.
- Apoyarse tanto en la canción, la poesía y la música como en la actividad física. En otros términos basar la animación en los actuales conocimientos de la gerontología.
- Servir alimentos adaptados y variados al igual que las bebidas.
- Observar el confort del alojamiento: habitaciones individuales o dobles, con lavabo, bidé y sistemas de comunicación.
- Disponer de instalaciones especiales para minusválidos, debido a que se encuentran en mayor número en esta etapa de la vida.
- Prever una guardia para la noche y asegurarse la concurrencia de un médico y enfermera capacitada.
- Garantizar el precio “todo incluido” teniendo en cuenta el carácter preciso y limitado de la renta de que dispone la tercera edad.
- Los empresarios de hotelería y de los transportes

deberán garantizar tarifas reducidas, capaces de atraer a este tipo de clientes a aplicar tarifas promocionales fuera de temporada.

- Para el acceso al patrimonio histórico cultural como también natural, el Estado (Nacional, Provincial, Municipal, según corresponda) deberá asegurar el acceso gratuito a las personas mayores como también a las bibliotecas y museos.

Planes y programas para favorecer la integración del adulto mayor al turismo

El turismo en el país, comienza su desarrollo real a partir del año 2007 cuando el gobierno nacional pone en marcha el Plandetur 2020 (MINTUR, 2007), que marca las políticas para la implementación del Plan de desarrollo turístico para el Ecuador el que se establece el camino a seguir hasta el año 2020, junto a ello el Plan Integral de Marketing Turístico, (MINTUR, 2009) generando una nueva imagen del Ecuador en el exterior y permitiendo que se convierta en uno de los destinos turísticos de Latinoamérica con mayores posibilidades para el turismo en el mundo, este proceso se integra al desarrollo del turismo interno haciendo que los turistas locales viajen más dentro del territorio nacional.

En este contexto una de las políticas turísticas prioritarias del Estado es el desarrollo del turismo social orientado al Sumak Kawsay que se objetiviza en el Plan Nacional del Buen Vivir (SENPLADES, 2013), para ello se crea el programa “Viaje Fácil”, que se promociona intensivamente pero que no tuvo la acogida esperada, diario Digital “Hoy” del 13 de enero de 2010 dice lo siguiente:

“Aunque hasta la fecha casi no ha sido utilizada, esta iniciativa se inició los primeros días de diciembre del año pasado con la intención de permitir al segmento de la población conformado por adultos mayores de 65 años, actividades de recreación con facilidades económicas.

Ingresando a la página web www.ecuador.travel, el futuro viajero puede conocer las ofertas que brinda el programa Viaja Fácil, impulsado por el Ministerio de Turismo conjuntamente con una gran cantidad de operadores y prestadores de servicios turísticos del Ecuador. Una vez que el usuario accede al sitio web y escoge su destino, el siguiente paso es llamar a la empresa o institución para definir detalles como la forma de pago o la fecha de viaje. Pero, además, las personas que decidan planificar su viaje a través de este sistema tendrán el beneficio de un descuento, que va desde un 30% y —dependiendo del destino, la empresa, y la temporada del año— puede llegar a un 70%. (Diario Digital “HOY”, 2010)

El problema fundamental de esta propuesta que, por supuesto sigue en vigencia, es la dificultad que los adultos mayores tienen para ingresar en los sistemas informáticos, lo que provocó que muy pocos de ellos se interesaran en la propuesta, para el 2014 el link de Ecuador Travel.com ya no está disponible pero la política promocional de Viaje Fácil sigue en vigencia.

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social conjuntamente con el Ministerio de Turismo firman un convenio de turismo para el adulto mayor el 30 de abril del 2013, que tiene por objeto fomentar el turismo nacional facilitando su acceso, además automatizar e integrar la gestión de programas vacacionales para los afiliados, jubilados y pensionistas del IESS. Esto con la finalidad de promover y fomentar programas que aseguren una adecuada calidad de vida para los ciudadanos y ciudadanas.

Estas acciones son algunos de los aspectos importantes que a través desde la perspectiva del turista, los servicios turísticos y las políticas de Estado condicionan los factores de viaje del adulto mayor y permiten generar posibles alternativas para el diseño del producto turístico Riobamba.

Comprobación de la hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se han utilizado tres elementos esenciales en el análisis de las tendencias turísticas del adulto mayor jubilado del IESS de la ciudad de Riobamba, el primero ha sido la determinación de un perfil de turista de los cuales los principales hallazgos relacionados a las tendencias son que el 50,96% realizan actividades turísticas y el 25,96% casi siempre, esto significa que el mercado potencial del segmento es de 76,92%. Las actividades que generalmente realizan son caminatas guiadas, visitas a museos o espectáculos, paseos en vehículos y actividades deportivas, las que se encasillan en las sugeridas para el segmento del adulto mayor, por otro lado la disponibilidad de gasto medio esta entre los \$11 y \$20 dólares, que son montos accesibles para realizar actividades de un día y dentro de la ciudad de Riobamba, como sugerencia los encuestados proponen una gran variedad de actividades; sin embargo, la de mayor porcentaje orienta a la realización de city tours.

El segundo argumento investigado como tendencia han sido las condiciones de servicios turísticos orientadas al adulto mayor, determinándose que en la ciudad de Riobamba existen 38 atractivos turísticos, la caracterización de los atractivos turísticos ha dado como resultado 7 atractivos con un puntaje superior a 80 puntos, 26 con puntajes de 70 a 79 puntos y cinco atractivos con puntajes entre 60 y 69 puntos, en cuanto a jerarquización 26 de ellos se encuentran en jerarquía III y 12 en jerarquía IV, siendo estos excelentes resultados para considerarlos dentro de la estructura de un producto turístico orientado al segmento del adulto mayor.

El tercer elemento analizado ha sido la oferta de servicios teniendo como resultado, de acuerdo al catastro del ministerio de turismo, que existen en la ciudad de Riobamba 458 servicios de los cuales 23,14% son de alojamiento, 67,90% de restauración y 8,95% de dis-

tracción, considerando esto una excelente planta turística, el argumento en contra es que ninguno de ellos mantiene en su oferta condiciones especiales de servicio para el adulto mayor; sin embargo, se habla de actividades turísticas dentro de la ciudad de residencia de los turistas y de actividades programadas para un solo día, lo que disminuye el problema considerablemente. Con los argumentos expuestos, se puede decir que la hipótesis de que las tendencias del turismo del adulto mayor, permiten el diseño y estructuración de productos turísticos en la ciudad de Riobamba es aceptada.

Conclusiones

Del estudio realizado se han podido establecer las siguientes conclusiones:

- En el Ecuador se han implementado políticas de ayuda y subsidios para la realización de actividades turísticas para los grupos vulnerables incluidos los adultos mayores, en el marco del Plan del Buen Vivir que son escasamente utilizadas por el segmento en su beneficio.
- Las actividades generadas en los productos turísticos orientados al segmento del adulto mayor cada vez se diversifican más, la oferta turística se va especializando en la atención a este grupo.
- La ciudad de Riobamba cuenta con atractivos turísticos y una planta turística muy interesantes como para estructurar un producto turístico de calidad orientado al segmento del adulto mayor. Sin embargo, no existe una adecuada regulación de la actividad por lo que se carece de paquetes turísticos que respondan a las tendencias específicas del segmento.
- Las actividades turísticas dirigidas al adulto mayor tienen como base estratégica la recreación del adulto mayor en los ambientes tradicionales de la ciudad a través de actividades lúdicas, la propuesta de un modelo de gestión turística in-

clusiva para el adulto mayor y la generación de un sentimiento de pertenencia para este segmento de la población.

Recomendaciones

En base a las conclusiones obtenidas de la investigación se plantean las siguientes recomendaciones:

- La política de Estado de ayuda, subsidios y promociones para el adulto mayor deben ser aprovechados de forma eficiente a través de la orientación adecuada de las instituciones que los fomentan, de las operadoras y servidores turísticos que se pueden beneficiar de estas ventajas.
- El diseño y la estructuración de un producto turístico dirigido a la demanda de los adultos mayores, debe especializarse y diversificarse de acuerdo a sus requerimientos.
- Los programas dirigidos al adulto mayor, deben poner énfasis en la posibilidad de promover actividades turísticas mejorando la promoción y desarrollando políticas locales para objetivizar la actividad. Tanto la infraestructura y los atractivos de la ciudad de Riobamba deben ser potencializados para promover la actividad en el segmento del adulto mayor, deben contar con un adecuado sistema de regulación de la actividad que posibilite de forma eficiente la inserción de este sector.
- Lograr un servicio de calidad para el segmento del adulto mayor significa una adecuada infraestructura y un buen ingreso a los atractivos, por lo que se recomienda realizar adecuaciones en la infraestructura de servicios y los ingresos a los atractivos para dar facilidades al segmento de la tercera edad. Se recomienda que los gobiernos locales establezcan políticas turísticas adecuadas que integren desarrollo de actividades, seguridad al turista y generación de empleo.

Referencias

- Altes, C. (1993). *Marketing y Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Bertoni, M. (2005). Recursos naturales en nodos turísticos. *Aportes y transferencias*, 95-111.
- Cantú Hidalgo, H. (2002). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. México: McGraw-Hill.
- Castillo Rosales, Á. R. (2012). *Análisis de la situación Turística en la ciudad de Riobamba y sus perspectivas de desarrollo, caso Departamento de Turismo del Ilustre Municipio de Riobamba*. Riobamba: ESPOCH.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1997). *Turismo, Principios y práctica*.
- Del Alcazar, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: Esic.
- Diario Digital "HOY". (13 de Enero de 2010). Nuevo Plan Turístico para la Tercera Edad. *Diario Digital "HOY"*.
- Fernández Ávila, V. R. (2006). *Diseño de un producto Turístico: un enfoque y una propuesta metodológica*.
- Gilbert, D. C. (1989). Plan estratégico de marketing para el turismo en España. *Estudios Turísticos*, 83-100.
- Gurria Di Bellas, M. (2013). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
- Help Age International. (2013). *Índice Global de envejecimiento 2013*. Nueva York: Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA).
- INEC. (2011). *En el Ecuador hay 1'229.089 adultos mayores, 28% se siente desamparado*. Quito.
- Kotler, P. (1993). *Principios de Marketing*. Prentice Hall.
- Mc Nelly, J. (1995). *Directrices: Ordenación de los parques Nacionales y otras zonas protegidas para el turismo*. OMT.
- Middleton, V. T., & Clarke, J. (2002). *Marketing de Turismo: teoría y práctica*. Elsevier.
- MINTUR. (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico*. Quito: Ministerio de Turismo.
- MINTUR. (2007). *Plandetur 2020*. Quito: SENPLADES.
- MINTUR. (2014). *Principales indicadores de Turismo en el Ecuador*. Quito: MINTUR.
- Münch Galindo, L. (2008). *Planeación Estratégica: el rumbo hacia el éxito*. México: Trillas.
- Muñoz Agular, D. (2001). *La Política del Turismo Social en España*. Andalucía: Consejería de Turismo y Deporte.
- Nicolau, J. L. (2003). *El Precio de los productos Turísticos*.
- Nielsen Nielsen, K. M. (2011). *El Turismo de la tercera edad en los destinos turísticos consolidados: el Caso de la Costa del Sol*. Barcelona.
- Ortiz Erazo, M. (2011). *Propuesta para la eliminación de barreras arquitectónicas para el mejoramiento del turismo accesible en el centro histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Riobamba: ESPOCH.
- Perelló, J. L. (2002). *Desarrollo de Promoción y Productos turísticos*. La Habana: Centro de estudios turísticos - Universidad de la Habana.
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del Turismo sostenible: como conseguir un turismo social, económico y ambiental*.

mente responsable. Mundi Prensa.

Rivadeneira Ocaña, C. M. (2011). *Manual de Procedimientos para la accesibilidad de turistas con capacidades especiales en hosterías de la ciudad de Riobamba*. Riobamba: UNACH.

Rodríguez Estrada, C., & Antúnez Sánchez, A. F. (2014). *El Turismo de Naturaleza su impacto ambiental*. La Habana.

San Martín, J. (2011). *Relaciones interculturales en el contexto Turístico*. Málaga: Universidad de Málaga.

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito: SENPLADES.

Stanton, W. J. (2009). *Fundamentos de Marketing Turístico*. Madrid: McGraw-Hill Ediciones.

Stanton, W., Etzel, M., Walker, B. J., Martínez, J., Nicolesco, J., & Garza, A. (s.f.).

Turespaña. (2014). *Plan de Turismo de compras 2015*. Madrid: Turespaña.

Valls, J. F., Guzmán, F., & Vila, M. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenible*. Barcelona: Gestión 2000.

Villalobos Céspedes, D., Galdeano Gómez E, & Tolón Becerra, A. (2009). Demanda Turística Internacional por el turismo de naturaleza en Costa Rica: Indicadores socio demográficos. *Revista de Ciencias Económicas*, 27.

Wallingre, N. (1997). El Turismo social, una alternativa para la realización de la tercera edad. *Enfoques del turismo y sus modalidades*, 1-9.

Zimmer, P., & Grassmann, S. (1997). *Evaluar el potencia turístico de un territorio*. LEADER AEIDL.

Linkfografía

BITS. (2014). *Buro Internacional de Turismo Social en las Américas*. Recuperado el 2014 de septiembre de 2014, de <https://bitsamericas.wordpress.com/about/le-bits/>

BITS. (2014). *Buro Internacional del turismo Social*. Recuperado el septiembre 24 de 2014, de <https://bitsamericas.wordpress.com/about/le-bits/>

Calderón Rivera, S. R. (8 de mayo de 2009). *Estudios de Turismo*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2014, de Conceptos de patrimonio, atractivo turístico y recurso turístico. <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. (2014). *Turismo Cultural*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de <http://www.cultura.gob.cl/patrimonio/turismo-cultural/Deficiciones.com>

Deficiciones.com. (2014). *Deficiciones.com*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de Relajación: <http://definicion.de/relajacion/>

Foj Candel, F. (2014). *Boletín turístico.com*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de Diccionario de términos turísticos: <http://boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/T/TURISMO-DE-LA-TERCERA-EDAD-719/>

García Jiménez, E. (4 de noviembre de 2014). *EF El Financiero*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de Turismo de bienestar abre nuevos nichos: http://www.elfinanciero.com/negocios/turismo-bienestar-nuevos_nichos_0_183581650.html

Gómez Cerda, J. (2013). *Turismo social*. Recuperado el 23 de mayo de 2014, de <http://www.acmoti.com/TURISMO%20SOCIAL.%20Jose%20Gomez%20Cerde.htm>

International y Global Spa & Wellness . (2014). *Global Spa y Wellness*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de <http://www.globalspaandwellnesssummit.org/>

Koening, E. (2014). *eHow*. Recuperado el 22 de septiembre de 2014, de La Promoción Turística: http://www.ehowenespanol.com/definicion-promocion-turistica-sobre_88156/

López Sobejano, J., & Benidorm, J. (2004). *Benidorm, presente y futuroi de un producto turístico*. Recuperado el 16 de septiembre de 2014, de <http://www.eumed.net/ce>

Lantigua Hernández, J., Sánchez Cano, D., & Velozo Morales, Y. (Abril de 2009). *Actividades físicas recreativas para clientes de la tercera edad en instalaciones hoteleras*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de <http://www.efdeportes.com/efd131/actividades-fisicas-recreativas-tercera-edad-en-instalaciones-hoteleras.htm>

MINTUR. (2006). *Sistema Integrado de Información Turística*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de Módulo de inventario de atractivos turísticos: <http://mintur.turismo.gob.ec/>

OMT. (2014). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el Marzo de 2014, de Entender el turismo: Glosario Básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Quiles, C. (22 de abril de 2013). *El Viajero por el Mundo*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de <http://elviajeroentrelasnubes.blogspot.com/2013/04/turismo-new-age-espiritualidad.html>

Rodríguez Pulgarín, E. (2014). *Revista Vinculado*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de Clases de turismo: http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html

SECTUR. (2014). *SECTUR*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de <http://www.sectur.gob.mx/>

Sport turism. (2014). *Turismo Deportivo*. Recuperado el 12 de septiembre de 2014, de <http://turismodeportivo.info/>

Tipos de... (2014). *Tipos de Recreación*. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de <http://www.tiposde.org/cotidianos/574-tipos-de-recreacion/>

Todacultura.com. (2013). *Rutas Turísticas de ...* Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de Concepto de turismo: <http://todacultura.com/turismo/index.htm>