



“Turismo Senior como aporte a la diversificación turística en zonas rurales, caso de estudio: Comunidad de Zuleta”

Aguilar Pastillo, Alexandra Elizabeth y Muñoz Iza, Gabriela Elizabeth

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio.

Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística y Hotelera.

Msc. Yacelga Cusín, Julio César

17 de julio de 2020



Document Information

Analyzed document	T- ESPE-AGUILAR-MUÑOZ2020 (1).docx (D75697793)
Submitted	6/27/2020 2:34:00 AM
Submitted by	
Submitter email	mgutierrez@difusion.com.mx
Similarity	1%
Analysis address	mgutierrez1.GDC@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	Grupo Difusión Científica / tesis final Toapanta-Robles.docx Document tesis final Toapanta-Robles.docx (D62425440) Submitted by: jbolanos@difusion.com.mx Receiver: jbolanos.GDC@analysis.arkund.com		1
W	URL: https://docplayer.es/35457921-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-ciencias-... Fetched: 11/12/2019 5:44:14 PM		1
W	URL: https://docplayer.es/86085850-Universidad-regional-autonoma-de-los-andes-uniandes-... Fetched: 6/27/2020 2:37:00 AM		1
W	URL: https://docplayer.es/98141876-Universidad-tecnica-del-norte-facultad-de-ciencias-a-... Fetched: 1/31/2020 2:10:57 AM		1
SA	TT - GONZALEZ Y OLEAS.docx Document TT - GÓNZALEZ Y OLEAS.docx (D47581497)		2
W	URL: https://docplayer.es/169761237-Universidad-tecnica-del-norte-facultad-de-ciencias-... Fetched: 4/26/2020 7:58:13 PM		1
SA	ANA MOROCHO.pdf Document ANA MOROCHO.pdf (D35788625)		1
SA	TESIS turismo revisión antiplagio.docx Document TESIS turismo revisión antiplagio.docx (D61374651)		1

Prof. J. Yacelga C.
1001454030



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "**Turismo Senior como aporte a la diversificación turística en zonas rurales, caso de estudio: Comunidad de Zuleta**" fue realizado por las Srtas. estudiantes **Aguilar Pastillo, Alexandra Elizabeth y Muñoz Iza, Gabriela Elizabeth** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por herramientas de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que los sustente públicamente.

Sangolqui. 17 de julio del 2020



**JULIO CESAR
YACELGA**

Ing. Yacelga Cusín, Julio César.

C.C: 1001454030



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO.**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA**

Nosotras, **Aguilar Pastillo, Alexandra Elizabeth & Muñoz Iza, Gabriela Elizabeth**, con cédulas de ciudadanía N° 1722958715 & 1723157572 declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación "**Turismo Senior como aporte a la diversificación turística en zonas rurales, caso de estudio: Comunidad de Zuleta**" es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 17 de julio del 2020

Firmas

Aguilar Pastillo Alexandra Elizabeth

C.C: 1722958715

Muñoz Iza Gabriela Elizabeth

C.C: 1723157572



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO.**

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotras **Aguilar Pastillo, Alexandra Elizabeth & Muñoz Iza, Gabriela Elizabeth** con cédulas de ciudadanía N° **1722958715 & 1723157572**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación "**Turismo Senior como aporte a la diversificación turística en zonas rurales, caso de estudio: Comunidad de Zuleta**" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 17 de julio del 2020

Firmas

Aguilar Pastillo Alexandra Elizabeth

C.C: 1722958715

Muñoz Iza Gabriela Elizabeth

C.C: 1723157572

Dedicatoria

“Para todos, con muchos besos de Akira”

Aquella frase que resuena en mi cabeza desde que llegó a mis manos en forma de cuento tiene varias facetas, entre ellas el amor, la soledad, la unión, el olvido y el dolor, todos causados por la guerra y como una familia lo enfrenta de forma positiva al convivir en una casa a las afueras de Japón.

Este cuento siempre me demostró que todavía no conozco a quienes tengo a mi lado, ni siquiera a mi propia familia, pero si a quién decidió enfrentarse conmigo, este es el momento para utilizar esta frase y modificarla a mi manera.

“Para todos, con muchos besos de Alexandra”

Alexandra Elizabeth Aguilar Pastillo.

Dedicatoria

A mi familia, que siempre han creído en mí en lo que soy capaz de lograr con mi esfuerzo y dedicación, por ser quienes me devuelven el aliento para continuar y nunca renunciar a pesar de las pruebas tan difíciles de la vida, pero que gracias a ello he aprendido a valor cada instante, persona y situación.

A mis queridos abuelos, que en ellos veo inspiración, gratitud, respeto y admiración ya que con todo amor me han acompañado en cada etapa de mi vida.

Gabriela Elizabeth Muñoz Iza

Agradecimientos

En este vasto mundo que nos falta por recorrer encontramos a todo tipo de personas que con sus grandes talentos y habilidades pueden crear experiencias e historias que nos llenen el corazón y el alma.

Si siento que he fallado, ahí están para reconfortarme mi madre, mi padre y mi hermano.

Si he caído, ahí están mis amigos y amigas para levantarme y caminar junto a ellos.

Si me invade el sentimiento y la nostalgia, ahí está Gabriela y Josué, ellos que con sus consejos ha sido más que mis compañeros, me ha demostrado el verdadero significado de **AMISTAD y LEALTAD**.

A mis maestros y a nuestro tutor, ing. Julio Yacelga, por todos esos momentos en donde me demostraron que mi carrera es igual de importante pero que nosotros somos los que creamos una oportunidad para la sociedad de sentirse libre.

Gracias a todos ustedes.

Alexandra Elizabeth Aguilar Pastillo

Agradecimientos

A mi familia, por ser mi mayor fuente de inspiración y apoyo en este proceso de crecimiento tanto humano como intelectual, por ser quienes dan sentido a mi vida y lo máspreciado que tengo en ella.

A mis queridos abuelos, que de alguna u otra forma han sido como mis segundos padres y agradezco el haber tenido el privilegio de guardar en mi memoria el compartir con ellos momentos únicos y llenos de gran significado.

A mis tutores y maestros, porque gracias a su conocimiento y experiencia han sido una guía en mi proceso de crecimiento profesional y personal.

Gabriela Elizabeth Muñoz Iza

Índice de contenido

Urkund	2
Certificación	3
Responsabilidad de Autoría	4
Autorización de Publicación	5
Dedicatoria	6
Dedicatoria	7
Agradecimientos	8
Agradecimientos	9
Índice de tablas	18
Índice de figuras	20
Resumen	23
Abstract	24
Key words	24
Planteamiento del Problema de Investigación	25
Justificación	28
Objetivos	29
<i>Objetivo General</i>	29
<i>Objetivos Específicos</i>	29
Capítulo I	30
Fundamentación Teórica	30

Marco Teórico	30
Teoría de la Motivación Turística	30
<i>Motivos y Motivaciones, ¿Son iguales o diferentes?</i>	31
<i>Las necesidades y motivaciones dentro del turismo</i>	33
<i>El cuerpo, las emociones y el “Yo”</i>	39
<i>Modelo Motivacional de Crompton.</i>	43
<i>Adaptación del Modelo de Crompton.</i>	47
<i>Turismo Senior, la última etapa para viajar.</i>	49
Marco Referencial	50
Marco Conceptual	54
<i>Turismo.</i>	54
<i>Turismo Senior.</i>	54
<i>Espacio Turístico.</i>	55
<i>Destino Turístico.</i>	55
<i>Turismo Alternativo.</i>	56
<i>Turismo Comunitario.</i>	56
<i>Turismo Social.</i>	56
<i>Oferta Turística.</i>	57
<i>Demanda Turística.</i>	57
<i>Motivación.</i>	58
<i>Búsqueda.</i>	58
<i>Escape.</i>	59
<i>Deseo.</i>	59
<i>Vías Verdes.</i>	60

Capítulo II	61
Diseño Metodológico	61
Enfoques de Investigación	61
Enfoque Cualitativo	61
Enfoque Cuantitativo	61
Tipología de Investigación	62
Por su finalidad: Aplicada	62
Por las fuentes de información: Mixto	62
Por unidad de análisis: In situ	63
Por el control de variable: No experimental	63
Por el alcance: Descriptivo	64
Idea a Defender	64
Procedimiento para la Recolección y Análisis de Datos.	64
Técnicas de Investigación	65
Técnica Documental	65
Técnica de Campo	66
Cobertura de las Unidades de Análisis	66
Población	66
Muestra para la aplicación de instrumentos	66
Instrumentos de Recolección de Información	68
Observación	68
Entrevista	68
Censo	69
Encuesta	70

Capítulo III _____	71
Diagnóstico Situacional de la Comunidad de Zuleta _____	71
Zuleta, un rincón que perdura en el tiempo. _____	71
Macro Localización _____	71
Provincia de Imbabura _____	71
Cantón Ibarra _____	71
Parroquia de Angochahua _____	71
Comunidad de Zuleta _____	72
Historia _____	73
Datos Generales _____	78
Ubicación geográfica _____	78
Como llegar a la comunidad de Zuleta _____	79
Localización política _____	80
Limites _____	80
Superficie _____	80
Clima _____	80
Idioma _____	80
Diagnóstico económico _____	81
Diagnóstico social _____	82
Diagnóstico tecnológico _____	82
Atractivos turísticos _____	82
Casa Museo _____	83
Bosque Protector Zuleta _____	83

<i>Las Tolas de Zuleta y la Hacienda.</i>	84
Fiestas y Rituales	85
<i>La fiesta de San Juan Bautista e Inti Raymi.</i>	85
<i>Las loas</i>	87
<i>El matrimonio</i>	89
Capítulo IV	90
Análisis de Mercado	90
Presentación	90
Análisis del Sistema Turístico Según Boullón	91
Demanda Turística	95
<i>Historial de visitas a la provincia de Imbabura y cantón Ibarra.</i>	96
<i>Historial de turistas que visitan la comunidad de Zuleta</i>	98
<i>Pronóstico futuro de llegadas de visitantes</i>	
<i>Senior a la zona de estudio</i>	99
Oferta Turística	101
Planta Turística	101
Alojamiento	101
<i>Hospedaje Carmita</i>	104
<i>Hacienda Zuleta</i>	105
<i>Cabañas del Molino</i>	106
<i>Hospedaje Mushuk-Kawsay</i>	106
<i>La Merced Baja</i>	107
<i>La Magdalena</i>	108

Restauración _____	109
Casa Bella Zuleta _____	111
El Chaparral de Zuleta _____	112
Sumag Mikuna _____	113
La Estancia de Antonio _____	115
La Choza de Mama Sofia _____	116
Infraestructura _____	117
Trasporte _____	117
Comunicación _____	118
Seguridad _____	119
Servicios básicos _____	119
Educación y salud _____	120
Análisis de las Entrevistas Realizadas. _____	120
Análisis de la entrevista realizada a la presidenta	
de la comunidad Zuleta _____	120
Análisis de la entrevista realizada a la administradora	
de la Hacienda Zuleta _____	122
Análisis de la entrevista realizada al representante	
de la agencia de viajes Pachakilla Tours _____	122
Análisis de los Resultados de la Encuesta. _____	123
Encuesta dirigida a los turistas senior dentro de la localidad _____	123
Información General _____	124
Evaluación del perfil del Turista Senior _____	130
Evaluación de las motivaciones del Turista Senior _____	140

Capítulo V	145
Propuestas Estratégicas de Desarrollo Local	145
Introducción.	145
Misión de la propuesta.	146
Visión de la propuesta.	146
Análisis de Involucrados.	146
Análisis FODA de la comunidad de Zuleta.	155
Analisis de Objetivos	156
Objetivos	156
Propuesta de Proyectos Turísticos en Base a la Promoción.	156
Propuesta 1. Guía Virtual.	156
Aplicación móvil, “Turismo Senior Zuleta”	157
Ruta turística “Zuleta Senior”	160
Propuesta 2. Promoción Turística de Zuleta	170
Representación gráfica de la marca	170
Plan de medios de comunicación e información	172
Estrategias de comunicación e información	174
Tarjeta Experiencial.	177
Propuestas de Proyectos Turísticos en Base a la Infraestructura.	178
Propuesta 3. Oficina de Información Turística	178
Información turística	179
Servicio de información turística	179
Ubicación	179

Planos	181
Propuesta 4. Implementación de Señalización Turística.	185
<i>Hacienda Zuleta</i>	185
<i>Dentro de lugares de interés, rutas y senderos</i>	186
<i>Casa Comunal o Centro de Zuleta</i>	187
<i>Rutas y senderos</i>	189
<i>Prototipo de señalización turística a implementarse dentro de la comunidad Zuleta</i>	193
Capítulo VI	194
Conclusiones y Recomendaciones	194
<i>Conclusiones.</i>	194
<i>Recomendaciones.</i>	196
Referencias Bibliográficas	199
ANEXOS	207

Índice de tablas

Tabla 1 Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979) _____	43
Tabla 2 Porcentaje de turistas que visitan Ibarra según su origen. _____	97
Tabla 3 Porcentaje de llegadas a Zuleta _____	98
Tabla 4 Inventario de establecimientos de alojamiento. _____	102
Tabla 5 Inventario de establecimientos de alimentos y bebidas. _____	110
Tabla 6 Edad _____	124
Tabla 7 Género _____	125
Tabla 8 Lugar de procedencia _____	126
Tabla 9 Ciudad de donde proviene. _____	127
Tabla 10 Nivel de Instrucción _____	129
Tabla 11 Frecuencia de viaje _____	130
Tabla 12 Tiempo de estadía _____	132
Tabla 13 Tipo de alojamiento _____	133
Tabla 14 Viaje solo u acompañado _____	134
Tabla 15 Situación laboral _____	135
Tabla 16 Tipo de viaje _____	137
Tabla 17 Ingresos anuales _____	138
Tabla 18 Gasto promedio diario durante el viaje _____	139
Tabla 19 Motivaciones de viaje _____	140
Tabla 20 Actividades que prefiere realizar en el destino _____	141
Tabla 21 Motivaciones turísticas de Crompton _____	143
Tabla 22 Análisis de involucrados _____	147
Tabla 23 Matriz FODA, Comunidad Zuleta _____	155
Tabla 24 Itinerario de viaje _____	163
Tabla 25 Inventario de atractivos Zuleta _____	168

Tabla 26 Presupuesto del viaje _____	169
Tabla 27 Desarrollo de actividades, plan de comunicación _____	175
Tabla 28 Procesos de atención al cliente. _____	180
Tabla 29 Presupuesto de implementación de una oficina turística en Zuleta. _____	183
Tabla 30 Designación de responsables _____	184

Índice de figuras

Figura 1 Árbol de problemas _____	27
Figura 2 Tipos de motivación según el estudio de las motivaciones de Maslow _____	33
Figura 3 Pirámide de las necesidades según Maslow _____	35
Figura 4 Pirámide de las motivaciones según Pearce _____	36
Figura 5 Modelo de las motivaciones turísticas de Crompton _____	47
Figura 6 Clasificación del turista senior _____	52
Figura 7 Pirámide central y tolas, Hacienda Zuleta _____	74
Figura 8 Cruz en la plaza central de la Hacienda Zuleta _____	75
Figura 9 Familia Plaza-Pallares _____	76
Figura 10 Mapa de la comunidad Zuleta _____	78
Figura 11 ¿Cómo llegar a la feria de bordados en Zuleta? _____	79
Figura 12 Ubicación bosque protector de Zuleta _____	84
Figura 13 Fiesta de San Juan, junio 2019 _____	86
Figura 14 Castillo en la Hacienda Zuleta _____	87
Figura 15 Joven loador en la Hacienda Zuleta _____	88
Figura 16 Funcionamiento del sistema turístico según Boullón. _____	93
Figura 17 Hospedaje Carmita _____	104
Figura 18 Comedor Hacienda Zuleta _____	105
Figura 19 Cabañas del molino _____	106
Figura 20 Hospedaje Mushuk-Kawsay _____	107
Figura 21 Hacienda La Merced Baja _____	108
Figura 22 Plaza Hacienda la Magdalena _____	109
Figura 23 Casa Bella Zuleta-restaurant y eventos _____	112
Figura 24 El Chaparra Zuleta, grill _____	113

Figura 25 Sumag Mikuna Restaurante _____	114
Figura 26 La estancia de Antonio _____	115
Figura 27 La choza de mamá Sofia restaurante _____	117
Figura 28 Vía alterna Cayambe-Zuleta _____	118
Figura 29 Edad _____	124
Figura 30 Género _____	125
Figura 31 Lugar de procedencia _____	126
Figura 32 Ciudad de donde proviene _____	128
Figura 33 Nivel de instrucción _____	129
Figura 34 Frecuencia de viaje _____	131
Figura 35 Tiempo de estadía _____	132
Figura 36 Tipo de alojamiento _____	133
Figura 37 Viaja solo u acompañado _____	134
Figura 38 Situación laboral _____	136
Figura 39 Tipo de viaje _____	137
Figura 40 Ingresos anuales _____	138
Figura 41 Gasto promedio durante el viaje _____	139
Figura 42 Motivaciones de viaje _____	141
Figura 43 Actividades que prefiere realizar en el destino _____	142
Figura 44 Motivaciones turísticas de Crompton _____	144
Figura 45 Pantalla principal de la aplicación, Turismo senior Zuleta _____	157
Figura 46 Menú de despliegue, Turismo Senior Zuleta _____	158
Figura 47 Portal de noticias _____	159
Figura 48 Visualización en Tablet _____	160
Figura 49 Punto de partida desde Quito a Zuleta. _____	166

Figura 50 Mapa turístico de ,Zuleta_____	167
Figura 51 Isotipo Turismo Senior para la comunidad Zuleta _____	171
Figura 52 Página de Instagram, Turismo Senior Zuleta _____	173
Figura 53 Página de Facebook, Turismo Senior Zuleta _____	173
Figura 54 Plan de promoción turística_____	174
Figura 55 Tarjeta experiencial bordada a mano _____	177
Figura 56 Plano de oficina, información turística Zuleta _____	182
Figura 57 Plano gráfico, oficina de información turística Zuleta _____	182
Figura 58 Señalización-Hacienda Zuleta _____	186
Figura 59 Pictografía turística, Hacienda Zuleta _____	187
Figura 60 Letrero de bienvenida y sitios, Casa Comunal. Comunidad Zuleta _____	188
Figura 61 Señalización a los alrededores de la casa comunal, Comunidad Zuleta_____	189
Figura 62 Señalización de inicio a senderos y rutas, Comunidad Zuleta _____	190
Figura 63 Señalización para el inicio de senderos y rutas. _____	190
Figura 64 Señalización-mirador Gallo Fiti. _____	191
Figura 65 Ruta "Páramo y diversidad", Comunidad Zuleta_____	191
Figura 66 Prototipo de señalización para senderos _____	193
Figura 67 Prototipo de señalización para punto central _____	193

Resumen

El turismo senior es considerado un segmento nuevo y emergente, debido al aumento en cuanto a viajes por parte de las personas de tercera edad, lo que quiere este grupo es ser incluido y tomado en cuenta. El presente trabajo de investigación tiene por objetivo reflejar la importa del desarrollo local a través del turismo senior como aporte a la diversificación turística de Zuleta. Partiendo desde la fundamentación teórica, la investigación es sustentada a través de la revisión bibliográfica de varios autores en base al perfil turístico y motivacional que se han referido en cuanto al tema sobre turismo senior. Por consiguiente, se lleva a cabo un análisis metodológico de tipo mixto, en el cual se utilizaron bases de datos documentales y observación de campo. Zuleta es considera uno de los sitios por excelencia herederos del gran clan de los Caranqui que han progresado y por medio de sus bordados a mano, manifiestan la importancia del cuidado por la naturaleza, siendo un potencial turístico de gran reconocimiento dentro de la provincia de Imbabura. Destacando los resultados obtenidos por medio de fuentes secundarias como: censo, encuesta y entrevistas, nos presenta un análisis real sobre la perspectiva turística, la situación actual de la comunidad y el estado de la planta turística. A fin de lograr el objetivo principal del estudio se presentan 4 propuestas estratégicas de desarrollo local que permitan la reflexión y la mejora de la realidad observada, enfocados en 2 ejes principales como la promoción e infraestructura. En conclusión, apostar por turismo senior es una decisión inteligente que debe ser tomada en cuenta por los agentes turísticos, generando un ganar-ganar en ambas partes.

PALABRAS CLAVES:

- **DESARROLLO LOCAL**
- **MOTIVACIONES TURÍSTICAS**
- **TURISMO SENIOR.**

Abstract

Senior tourism is considered a new and emerging segment due to the increase in travel by the elderly, what this group wants is to be included and taken into account. This research work aims to reflect the importance of local development through senior tourism as a contribution to the tourist diversification of Zuleta. Starting from the theoretical foundation, the research is supported through the bibliographic review of various authors based on the tourist and motivational profile that they have referred to regarding the topic of senior tourism. Therefore, a mixed methodological analysis is carried out, in which documentary databases and field observation were used. Zuleta is considered one of the sites par excellence heirs of the great clan of the Caranqui that have progressed and through their hand embroidery, they show the importance of caring for nature, being a tourist potential of great recognition within the province of Imbabura. Highlighting the results obtained through secondary sources such as: census, survey and interviews, it presents a real analysis on the tourist perspective, the current situation of the community and the state of the tourist plant. In order to achieve the main objective of the study, 4 strategic proposals for local development are presented that allow reflection and improvement of the observed reality, focused on 2 main axes such as promotion and infrastructure. In conclusion, betting on senior tourism is a smart decision that must be taken into account by tourism agents, generating a win-win on both sides.

Key words

- **LOCAL DEVELOPMENT.**
- **TOURIST MOTIVATIONS**
- **SENIOR TOURISM.**

Planteamiento del Problema de Investigación

La comunidad de Zuleta por sus características en cuanto a sus actividades e infraestructura, puede ser un lugar propicio para este tipo de turismo senior debido a las actividades de ocio y atractivos que poseen y pueden ser desarrolladas por las personas de la tercera edad, ya que realizar este tipo de actividades los hace sentir incluidos en la sociedad, siempre y cuando estos sean acordes a sus necesidades. El turismo senior se basa en los valores con los cuales trabaja la OMT para alcanzar una mayor cobertura en la actividad turística.

Debido a esto se han realizado diversos estudios e investigaciones en donde se toma en cuenta a la motivación turística como eje principal que hace que este grupo decida visitar y realizar actividades turísticas lejos de su lugar de residencia, prefiriendo zonas rurales que mantenga sus tradiciones ya que el añorar y revivir sus recuerdos los mantiene activos, e incluso experimentar nuevas cosas, hace que su conocimiento se expanda y pueda facilitarse su interacción social, mejorando sus relaciones con otras culturas que son ajenas a la suya.

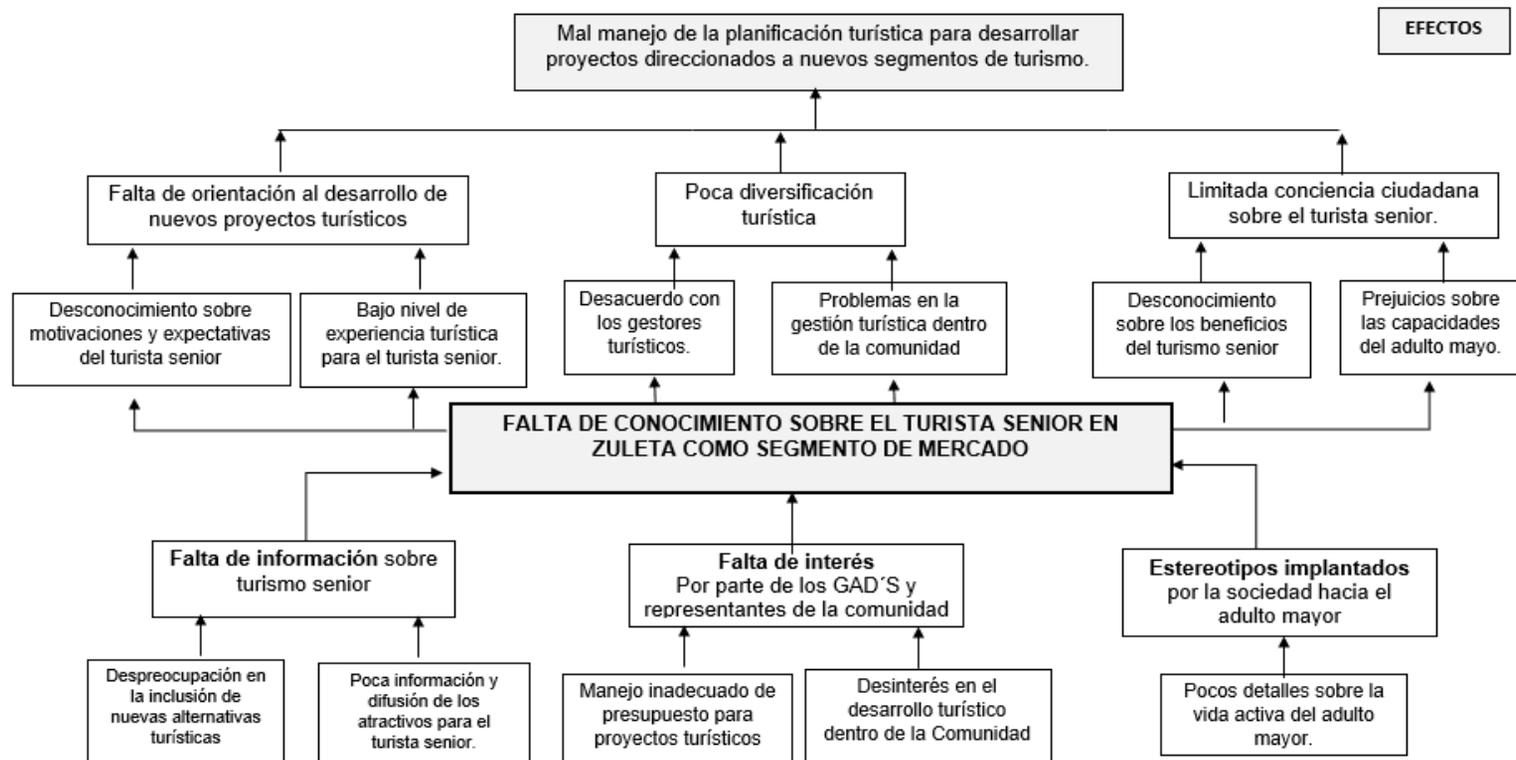
Ecuador es uno de los mejores ejemplos de países en vías de desarrollo, ya que el sector turismo es la 3ra. fuente económica no petrolera que genera ingresos de 2,392 millones de dólares (Ministerio de Turismo Ecuador, 2019), según el estudio realizado por la OMS, menciona que: "El porcentaje de población mundial por encima de los 60 años prácticamente se va a duplicar para el 2050" (Weed & García, 2019) por tal razón, apostar por turismo senior es sinónimo de crecimiento económico y reconocimiento como destino potencial, siendo estos dos, uno de los tantos beneficios que genera este nuevo segmento de mercado.

La importancia del tema de investigación trata sobre la valorización de sitios en donde realizan turismo las personas de tercera edad, pero no cuentan con el apoyo

necesario por parte de los gestores turísticos, debido al desconocimientos sobre nuevas tendencias turísticas (en este caso el turismo senior), falta de organización dentro de la comunidad, la carencia de proyectos turísticos novedosos que impulsen el crecimiento de la economía social y la masiva destrucción del ecosistema. Debido a las falencias que se presentan para desarrollar este tipo de turismo dentro de Zuleta, se presenta el siguiente trabajo de investigación, “Turismo senior como aporte a la diversificación turística en zonas rurales caso de estudio: comunidad Zuleta”.

Figura 1

Árbol de problemas



Nota: Explicación sobre causa-efecto dentro de la comunidad Zuleta en cuanto a l turismo senior y otros factores que impiden su desarrollo.

Justificación

El presente trabajo de investigación tiene como fin el aporte diversificador que genera el turismo senior dentro de las zonas rurales, tomando en cuenta características o variables tales como seguridad y comodidad a la hora de realizar un viaje. La misma debe estar ligada a los gustos y preferencias de este tipo de segmento creando un vínculo inquebrantable de añoranza por el pasado, reconociendo hechos simultáneos y la interacción dentro del intercambio de saberes. Zuleta es por excelencia la cuna del señorío Caranqui que a través del tiempo se ha mantenido sin dejar de lado el progreso para que siga siendo visitada, se puede reconocerla como el “jardín de Ibarra”, debido a la biodiversidad de flora y fauna que posee esta zona, su reconocimiento a nivel internacional se han logrado por medio de sus bordados a mano y el sincretismo que guarda, están íntimamente enlazados con el culto a la Pachamama, la fertilidad, el cuidado a la naturaleza y la celebración a la muerte como dato adicional, es común ver en esta comunidad a las mujeres despedir a sus difuntos vestidas de colores esto significa el camino que sigue el difunto al otro lado y augurio de esperanza. Como se menciona al principio, se analiza como aporta el turismo senior al desarrollo de las comunidades dentro de la parte turística mediante el análisis del perfil, motivaciones y búsqueda, en primera instancia estudiamos a la comunidad y su preparación para recibir a este tipo de turistas considerando de forma general la infraestructura turística planteada por Boullon, reconociendo aquellas que tienen potencial, seguido de la relación que existe entre entidades gubernamentales como los son el GAD de la parroquia de Angochahua y los habitantes de Zuleta, el cual nos permite identificar la importancia de la participación en cuanto a proyectos turísticos y si cuentan con apoyo de otros actores externos.

Objetivos

Objetivo General

- ❖ Analizar al turismo senior como un aporte a la diversificación turística en la comunidad de Zuleta, a través del perfil y motivación, para ayudar al posicionamiento turístico de la comunidad.

Objetivos Específicos

- Relacionar los temas y teorías referentes al turismo senior por medio de una revisión bibliográfica, para dar soporte a la investigación.
- Identificar el perfil del turista senior mediante la aplicación metodología para conocer su aporte dentro de la diversificación turística.
- Diagnosticar la situación actual de mercado de la comunidad de Zuleta a través del análisis de la oferta y demanda para conocer su potencialidad.
- Diseñar estrategias de posicionamiento del turismo senior dentro de la comunidad Zuleta, para fortalecer la actividad turística.

Capítulo I

Fundamentación Teórica

Marco Teórico

Teoría de la Motivación Turística

La presente investigación se basa en la teoría de las Motivaciones Turística, la aportación de esta teoría constituye una novedad no sólo en cuanto a su objeto de estudio se refiere, sino en cuanto a la perspectiva psicosocial que se adopta para el análisis en el cual se involucra la parte emocional. La contratación de una de las teorías sobre la motivación turística más extendida fue expuesta por Crompton ya a finales de los años setenta, esta hace referencia sobre la atención en los diferentes niveles motivacionales que hacen que las personas se vayan de vacaciones, así como su interacción e influencia en el turismo y sus variables de mercado, tanto las necesidades como las motivaciones son los engranajes que dan movimiento a la actividad turística, sin estos elementos la misma ira en declive.

El turismo antes que ser considerado como un fenómeno que debe ser estudiado de forma científica, decide enfocarse en la parte psicológica ya que los impulsos generan necesidades y estas basadas en experiencias ya sean pasadas, presentes o futuras dan satisfacción. Los profundos cambios acaecidos en la sociedad en la forma de experimentar el tiempo y el espacio, como consecuencia de la globalización acelerada, nos han conducido a un nuevo cuestionamiento de nuestra identidad, del yo interno y del lugar que la gente ocupa en el mundo, Además, la forma en como la gente experimenta la vida ha conducido a una especie de pérdida de identidad. El trabajo y los roles sociales actuales imponen rutinas monótonas y limitantes que dificultan cada vez más la autorrealización de los ciudadanos en el mundo occidental

Es en este contexto que el desarrollo de necesidades de viaje se refleja en el rápido crecimiento del consumismo, aumentando la inseguridad tanto sobre la identidad propia, como del lugar que la gente ocupa en el mundo. Las diversas motivaciones que los potenciales turistas generan tienen una influencia directa sobre el tipo de vacaciones. Crompton basó sus teorías acerca de los motivos de viaje en dos líneas principales: la necesidad de escapar (de la estresante vida occidental o del ambiente de trabajo) y la búsqueda de lo nuevo, de lo no experimentado. Aunque la gama de motivos de viaje es tan amplia como el número de personas vacacionando, en este artículo utilizaremos tres grupos principales basados en los elementos de escape, búsqueda y deseo.

Motivos y Motivaciones, ¿Son iguales o diferentes?

La palabra *Motivación* proviene del latín *Movere* que es “acción de motivar o explicar el motivo de un hecho” o “conjunto de factores internos o externos que determinan en partes la acción de una persona” (Real Academia de la Lengua Española, s.f.), en si el concepto sobre motivación que nos da la RAE específica a toda las actividades basadas en acciones. A diferencia del *Motivo*, según el tratado de Dorsch-Giese, lo define como “el móvil de obrar y del querer en trasfondo de la conducta anímica de la persona” (Flores Sédek, 1974), es decir que ambos términos en si son complementarios pese a tener un diferente significado ya que el uno es el “empuje” y el otro la “acción”.

Conocer las acciones que realizamos a diario están sujetas al cambio esto puede ser influenciado por factores internos o externos, Según lo menciona Castaño, Moreno, García & Crego “...un comportamiento depende no solo del aprendizaje o el hábito, también de la motivación de actuar”. (Castaño Blanco, Moreno Sáez, García Dauder, & Crego Díaz, 2003)

Teniendo en cuenta dentro de la psicología no se habla de motivación hasta el auge de la corriente conductivista y las teorías del reforzamiento de Skinner en donde el “impulso” da paso al “incentivo” (sucesos externos).

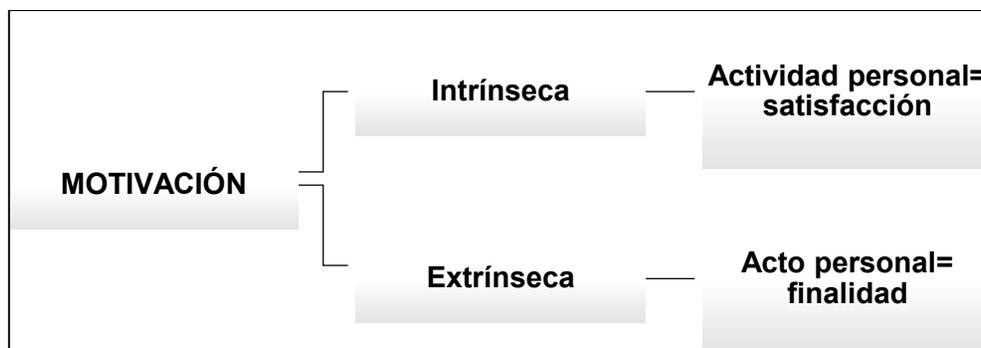
Al principio, la motivación solo era considerado un “instinto básico” común que surge desde el interior de nuestro ser (comer, dormir, sentir frío entre otros) que pueden ser cubiertos una vez realizada la acción, de esta manera Maslow y su famosa pirámide quién jerarquiza los problemas con una sencilla respuesta “sentirse realizado” pero en el caso de que llegue a ser alterado el mismo, este genere una necesidad lo cual lo impulsa a actuar restableciendo el equilibrio.

Se habla de una motivación interna y externa, por ejemplo, hasta ahora no nos explicamos como una persona quiera viajar a zonas de guerra, cementerios, parques industriales solo por el simple hecho de sentir la adrenalina en el caso del turismo negro y turismo rojo que se encuentran en ascenso, es ahí en donde se encuentra la respuesta, ellos tienen un incentivo que “tira” de su conducta lo que es considerado como un factor motivacional externo.

En retrospectiva, no existe diferencia alguna entre Motivo y Motivación ya que como se lo menciono en un principio esta son complementarias sin importar desde el punto de vista, ambas generan e impulsan dentro de la psique de las personas un motivo. Sin embargo es conveniente mencionar que la motivación se divide en dos partes:

Figura 2

Tipos de motivación según el estudio de las motivaciones de Maslow



Nota: Explicación sobre la motivación y sus tipos, adaptado de la fuente de consulta (Marinus C., 2014)

- a. **Motivación Intrínseca:** Son todas aquellas actividades que realizamos por satisfacción por ejemplo, una persona que le gusta hacer ejercicio lo hará no solo por mantenerse saludable, sino por que se siente satisfecho y cubre su necesidad y se considera una motivación interna que fluye igual que una persona que tiene hambre.
- b. **Motivación Extrínseca:** Es la actividad que influye dentro de la persona por un fin en especial, en este caso hablamos de una motivación externa cuando una persona viaja por negocios mas que por turismo aquí si existen diversos factores ambientales, economicos que influyen dentro de la persona y como esta se ve afectada de forma positiva o negativa.

Las necesidades y motivaciones dentro del turismo

El razonamiento acerca de la conveniencia de un viaje es interno y está relacionado con la pregunta del porqué viajar, mientras que las motivaciones más específicas determinan las respuestas a las preguntas de dónde y cómo quieren viajar. Desde el punto de vista turístico, Losada Sánchez, Alén González, & Domínguez Vila, (2015) explican que una persona que viaja esta predeterminada a seguir los mismos

patrones de viaje basado en las experiencias pasadas o hechos que marcaron su vida de forma positiva.

Aquí se relaciona a las motivaciones con el turismo por primera vez con el simple hecho de imaginar o idealizar un hecho que al ser materializado se vuelven el motor de búsqueda de las relaciones humanas, exponentes como Dumazedier y Marc Boyer lo consideran funciones que desencadenan en un momento determinado partiendo de las vivencias, pero con visiones totalmente diferentes. Por ejemplo:

- Para Dumazedier el desarrollo personal se lo logra siempre y cuando exista Descanso y Diversión, 2 elementos que se tratan dentro del turismo.
- Para Marc Boyer en cambio interpreta lo que se mencionaba al inicio del capítulo sobre la motivación si se imagina el viaje que se quiere vivir puede ser materializado y recordado es aquí en donde mayor énfasis se hace para determinar que la motivación turística está íntimamente ligado a la parte interna.

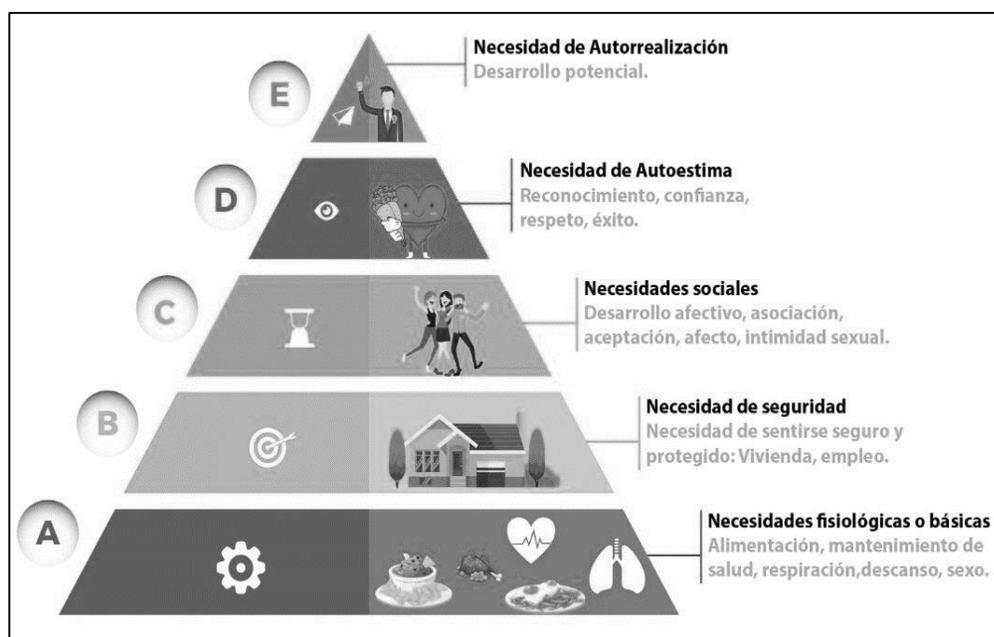
Además, las necesidades y motivos de viajar apuntalan las primeras expectativas y pueden influenciar el resultado final de las vacaciones, el cual puede mejorar o empeorar según lo esperado en comparación con las necesidades satisfechas. Obviamente, una vez que la necesidad de viajar ha sido satisfecha deja de existir. En la satisfacción de toda necesidad se halla involucrada una inversión de energía en una dirección determinada.

La sed y el hambre son buenos ejemplos de necesidades primarias. Desde el punto de vista académico, estos temas de las necesidades de viaje son abordados desde diferentes disciplinas, tales como la psicología, la psicología social y la antropología. Varias teorías han sido desarrolladas y un número de modelos han sido diseñados para este propósito. En el año 1943 el psicólogo humanista Abraham

Maslow, publicó un modelo de los elementos motivadores siguiendo una estructura jerárquica piramidal ordenada en cinco niveles:

Figura 3

Pirámide de las necesidades según Maslow



Nota: Representación gráfica sobre las necesidades en niveles de Maslow. (Rodríguez Batista, 2018)

Esta teoría ha sido sin duda la que posteriormente ha tenido más aplicaciones en el campo del estudio de la motivación turística y entre estas tenemos la aplicación elaborada por Pearce que a partir del modelo de Maslow propuso una adaptación incorporando el factor de la experiencia turística misma. Los niveles de motivación turística, según Pearce, quedan ordenados de la siguiente manera: (véase figura N°4)

Figura 4

Pirámide de las motivaciones según Pearce



Nota: Explicación sobre el orden de las motivaciones según la visión de Pearce en forma de pirámide para determinar la relación de cada factor. Adaptado del original, (Marinus C., 2014)

En donde las personas que tienen cubiertas sus necesidades más básicas les motivarían las necesidades afectivas, de estima o realización; se ha señalado la existencia de necesidades paralelas pertenecientes a distintos niveles; y se ha criticado el presupuesto teórico implícito sobre una naturaleza a priori por descubrir y realizar de cada persona, etc. Señalar, por último, aunque sea sólo brevemente, la importancia de la teoría psicoanalítica en el estudio de la motivación por su énfasis en los aspectos inconscientes e irracionales del comportamiento humano.

Así como la atención a los mecanismos de defensa de racionalización elaborados a posteriori para justificar determinados comportamientos, y que a veces se

han tomado como explicaciones racionales previas motivadoras de las conductas. Llegaría ahora el momento, una vez expuesto el concepto de motivación y señaladas las principales teorías al respecto, de hacer un rápido repaso por las diferentes y múltiples teorías, modelos y aportaciones de diferente rango que se han elaborado a propósito de la motivación turística.

El primer rasgo a señalar sería el hecho de que la motivación turística se ha convertido en la actualidad en un meta concepto, cuya influencia se ha generalizado de tal forma que sería casi imposible establecer los procesos fisiológicos o psíquicos que no están conectados con ella, lo cual plantea dudas sobre la posibilidad de seguir hablando de la motivación en términos tradicionales. Este mecanismo actúa como un detonante de la conducta humana y determina todos los acontecimientos implicados en cualquier actividad turística.

Históricamente y desde un punto de vista epistemológico el concepto de motivación turística ha sido abordado desde diferentes campos disciplinares (Dann, 1981, 1983; Pearce, 1982; Stringer y Pearce, 1984) siguiendo en la mayoría de los casos el modelo piramidal de Maslow (1954) que ha abierto una línea de investigación que continua hasta nuestros días.

Tal conocimiento parte de la necesidad de aplicar un marco teórico y científico más amplio que el de la Psicología individual (Pearce, 1982) que incluya otras áreas tradicionales de la investigación psicológica, como la psicología social (Graumann 1981; Schmalt 1986) u otras más recientes como la psicología ambiental (Fridgen 1984).

“Hasta hace poco tiempo, la motivación turística era concebida de una manera unidimensional, como un constructo conductual o cognitivo (McCabe 2000), cuyos elementos dominantes eran la necesidad de escape (del estrés, de los patrones de vida

cotidiana, de los entornos del trabajo, etc.) o factores push y de búsqueda (de lugares históricos y museísticos, de ambientes climáticos determinados, etc.) o factores pull (Dann, 1977)". (Araújo Pererira & Sevilha Gosling, 2017)

Se podría decir que la relación entre los conceptos de motivos y motivaciones guarda un paralelismo con las aproximaciones cognitiva y conductista, respectivamente. Mientras las últimas se concentran en lo observable y objetivamente medible, los primeros a menudo buscan una comprensión más profunda de aquello que arrastra al turista hacia actividades particulares.

"El trabajo de Settle, Alreck y Belch (1978) plantea dos cuestiones esenciales: ¿Cómo y por qué se activa o se desactiva la necesidad de desplazarse fuera del lugar habitual de residencia? Tratan de averiguar las características de los no viajeros, su situación social, las razones que dan para no viajar y cómo interpretan su situación. Gattas et al. (1986) opina que el estilo de vida tiene más poder explicativo que las variables socioeconómicas." (Araújo Pererira & Sevilha Gosling, 2017)

El interés creciente por la investigación en el ámbito motivacional del turismo se extiende desde los estudios de mercados a gran escala a los estudios pequeños realizados sobre grupos atípicos. Hay que señalar, no obstante, que no siempre dichos estudios se han visto acompañados de una metodología apropiada. Respecto a la relación entre motivación y destino turístico, los psicólogos de la motivación turística se han centrado en el análisis del papel otorgado tradicionalmente al factor motivacional y su influencia en el proceso de toma de decisión. Mansfield (1992, 399-420) por ejemplo, revisa la teoría de la decisión y el modelo de elección aplicado hasta el momento al turismo y propone una teoría más holística del comportamiento de elección de destino turístico.

Si se quiere saber si los turistas están o no están satisfechos con sus experiencias y ambientes vacacionales esto exige una consideración completa de la naturaleza del ambiente turístico, de las opiniones del turista sobre los mismos y de la necesidad o de la preferencia del turista por otro concepto que en la actualidad ha incrementado su significación: la autenticidad.

El cuerpo, las emociones y el “Yo”

“Las necesidades y motivaciones para viajar dependen del estado anímico de cada individuo, su posición dentro de la sociedad y el ambiente social que le rodea”. (Marinus C., 2014). Esto quiere decir que los motivos son fluctuantes según los cambios que ocurren dentro de la sociedad o de la vida privada de cada uno.

Los distintos cambios en el comportamiento turístico son causados, fundamentalmente, por las tendencias post modernas que influyen cada vez más a las diferentes sociedades alrededor del mundo. Una de sus manifestaciones más importantes dentro de los rápidos e intensivos canales de comunicación y transporte es, precisamente, la compresión del tiempo y del espacio.

La vida parece ir más rápido y la presión resultante se siente sobre todo a nivel de la falta de autorrealización, autoconocimiento y autenticidad. Otra consecuencia parece ser que los factores racionales han comenzado a controlar a los no racionales (emociones, sensaciones corporales o espontaneidad) dejando muy poco espacio para la satisfacción de estos últimos.

Esto ha estimulado un cambio conceptual en las necesidades, la prioridad parece no ser tanto el escape del ajetreo cotidiano, como sí la búsqueda interna de uno mismo, donde el ambiente liminal parece ser el más adecuado.

Una de las consecuencias de esto es que el desarrollo de necesidades y motivos de viaje es un fenómeno cada vez más repetitivo. Varias veces al año se puede observar cómo renace el impulso de desear tener un tiempo libre para poder satisfacer esas necesidades; tiempo libre que, dentro de las sociedades del primer mundo, es cada vez mayor con respecto al tiempo dedicado al trabajo.

Durante el siglo XX los turistas potenciales dependían en gran parte de los mercados turísticos, pero a partir del año 2000 se observa cómo va en aumento la participación de los adultos mayores en varios aspectos: reformas en políticas de salud y seguridad social, festejos o conmemoraciones, viajes cortos cerca de su zona residencial, entre otros. Es por eso que la interacción entre el mercado actual y el usuario senior, se plantean varias interrogantes: ¿existe una gama de ofertas turísticas enfocadas al turista senior?, ¿se han adaptado los destinos tradicionales o poco conocidos para aumentar la experiencia del turista senior? O ¿Existe aumento en la demanda por parte de nuevos sectores emergentes?

La respuesta puede estar en algún punto intermedio: El consumismo ha aumentado enormemente en las sociedades occidentales, jugando un papel predominante, generando así una necesidad de consumir basada en una supuesta deficiencia que no existía antes. Esta necesidad podría, al mismo tiempo, estar relacionada con las tendencias de moda. En una sociedad consumista lo importante no es saber si conduzco un auto, sino, el tipo que auto que manejo. En consecuencia, más que satisfacer una necesidad se trata de mostrar una imagen de éxito y prestigio, elementos que también pueden funcionar como motivos para emprender un viaje.

Podría decirse, entonces, que esta preocupación por el consumo hace que el turismo, debido a su naturaleza (basada el consumo de artefactos y ambientes diseñados para clientes foráneos) no es más que una actividad arquetípica del

posmodernismo. Sin embargo, este alto grado de consumo puede convertirse en un fenómeno opresivo para cualquier comprador, ya que, por un lado, el consumidor no puede vivir sin practicarlo, pero por otro, sueña con escapar de él, aunque solo sea durante sus vacaciones.

En turismo es difícil determinar si la ley de oferta y demanda es la que define el mercado. Cambios en los mercados se han vuelto accesibles a través de cambios en las conductas de los turistas. Esto significa, en términos prácticos, que se está produciendo un cambio lento hacia el turismo individual en detrimento del turismo masivo o grupal. Esta última opción se relaciona principalmente con el elemento del escape, mientras que los turistas individuales necesitan más que eso como motivo para realizar un viaje.

En consecuencia, cuando los turistas salen en busca de una autenticidad personal se hace necesaria una ruptura completa de los lazos que lo atan a su ambiente habitual. Los viajeros individuales cuentan con una más amplia oferta de opciones turísticas, tanto, que actualmente existe, dentro de la actividad turística, un nicho de mercado para prácticamente cualquier actividad humana.

En el siglo XXI los destinos turísticos se seleccionan, cada vez más, sobre la base de las actividades que se pueden ofrecer y la motivación para seleccionar un destino, a diferencia de antes, dependerá más de esta oferta que de los factores de atracción tradicional, como la fama. A menudo, la imagen de un lugar no es, por sí misma, suficiente motivo para atraer a los visitantes. En otras palabras, la selección del destino vacacional se fundamenta más en aquellas actividades que involucren una experiencia, de ahí que los turistas estén interesados en realizar más de una actividad específica durante su permanencia en el destino. Hoy en día los turistas son capaces de

satisfacer un amplio rango de necesidades, mientras que a finales del siglo XX apenas se podía satisfacer un número limitado de ellas.

Esta transformación bajo circunstancias liminales en relación con la búsqueda de motivos para emprender un viaje corresponde, cada vez con mayor frecuencia, con cierta noción de bienestar, esto quizá como consecuencia de las limitantes físicas que se encuentran en los ambientes laborales de Occidente.

Durante la pasada centuria, las necesidades y motivos de los viajeros se enfocaban en la distancia que se podía establecer entre el destino y el sitio donde se vivía, pero hoy en día son cada vez aquellos que se sienten inclinados a redescubrir su propio cuerpo, a considerarlo como parte de la definición integral que tienen de sí mismos.

Como consecuencia, es posible observar una creciente necesidad por tener acceso a sitios lujosos y confortables, lo cual se traduce en el uso de spas, centros de bienestar y cada vez más lujosas habitaciones en hoteles de 4 o 5 estrellas. Otra tendencia observable es la de tomar vacaciones de corta duración, lo cual puede estar relacionado más con factores de deficiencia y no de carencia. Las condiciones económicas de Occidente son todavía favorables y bastante gente puede permitirse el viajar regularmente.

El deseo, como principal factor motivador para tomar unas vacaciones, ha dado como resultado un número creciente de viajes temáticos de naturaleza grupal, concentrándose en ciertas especialidades, tales como observación de aves, orquídeas o fotografía. A nivel espiritual hay igualmente más opciones, tanto grupales como individuales, a través de cursos de yoga o reiki, impartidos casi siempre en entornos naturales.

Modelo Motivacional de Crompton.

Para Crompton el estudio del comportamiento y la motivación dentro del turista es importante y el modelo que propone es considerado uno de los más completos a la hora de explicar factores de empuje y atracción (push factors & pull factors), sintetizando en clave factores internos y externo tal como se lo presenta a continuación.

Tabla 1

Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)

1. MOTIVACIONES SOCIOPSICOLÓGICAS (CROMPTON, 1979)	
Escape del ambiente cotidiano	Se trata de un cambio temporal de ambiente, que puede referirse al lugar de residencia, al hogar o al entorno laboral. En suma, el turista buscaría que los destinos fuesen diferentes con respecto a su entorno habitual tanto física como socialmente
Exploración y evaluación del yo	El componente de novedad física y social presente en las vacaciones hace que éstas sean una oportunidad para que el turista explore su propia identidad y para el autodescubrimiento, así como para poner en práctica imágenes sobre sí mismo y evaluarlas
Relajación	Se refiere fundamentalmente a la relajación mental que deriva por ejemplo de la práctica de hobbies e intereses que no se pueden desarrollar en la vida diaria, más que a la relajación física. Esta última no siempre tiene lugar en las vacaciones y así, algunos de los sujetos entrevistados por

1. MOTIVACIONES SOCIOPSICOLÓGICAS (CROMPTON, 1979)

Crompton afirmaban regresar agotados a su lugar de residencia tras el periodo vacacional.

Prestigio

Viajar es símbolo de un estilo de vida superior, si bien llegada la democratización del acceso a medios de transporte y la generalización del turismo cada vez este halo de status asociado al viaje se hace más difuso

Regresión

Se produce en dos sentidos: por un lado, las vacaciones suponen una ruptura con los roles y obligaciones cotidianas y facilitan un tipo de comportamiento que podría calificarse de irracional, pueril o adolescente; por otra parte, el turista también podría estar motivado por el deseo de retornar a una época donde el estilo de vida era más simple, lejos de la complejidad e incertidumbre de la actual sociedad altamente tecnificada.

Mejora de las relaciones de parentesco

Las vacaciones constituyen una oportunidad para reunir a miembros de una familia y enriquecer las relaciones entre ellos. El viaje y la estancia suponen un incremento de la proximidad física y de las posibilidades de interacción (p. ej. desplazamientos familiares en automóvil).

Facilitación de la interacción social

Crompton afirma que existen viajes más orientados a las personas que a los destinos. En efecto, las vacaciones son un tiempo propicio para conocer gente nueva y así

1. MOTIVACIONES SOCIOPSICOLÓGICAS (CROMPTON, 1979)

intercambiar opiniones, extender el número de contactos sociales o simplemente disfrutar de gente que no es familiar. También puede existir el deseo de interactuar con la población local (anfitriones), si bien —según concluye Crompton en base a sus datos— lograrlo reviste algunas dificultades y muchos turistas acaban relacionándose con otros turistas. La cercanía en el alojamiento y el participar en viajes organizados son factores que facilitan la interacción social. Respecto de los viajes organizados,

Facilitación de la interacción social	en ellos operan una serie de elementos que propician este hecho: compartir experiencias, proximidad física, existencia de individuos con intereses comunes en el grupo o la incorporación al grupo de nuevos miembros que son introducidos por individuos ya miembros.
---------------------------------------	--

2. MOTIVACIONES CULTURALES (CROMPTON, 1979)

Novedad	Se identifica con la curiosidad, la aventura, la búsqueda de lo nuevo y diferente y, sobre todo, en el sentido de vivir una nueva experiencia (con cierta independencia del grado de conocimiento que se tenga del destino). No obstante, existen casos en los que el viajero elige destinos que ya le son habituales.
---------	--

Crompton lanza tres hipótesis para explicar este hecho:

2. MOTIVACIONES CULTURALES (CROMPTON, 1979)

- a) Pueden ser individuos que tratan de satisfacer necesidades socio psicológicas más que motivos culturales.
- b) Adoptan una estrategia conservadora para reducir el riesgo de que un destino poco familiar no resulte tan satisfactorio como el ya conocido.
- c) Pueden verse condicionados por el miedo a lo desconocido.

Así, en el turista podría darse una combinación de búsqueda de lo nuevo y de estrategias de minimización de riesgos ante lo diferente. Entre estas estrategias, Crompton cita los viajes organizados y la exposición gradual a situaciones novedosas, tomando como punto de partida lo ya conocido

Educación	Se caracteriza el viaje turístico como una forma de satisfacer necesidades educativas y de adquirir un bagaje cultural, llegando a considerarse prácticamente una obligación moral el conocer aquellos lugares que son particularmente accesibles a los sujetos.
-----------	--

Nota: Explicación sobre el modelo de motivación turística según Crompton y es tomado como referencia por varios autores para una mejor explicación.

Recuperado de (Beltrán-Bueno & Parra-Meroño, 2017)

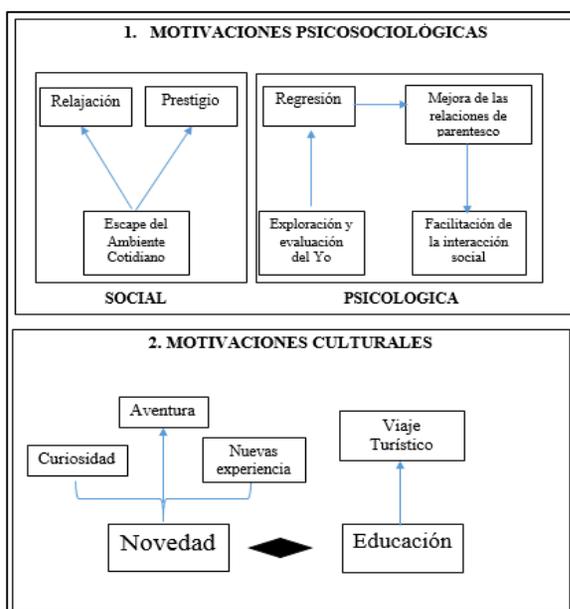
Desde el punto de vista de Matute, “lo dicho por Crompton sobre las motivaciones culturales, no es aprovechable para la evaluación de los componentes de un destino” (Matute Peña & otros, 2008), al contrario, para nosotros es importante que un destino tenga como principal atractivo la parte cultural ya que esta prevalece a diferencia de un atractivo que se encuentra en físico.

Adaptación del Modelo de Crompton.

Como se explica al principio sobre el modelo de Crompton, este se divide en dos partes las que se encuentran influenciadas por la parte interna (motivaciones psicossociológicas) y la parte externa (motivaciones culturales). A partir del modelo original, se realiza una adaptación en forma de esquema gráfico que facilite la comprensión del mismo, como interactúan y se relacionan las variables.

Figura 5

Modelo de las motivaciones turísticas de Crompton



Nota: Explicación en forma de esquema gráfico del modelo original de Crompton sobre los factores motivacionales que influyen en el turista a la hora de viajar, diseño propio inspirado en el modelo integrado de Dwyer & Kim (2003)

1. **Motivaciones psicosociológicas:**

Considerada como el factor de empuje (push factors) es la parte emocional que dicta al turista, esta a su vez se dividen en dos partes:

SOCIAL: La relajación y el prestigio están ligados al escape del ambiente cotidiano ya que no se trata solamente de cambiar físicamente de un lugar a otro, también se trata de un estado mental, en donde la persona puede realizar sus hobbies o pasatiempos, ya sea dentro o fuera del lugar de residencia dando un estilo de vida superior a quienes viajan.

PSICOLÓGICA: Trata de que el turista haga una exploración interna sobre sus orígenes lo cual por medio de una regresión busca los momentos claves que marcaron parte de su historia y sus motivaciones, facilitando las relaciones sociales con el lugar por ser explorado tenga o no similitud con las de su parentesco.

2. **Motivaciones culturales:**

También considerado como el factor de atracción (pull factors) es el factor externo propio de los destinos, a modo de sonar repetitivo, no influye si tiene o no un atractivo físico siempre y cuando este mantenga su cultura, la novedad es la curiosidad, buscar nuevas aventuras y las sensaciones forma un conjunto que influye en la toma de decisiones ya que si viajan este puede ser muchas de las veces al mismo lugar. En cuanto a educación, se busca la ampliación del conocimiento en la parte cultural que es casi un deber conocer los espacios accesibles.

Turismo Senior, la última etapa para viajar.

El turismo a lo largo del tiempo ha experimentado innumerables cambios, con el avance de las nuevas tecnologías que se encuentran al alcance de todos, se puede destacar que la gran mayoría de personas en la tierra cuentan con un teléfono inteligente o acceso a internet, esto ha convertido lo que antes era imposible de realizarlo en algo posible, siempre y cuando se tenga un previo conocimiento de las barreras.

La ahora llamada “supresión de barreras” implementado por la OMT en su proyecto, “Turismo Accesible, turismo para todos” es un plan estratégico, el cual incluyen a todas las personas dependiendo del tipo de discapacidad, a realizar actividades turísticas. Lo que llamó la atención, es como uno de los segmentos que menos imaginamos se atreven a realizar turismo, pocas veces han sido tomadas en cuenta y es un sector vulnerable dentro de la sociedad, al segmento que nos referimos son los adultos mayores.

Según Riaño Barón, menciona que: “tras la Feria Internacional del Turismo (FITUR), celebrada el pasado mes de enero en Madrid, Iberoamérica se ha revelado como destino que crece entre las personas adultas mayores que buscan viajar, comprar una casa para pasar sus vacaciones o vivir después de retirarse de su vida laboral” (Riaño Barón, 2018), a medida que pasa el tiempo, la población envejece y se puede decir que están preparados para lo que viene, hacemos referencia al uso de las TIC’s como mecanismo de ayuda.

Los estudios demuestran que Europa es el continente más envejecido del mundo debido a las 2 explosiones demográficas que se llevaron a cabo entre los años 1960-1970 (Baby Boom) y 1980-1990 (Baby dust) el cuál involucra el desarrollo, inicio y expansión de la era tecnológica y su influencia en la sociedad. (Losada Sánchez, Alén González, & Domínguez Vila, 2015). Al principio solo muestran estudios sobre el envejecimiento de la población más no estudios que visualicen el comportamiento consumidor de este grupo, es importante considerarlo en lugar de un grupo prioritario como potencial mayor en todos los ámbitos en especial en el turístico para lo cual se desarrollan políticas en materia sanitaria y de jubilación debido al rápido envejecimiento de la población y el aumento de esperanza de vida, considerando a las personas de tercera edad como grupo prioritario en el siglo XXI.

Marco Referencial

Para analizar el marco referencial, es necesario describir investigaciones relacionadas con Turismo Senior, según el paper titulado “El turismo senior como segmento de mercado emergente” de las autoras María Elisa Alén González, Trinidad Domínguez Vila y Adriana Fraíz García, mencionan que: “Hasta ahora la literatura existente sobre esta nueva modalidad es escasa y revela una falta de consenso conceptual” (Alén González, Domínguez Vila, & Fraíz García, 2010), lo que tratan de presentar en este trabajo consiste en la búsqueda partiendo desde un claro concepto sobre turismo senior hasta el auge que ha estado teniendo el turismo senior como tal durante la última década.

Basadas en las motivaciones, comportamiento y fuente de información utilizadas por el turista senior, se presenta un panorama el cuál puede atraer a las empresas turísticas a invertir en este nuevo segmento y posiblemente diversificar el mercado.

También se tomará en cuenta la combinación de turismo senior en zonas rurales para ofertar una mejor experiencia, basados en el “Catálogo de Productos de turismo accesible en vías verdes en España y Portugal” (Greenways4all, 2017), en los cuales analizan la factibilidad de realizar turismo por antiguas vías de trenes abandonados o senderos naturales no motorizados.

Tal como lo mencionan dentro del catálogo: “los viajeros no tienen la facilidad para adquirir un producto turístico accesible completo en base a la vía verde, pues la oferta de los diferentes recursos que compone un viaje no está estructurada ni organizada” (Greenways4all, 2017)

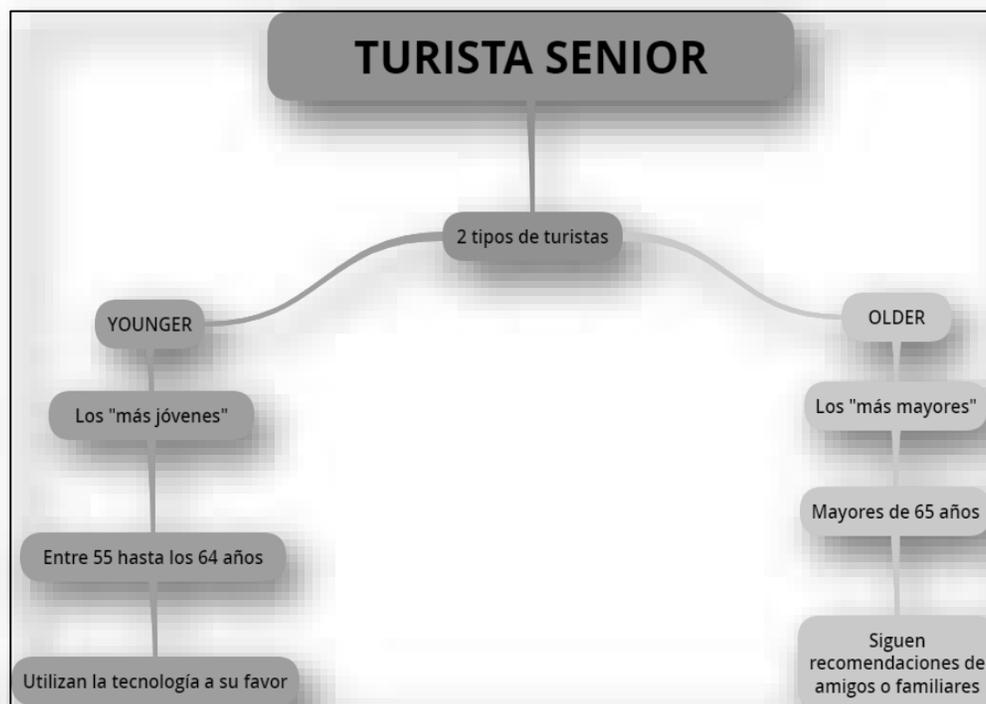
En este caso, se puede constatar que el turista senior, prefiere lugares tranquilos, seguros, que mantengan su cultura y formaciones naturales para realizar un intercambio o comparación en base a los sitios que han visitado anteriormente.

Un estudio reciente sobre “hábitos y comportamientos del viajero rural senior” (EFE AGRO , 2018) refleja que prefieren practicar turismo rural 1 vez al año, preferentemente en pareja y lejos de su comunidad autónoma. Siendo los factores diferenciales la gastronomía y el trato personalizado.

En el presente caso de estudio, por medio de evidencias expuestas por la Hacienda Zuleta, se puede constatar que la misma compagina las actividades agrarias con el turismo, recibe alrededor del 96% de turistas extranjeros Senior (entre 53 a 70 años) durante todo el año. Cabe destacar que, dentro del trabajo de Alén González, Domínguez Vila, & Fraíz García, realizan una clasificación entre los turistas senior, separándolos en 2 grupos:

Figura 6

Clasificación del turista senior



Nota: El turista senior se clasifica en 2 tipos ya que se toma como referencia el rango de edad y la época en que nacieron ya que para los autores se desencadenó este tipo de turistas en conjunto con el desarrollo tecnológico. Adaptación propia en base al estudio de (Alén González, Domínguez Vila, & Fraíz García, 2010)

El portal de noticias Hosteltur, menciona en uno de sus artículos que: “el turista senior representa un importante segmento de mercado por el que deben apostar los propietarios de los alojamientos rurales, ya que puede ser decisivo para uno de los principales problemas de este tipo de turismo: la estacionalización”, (HOSTELTUR, 2015)

Otra de las perspectivas que lo mencionan en un estudio anterior las mismas autoras es “que el turismo senior ya no debe ser tratado simplemente como una tipología desestacionalizadora y de envejecimiento activo dirigida a un colectivo minoritario” (Losada Sánchez , Alén González , & Dominguez Vila, 2014), a este segmento no se lo debe de considerar simplemente como un sector que va a cualquier sitio, al momento de viajar, este tipo de turistas son consumistas activos que buscan sitios novedosos y es importante que si se va a ofertar un destino nuevo, es importante conocer minuciosamente y estudiar al mismo para cumplir con las expectativas del mismo.

Se habla también de la disponibilidad de tiempo libre que tienen este segmento, para Losada Sánchez, Alén González, & Dominguez Vila, “la jubilación no determina la tendencia de viaje”, en este sentido, hay que decir que las prácticas de ocio de los adultos que se encuentran en la etapa previa a la jubilación y de los jubilados no difieren sustancialmente en el tránsito de un estado a otro. Es más, en el último tercio de la vida, los patrones de consumo de viajes de los mayores suelen ser muy similares y no suelen cambiar significativamente por factores como la jubilación.

Por otro lado hay que poner de manifiesto que la mayor parte de las iniciativas dirigidas a este colectivo forman parte de políticas de envejecimiento activo promovidas por el sector público, cuyo objetivo consiste en facilitar el acceso de los mayores a viajes mediante programas subvencionados. Por tanto, y tal y como aseguran Faranda & Schmidt, “el mercado maduro está lleno de contradicciones”, en el sentido de que lo que a priori consideramos como una fortaleza para el mercado turístico senior se convierte, en realidad, en una debilidad.

Se considera que la forma de adaptarse a las distintas etapas del ciclo de vida, las características socioculturales de las distintas cohortes generacionales y la percepción de la salud, el estatus económico y el tiempo disponible van a influir en la decisión de viaje de este colectivo.

Marco Conceptual

Turismo.

La OMT define al turismo como: “Las actividades que se realizan durante viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros” (Yanez Iza, 2013). La UNESCO en su programa de desarrollo de capacidades para el Caribe, considera al turismo como: “un conjunto de fenómenos y relaciones entre los visitantes... que propician la posibilidad de realizar un viaje” (Núñez, 2016).

Cabe mencionar que el turismo es considerado como el núcleo en el cual se desarrollan varias acciones de preferencia aquellas que involucran el ocio, descanso u otras que no involucren necesariamente el disfrute, aquí entran también los viajes por trabajo.

Turismo Senior.

Es aquel que se encuentra destinado a los adultos mayores, al ser un segmento turístico reciente, no existiendo mucha literatura. Esto conlleva una falta de clarificación del concepto y a la ausencia de consenso por parte de los autores. Sin embargo, entre las definiciones más relevantes están las siguientes. Hossain, Bailey y Lubulwa (2003: 4) se refieren al término Senior como aquellos de 55 años o más, y a los No Seniors como los menores de 55 años, pero mayores de 15 años.

A su vez segmentan la categoría Senior en dos subgrupos:

- ❖ **Younger Seniors** (los Senior más jóvenes), de 55 a 64 años
- ❖ **Older Senior** (los Senior más mayores), de 65 en adelante

Por otro lado, Alcaide (2005) dice que por una parte las empresas sitúan a estos grupos en los 55 años el momento en que se empiezan a sentir necesidades diferentes, se empieza a prevenir y a planificar la vejez. Sin embargo, para otro tipo de empresas son los 60, la edad en la que debe establecerse la frontera entre los mayores y los maduros. Según García y Martorell (2007) el turista senior es aquel de más de 65 años. Hablando así del turismo senior como grupos conformados por personas de más de 60 años que son autosuficientes en capacidades psíquicas y físicas, disponen de tiempo y recursos económicos para viajar y pernoctar en un destino turístico.

Espacio Turístico.

Espacio geográfico en el que tiene lugar la totalidad de la experiencia turística, condición que sólo con la acción coordinada de todos los agentes del sector se logra satisfacer la experiencia turística más plena a los visitantes.

Destino Turístico.

Según la definición de la OMT 1999, 2007, un destino turístico es un lugar importante visitado por turistas que representan la unidad básica de análisis en turismo. Donde se reconocen tres perspectivas.

- **Geográfica**, es una zona fácilmente reconocible con límites geográficos o administrativos que los turistas visitan y en la que permanecen durante su viaje.
- **Económica**, es el lugar en el que permanecen más tiempo, en el que gastan una suma pertinente de dinero y en el que los ingresos por turismo son considerables, o potencialmente considerables, para la economía.

➤ **Psicográfica**, es La que constituye potencialmente el principal motivo del viaje.

Cabe destacar que el destino turístico está atendido tanto por el sector público como por el privado, y puede tratarse de un país, una región, una isla, una aldea, una comunidad o una ciudad.

Turismo Alternativo.

Se define como; “todos los viajes que se realizan con el fin de realizar actividades recreativas con relación directa a la naturaleza o la parte cultural” (Secretaría de Turismo, Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos, 2005) u otras formas de hacer las cosas. Esto incluye nuestras actividades de esparcimiento. Por ejemplo, el viajar y conocer lugares (turismo alternativo), no está exento de alternativas nuevas. (Rogel Fajardo, Rojas López, & Ortega Vega, 2011)

Turismo Comunitario.

Según García Palacios, define al turismo comunitario como “una actividad turística que permite la participación de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio histórico cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (García Palacios, 2016), es importante mencionar que este tipo de turismo se apega a los principios de las comunidades, ya que la oferta de estos son ilimitados en la parte cultural. (Ayala Pineda, 2012)

Turismo Social.

Es un concepto que se basa en el derecho al turismo todas las personas. Este derecho deriva de las vacaciones pagadas reconocidas por la Declaración Universal de los Derechos Humanos promulgada en 1948, que establece en su artículo 24 que "Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación

razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas." (eCalypso, Tourism for All., 2018)

Oferta Turística.

Engloba todo el conjunto de servicios y facilidades diseñadas para satisfacer las exigencias de los consumidores, pudiendo pertenecer los prestatarios de dichos servicios al sector público o privado.

Cooper (1993), distingue cuatro grandes grupos en el lado de la oferta turística:

- **Las atracciones**, son los naturales o aquellos que tienen intervención por mano del hombre, etc.
- **Los accesos**, son las facilidades que ofrece el destino al turista o el acceso al lugar de destino.
- **Las comodidades y entretenimiento**, que son el alojamiento, restaurantes, animación, etc.
- **Los servicios auxiliares**, donde se encuentran las organizaciones locales o comunales.

Demanda Turística.

La difusión varía según los intereses que mueven al investigador, pero en términos generales engloban distintas personalidades e interés, diferentes características, necesidades, exigencias, etc., lo que añade la complejidad al concepto.

Coper (1993), nos ofrece una clasificación más amplia entre la que tenemos:

- **Demanda Efectiva**, está compuesta por el número de personas que actualmente participan en la actividad turística, siendo el grupo más fácilmente medible u el que se refleja en las estadísticas mundiales.

- **Demanda no efectiva**, hace referencia a los sectores de la población que no viaja por algún motivo.
- **No demanda**, compuesta por personas que simplemente no desean viajar.

Motivación.

La palabra Motivación proviene del latín Movere que significa “acción de motivar o explicar el motivo de un hecho” o a su vez “conjunto de factores internos o externos que determinan en partes la acción de una persona” (Real Academia de la Lengua Española, s.f.), en si el concepto sobre motivación que nos da la RAE especifica a toda las actividades basadas en acciones.

Búsqueda.

Considerado como un instinto básico dentro de la motivación permite al turista una “libre absorción de sus impresiones transformándolas a experiencias” (Marinus C., 2014). Todo es en base a la parte psicológica como se lo menciona al principio, el turista debe seguir en busca de algo que sea capaz de llenarlo, además “es la búsqueda de la autenticidad, significado y valores como perspectiva del turismo” (Araújo Pererira & Sevilha Gosling, 2017)

Se considera también al aprendizaje como el motor de búsqueda entre el alma y el cuerpo ya que se trata de descubrirse a uno mismo de forma interna (búsqueda personal), el nacimiento de la búsqueda se lo hace en del entorno familiar (Marinus C., 2014)

Escape.

Según lo menciona Marinus C. en su trabajo, “significa una liberación de los roles sociales tradicionales, implicando la libertad de gastar el tiempo como se desee” (Marinus C., 2014), es decir que, por medio de los viajes, las personas buscan alcanzar nuevos horizontes y esto es impulsado por la carencia de algo. También puede considerarse como “*turismo de escape*” a “todas aquellas actividades que impliquen salir de su zona de confort habitual a un escape room” (Villar Lama, 2018), básicamente son salas de juego en donde los participantes forman grupos para salir de un sitio en determinado lugar con el objetivo de hacer turismo de forma virtual. La primera ciudad en donde se originan estas salas de escape es Budapest.

Deseo.

Dentro del marketing turístico, el deseo es considerado una manifestación de la necesidad por medio de esto se da forma a la demanda. Según la RAE es “el movimiento afectivo hacia algo que es objetivo de deseo o un impulso” (Real Academia de la Lengua Española, s.f.) no estamos exentos a este impulso ya que forma parte de la búsqueda, mencionado anteriormente.

Se considera al deseo como algo que se puede experimentar, los cuales pueden fundarse sobre elementos tanto tangible (observación, asistencia a eventos culturales o deportivos) como intangibles (la generación de emociones o experiencias).

El objetivo de este es que el turista no luzca como uno según lo menciona (Marinus C., 2014) y a parte de este análisis se entiende la 2 parte de la interacción con las diferentes culturas.

Vías Verdes.

Rutas no motorizadas, que aprovechan principalmente ferrocarriles abandonados, estas pueden ser paralelas a las orillas de ríos, peñones o reservas. Controlados a través de un novedoso sistema de motorización por video vigilancia, suele encontrarse en España y Portugal. (Greenways4all, 2017).

El proyecto de vías verdes nace como una propuesta de promoción turística a zonas que se encuentran fuera de la urbe, generando impacto en el creciente mercado del turismo senior y optado por el turismo accesible. Dentro de este catálogo, mencionan el aprovechamiento del equipo o infraestructuras que han sido abandonadas por varios motivos pero que se mantienen en buen estado, garantizando la seguridad y el deleite paisajístico.

Capítulo II

Diseño Metodológico

Enfoques de Investigación

Durante la investigación se utilizó la investigación Mixta, debido a que, se analizó el problema de investigación y se alinearon los objetivos con las variables expuestas por el estudio de la motivación turística, llegando a determinar 2 enfoques:

Enfoque Cualitativo

Se identificará el perfil de turista senior y sus motivaciones de viaje fuera de su lugar habitual y que problemas se encuentran a la hora de viajar mediante la aplicación de entrevistas a prestadores de servicio y dirigentes de la comunidad, determinando así el interés de apostar por el turismo senior como una nueva alternativa turística dentro de Zuleta.

Enfoque Cuantitativo

Pretende combinar de forma general el contenido de la investigación, mediante la revisión de artículos bibliográficos de libros, revistas y documentales. Este tipo de investigación nos permitirá conocer y familiarizarnos con el tema de estudio, es decir el Turismo Senior.

También incluye los hechos o sucesos que han envuelto a la comunidad y la razón detrás de la gestión turística que se realiza en la comunidad, de esta manera logrando analizar los valores en cuanto a demanda y oferta y los componentes que conforma el sistema turístico.

Tipología de Investigación

En la investigación se utilizó el método analítico porque se parte de un todo ya que se utilizan diferentes herramientas para establecer una relación entre las características de la comunidad con el objeto de estudio partiendo de lo más básico, entre ellos las fortalezas y debilidades dentro de la comunidad; oportunidades y amenazas que se encuentran fuera de la misma, también se estudia a los agentes turísticos que participan y son importantes dentro del sistema turístico.

Por su finalidad: Aplicada

La investigación aplicada busca encontrar estrategias que permitan lograr un objetivo en concreto o específico, para dar solución a diferentes problemas suscitados en el lugar o sitio de estudio, mismas que tratan de resolver de manera eficiente el problema, ya que toda investigación nace de una necesidad que puede darse a partir de una idea causada por un problema de la falta o mejora de cierto aspecto.

En este caso, dentro del proyecto se encontrará estrategias que puedan ser empleadas en el abordaje de un problema en específico, así mismo la investigación se nutre de teorías y conceptos para generar un conocimiento práctico que permita ayudar al posicionamiento turístico de la comunidad a través de la diversificación de mercado tomando en cuenta al adulto mayor, mejorando de esta manera la calidad e imagen del destino.

Por las fuentes de información: Mixto

Las fuentes de información son mixtas donde inicialmente se utiliza información teórica y bibliográfica de estudios, documentos, papers, páginas web y artículos científicos referentes al perfil y motivaciones del turista.

Además, se obtiene información de entrevistas, encuestas y censos, instrumentos que fueron aplicados a turistas, autoridades y agentes turísticos respectivamente que nos permiten tener un mejor enfoque de la gestión turística y situación actual de la comunidad.

Por unidad de análisis: In situ

El análisis para la investigación se llevó a cabo en la comunidad Zuleta perteneciente al canto Angochahua, provincia de Imbabura, aquí se pudo observar los elementos necesarios que conforman el sistema turístico expuesto por Boullon.

La opinión de parte de los turistas es importante ya que se expone un solo modelo de encuesta por el motivo de que se estudia el perfil del turista senior, todo esto en base a la muestra planteada y de igual forma, las entrevistas a los representantes como la presidenta de la comunidad y entidades que conforman el GAD de Imbabura ayudó a comprobar la situación actual, el manejo de programas y proyectos propuestos dentro de la comunidad.

Por el control de variable: No experimental

El proyecto es no experimental debido a que no se manipulo ninguna de las variables a tomarse en cuenta durante la investigación, estas son proporcionadas de fuentes directas tales como documentos del plan de manejo y desarrollo de la comunidad Zuleta, el proyecto de conservación de paramos andinos y reforestación con especies nativas **SUMAK ALPA YAKU** Angochahua (contiene parte del proyecto del bosque protector Zuleta) y la Hacienda Zuleta con el número de llegadas de turistas que en su mayor parte pertenecen al grupo que se está estudiando.

El estudio experimental toma como base el comportamiento de los sujetos que se encuentran a prueba y la interacción habitual que tienen con diversos fenómenos que fluyen de forma natural, estos a su vez son analizados a posteriori. (Hernández Sampier, 2009)

Por el alcance: Descriptivo

La investigación descriptiva busca describir los fenómenos de un suceso específico en este caso el turismo senior como diversificador de zonas rurales con el fin de identificar factores clave que forman parte del problema y la relación que hay entre ellas.

Esta investigación utiliza herramientas como: entrevistas, encuestas y también incluye a la observación de conductas y comportamientos para determinar cómo se manifiestan uno o varios fenómenos y la reacción que existe frente a ellos.

Idea a Defender

¿Estudiar al turismo senior como factor de diversificación puede ayudar al posicionamiento turístico de la comunidad Zuleta?

Procedimiento para la Recolección y Análisis de Datos.

Las diferentes fuentes disponibles han permitido realizar un análisis exhaustivo con fines prácticos sobre la situación actual de la comunidad tomando en cuenta el valor de los atractivos naturales y culturales, estos han sido clasificados según su temática. Mientras que, para la obtención de datos, el uso de herramientas con carácter investigativo se elaboró en base a estudios sobre el tema a tratarse.

Es importante mencionar las dificultades que se presentaron durante el proyecto en cuanto a la obtención sobre el número de visitas, ya que como la autoridad competente de la comunidad manifiesta que no cuentan con una base de datos propia debido a la falta de equipo, se han visto obligados a tomar ese dato según el número de turistas que llegan a la hacienda Zuleta y el cual son proporcionados por la administradora.

Técnicas de Investigación

Técnica Documental

Esta técnica, estudia los escritos que se encuentran relacionados con el tema de investigación, los cuales se encuentran en bibliotecas, repositorios virtuales y publicaciones de entidades gubernamentales como son la OMT o revistas científicas, estas deben ser publicaciones recientes sin descartar publicaciones que se hayan realizado hace 20 años, en este caso, la información no proviene de forma directa de las personas investigadas sino por medio de sus trabajos escritos compartiendo de esta forma el significado de los mismos. (MacDonald & Tipton, 2000)

Como lo menciona los documentos, el turismo dentro de la comunidad Zuleta no se desarrolla de forma exponencial, debido a que es considerada en gran parte por su actividad agraria, al igual que estos planes territoriales, el GAD de Ibarra dentro del plan de ordenamiento territorial, explica de forma generalizada la situación de la comunidad junto con la parroquia de Angochahua ya que se encuentra dentro de la misma, partiendo desde los diferentes sistemas de saneamiento público y sobre el plan de cuidado medio ambiental.

Técnica de Campo

Esta técnica consiste en la relación con el objeto a estudiarse, construyendo la realidad estudiada. Esta se llevó a cabo en el sitio donde se identificó el problema, diagnosticándolo de manera anticipada, lo que nos permitió manejar los datos con mayor seguridad, tal como lo mencionan los investigadores, se utilizó la entrevista, cuestionarios y claro la observación.

Cobertura de las Unidades de Análisis

Población

Es el total de personas o grupo que poseen características similares en cuanto a alguna característica en específico, que se encuentran en un mismo espacio geográfico o territorio y forman parte de un mismo núcleo, del cual se va a tomar como referencia para realizar estudios y posteriormente conclusiones en base a la muestra.

Muestra para la aplicación de instrumentos

La muestra es una representación significativa de las características de la población, que bajo un margen de error se estudia las particularidades de un conjunto poblacional menor al de la población total, la muestra servirá para saber cuántas encuestas se deben elaborar de acuerdo a los objetivos de investigación.

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

En donde:

N= Tamaño de la población

Z= Factor de confiabilidad en el cuál si es un 95% de confianza se usa el 1,96 y un 99% de confianza se establece 2,57

$$P= 0.5$$

$$Q= 0.5$$

e = es el margen de error permitido y establecido por el investigador.

Es por esa razón que se buscó en el PDOT de Ibarra sobre el número de llegadas a la comunidad Zuleta, pero al no hallar un dato exacto se buscó realizar un primer acercamiento al nuevo presidente de la comunidad, la señora Rosa Colimba, menciona que reciben alrededor de 500 turistas a la semana y que en su mayoría son adultos de 50 años en adelante.

También se contó con la información sobre el número de turistas que llegan a hospedarse en la hacienda Zuleta y según lo mencionado por la Administradora de la Hacienda, Carolina Mosquera un 94% son personas entre 50 a 74 años, por lo tanto, tenemos una población finita, ya que se tiene conocimiento del número de turistas que se encuentran en la zona y a las cuales se tomara como muestra a las personas de la tercera edad de 50 a 74 años que realizan turismo dentro de la comunidad.

Al tener un dato tentativo sobre el número de llegadas en especial del segmento senior que son confirmado por las fuentes involucradas y en función a la misma, se ha tomado en cuenta el dato de los 500 visitantes por parte de la presidenta de la comunidad y a continuación se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{500(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.1)^2 (500 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

Datos

$$N= 500$$

$$Z= 1.96\%$$

$$P= 0.5$$

$$Q=0.5$$

$$e= 0.1$$

Resultado de la fórmula

$$n = \frac{480.20}{5.95}$$

$$n = 80.71$$

$$n = 80$$

Como resultado, arroja un total de **80 encuestas solo al segmento de los turistas senior**, ahora en cuanto a los establecimientos tanto de alojamiento como de A&B se realizó un censo para la clasificación y categorización del mismo.

Instrumentos de Recolección de Información

Nos permite conocer y familiarizarse con el tema de estudio, es decir el Turismo Senior, indagando de forma general el contenido de la investigación, mediante la revisión de artículos bibliográficos de libros, revistas, documentales y mediante instrumentos como la observación, entrevista, encuesta y censo que permitirá obtener mayor información sobre las variables que son importantes analizar en el problema de estudio.

Observación

Permite observar el fenómeno, hecho o caso, en esta situación se toma en cuenta a la población de la comunidad, visitantes y turistas para poder constatar el aporte estratégico que representaría la diversificación de la oferta turística en la comunidad, tomando en cuenta al turismo senior como nuevo segmento de mercado.

Entrevista

Permite obtener datos como producto del dialogo entre dos o más personas: entrevistador y entrevistado; en este caso la entrevista está dirigida a los agentes turísticos que han palpado directamente la actividad turística dentro de la comunidad. Con el fin de conocer desde la fuente, como se desarrolla el turismo y como este es percibido por la comunidad. **(véase anexo 1)**

Las entrevistas van dirigidas a los agentes turísticos que se encuentran involucrados con la comunidad, los cuales son los siguientes:

- ❖ Entrevista a la Srta. Rosa Colimba, actual presidenta de la comunidad de Zuleta, el propósito de la misma es conocer cuál es la situación actual de la comunidad frente al turismo y si reciben el debido presupuesto por parte del GAD de Ibarra, en cuanto a proyectos si se están aplicando y están dispuestos a recibir uno nuevo que se enfoque en dinamizar a la comunidad de Zuleta por medio de la presentación del turismo senior en zonas rurales.
- ❖ Entrevista a la administradora de la Hacienda Zuleta, la Sra. Carolina Mosquera sobre el perfil del turista senior y la factibilidad del mismo para levantar a la comunidad siendo este el producto diferenciador que no todos lo están aplicando y de su trabajo en conjunto con la comunidad de Zuleta en cuanto a proyectos turísticos.
- ❖ Entrevista dirigida al Sr. Felipe Escola, dueño de la agencia de viajes Pachakilla tours con el objetivo de obtener su punto de vista en cuanto a Turismo Senior y si se está llevando a cabo, también sobre su trabajo en conjunto con la comunidad Zuleta al ofertar paquetes turísticos enfocada a las personas de tercera edad y las actividades que prefieren realizar.

Censo

Permite obtener datos de la planta turística de la comunidad y como esta ve al turismo senior como aporte a la diversificación de la oferta turística, a más de su preparación para recibir a los visitantes y turistas en cuanto al servicio, infraestructura y calidad.

Encuesta

Permite obtener opiniones de los turistas que de alguna manera experimentaron su visita a la comunidad, además de recabar información sobre sus criterios y percepciones. Esto aporta al conocimiento sobre esta realidad de cómo es percibida la comunidad desde el punto de vista del turista.

Capítulo III

Diagnóstico Situacional de la Comunidad de Zuleta

Zuleta, un rincón que perdura en el tiempo.

Macro Localización

Provincia de Imbabura

La provincia de Imbabura se encuentra ubicada en la parte norte del país, limitando con las siguientes provincias: Carchi al norte, Pichincha al sur, Sucumbíos al este y con la provincia de Esmeraldas al oeste. Es una zona en la cual nos permite pasar mágicamente de un clima frío de paramo del volcán Imbabura, a los fértiles y cálidos Valles del Chota y Salinas, para disfrutar de actividades como el turismo en ambientes únicos en el país.

Así esta provincia está conformada por seis cantones: Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro y San Miguel de Urququí. (GAD PROVINCIAL DE IMBABURA, 2015)

Cantón Ibarra

Asentada al pie del volcán Imbabura, conocida comúnmente como la ciudad blanca a la que siempre se vuelve, ubicada a 108km de la ciudad de Quito, capital del Ecuador, cuenta con un clima templado seco que brinda una eterna primavera a sus habitantes y un deleite paisajístico a los turistas.

Parroquia de Angochagua

La parroquia Angochagua es una parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra, se caracteriza por ser una de las más antiguas de la provincia de Imbabura, teniendo aproximadamente 155 años de vida. (GAD PROVINCIAL DE IMBABURA, 2015)

Debido a la bondad y diversidad de climas que posee es considerado por el pueblo Caranqui un sitio estratégico donde puedan construir sus aposentos reales y fortalezas, las cuales se encuentran en perfecta conservación formando el complejo arqueológico de Zuleta. (Hacienda Zuleta, 2017)

Esta parroquia está conformada por 6 comunidades: Angochagua que es la cabecera cantonal, la comunidad Chilco, Cochas, Zuleta, La Magdalena y La Rinconada.

Comunidad de Zuleta

La comunidad de Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943, donde adquiere su personería jurídica a través del registro oficial, para posteriormente en el año de 1983 conformar una sociedad en unificación con todos sus habitantes, donde supone los primeros pobladores fueron Caranquis, quienes habían poblado la zona hasta aproximadamente el año 1470 D.C. (Zuleta Community, 2017)

En la actualidad conocida como una de las comunidades con mayor expectativa dentro de la provincia hacia los turistas, por su espectacular riqueza natural, cultural e histórica que constituyen una amplia gama de recursos turísticos merecedores de ser difundidos y visitados por los turistas.

Pertenece a la parroquia rural de Angochagua, cantón Ibarra, ubicada al Suroriente de la provincia de Imbabura, Su población es de 1037 habitantes conformada por familias mestizas y en su mayoría indígenas, conservando sus costumbres, tradiciones y leyendas.

Historia

Los Caranquis.

La comunidad de Zuleta es uno de los sectores más fértiles de Imbabura pero si hablamos sobre los primeros asentamientos, no se encuentran datos oficiales antes del periodo tardío y las excavaciones vislumbran montículos o “tolas” dentro del bosque protector de Zuleta que datan de 1745 a.C en donde pruebas de carbono han determinado que existió una extensa tala forestal, cerca del lago El Cunrru se encontraron sedimentos de polen y turba, indicativo de cultivos tales como maíz y quínoa hace 3100 y 1500 años a.C. (Hacienda Zuleta, 2017)

Tal como se lo menciona al principio, la construcción de tolas es propio de los Caranquis, junto a ellos se encontró un sofisticado sistema de riego cerca de las pirámides, este sistema conocido como “camellones” aprovechaba el agua de lluvia para regar el campo y al día de hoy se siguen encontrando rastros del mismo, también las pirámides con grandes rampas similares a las que se encuentra en Cochasqui, sirvieron como residencias de élite para el jefe supremo y como foco ceremonial para las comunidades dispersas (Hacienda Zuleta, 2017)

Los arqueólogos consideran que dentro del señorío Caranqui se manejaban por medio de dinámicas sociales en donde cada “Llajta” se encontraba encabezado por un cacique, por cada tribu, guardando su propia autonomía en la parte social, económica y religiosa (Avilés Pino, s.f.)

Debido a la volatilidad de la sierra ecuatoriana, este se encontró sujeto a erupciones regulares es por eso que la tierra del mismo se encuentra lleno de minerales aptos para el cultivo, se cuenta que una erupción del volcán Quilotoa por el año 1260 causo un enorme desplazamiento al norte por parte de este grupo ubicándose por Otavalo, Cayambe, Chota-Mira y Guayllabamba. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, s.f.)

Figura 7

Pirámide central y tolas, Hacienda Zuleta



Nota: Las tolas se encuentran en la propiedad de la Hacienda Zuleta, la información sobre este atractivo es escaso. (*Hacienda Zuleta, 2017*)

Los jesuitas en la comunidad de Zuleta.

Una vez que ha pasado la conquista española, cada asentamiento incaico fue repartido por las distintas comunidades religiosas, cabe mencionar que a este sitio llego el último grupo religioso al nuevo continente, los jesuitas, a la segunda mitad del siglo XVI, se cree que este sitio funciono como una estancia o criadero de animal bovino y ovino, el cual da como punto de inicio al primer obraje en Zuleta, ya a final XVI.

La corona española sede estas tierras en un proceso llamado “composición” y la cruz que se encuentra al centro de la actual hacienda Zuleta tiene un anagrama propio de la orden jesuita, la construcción de la misma no finalizo hasta 1691 con la adhesión del granero, la capilla y la culminación en su totalidad del edificio central. (Hacienda Zuleta, 2017)

Figura 8

Cruz en la plaza central de la Hacienda Zuleta



Nota: Esta cruz esta tallada en piedra volcánica y tiene grabado las iniciales de la orden jesuita. (Hacienda Zuleta, 2017)

La influencia religiosa para la comunidad deriva del canónigo Gabriel Zuleta quien tomó posesión y se encargó de la propiedad para 1713 debido a la expulsión de los jesuitas por parte del rey Carlos III, antes de ser conocida como Hacienda Zuleta esta llevo el nombre de Cochicaranqui de Zuleta y tras la muerte del canónigo paso a manos de la familia Posse hasta finales del siglo XIX, quien compro la propiedad fue José María Lazo, el primer enlace ancestral a la Hacienda Zuleta. (Zuleta Community, 2017)

La familia Plaza

Actualmente la Hacienda Zuleta funciona tanto como una granja de trabajo tradicional y un hotel de primera ya que han conservado intacto, exceptuando unas cuantas reparaciones que, si requiriera la misma, estas son manifestadas por la actual administradora de la hacienda, Carolina Mosquera. Pasaron 2 generaciones hasta que la hacienda pase a manos del expresidente Galo Plaza Lasso que antes de ocupar el cargo de dirigir la nación, fue diplomático y aficionado a los toros.

Figura 9

Familia Plaza-Pallares



Nota: De izquierda a derecha el ex presidente Galo Plaza con su familia en compañía de su esposa. (*Hacienda Zuleta, 2017*)

Galo Plaza fue un ferviente defensor de la agricultura y del desarrollo agrícola en comunidades lejanas y gracias a su convicción introdujo a la comunidad las primeras vacas Holstein, apreciadas por su leche y la selección sistemática de semillas y el cultivo mecanizados (uso de tractores), revolucionando la agricultura y convirtiendo a Zuleta en un buque insignia.

La implementación de las reformas agrarias otorgó extensiones de tierra para los distintos pueblos indios, eliminando el sistema de huasipungeros y disfrutando actualmente de su independencia (Hacienda Zuleta, 2017).

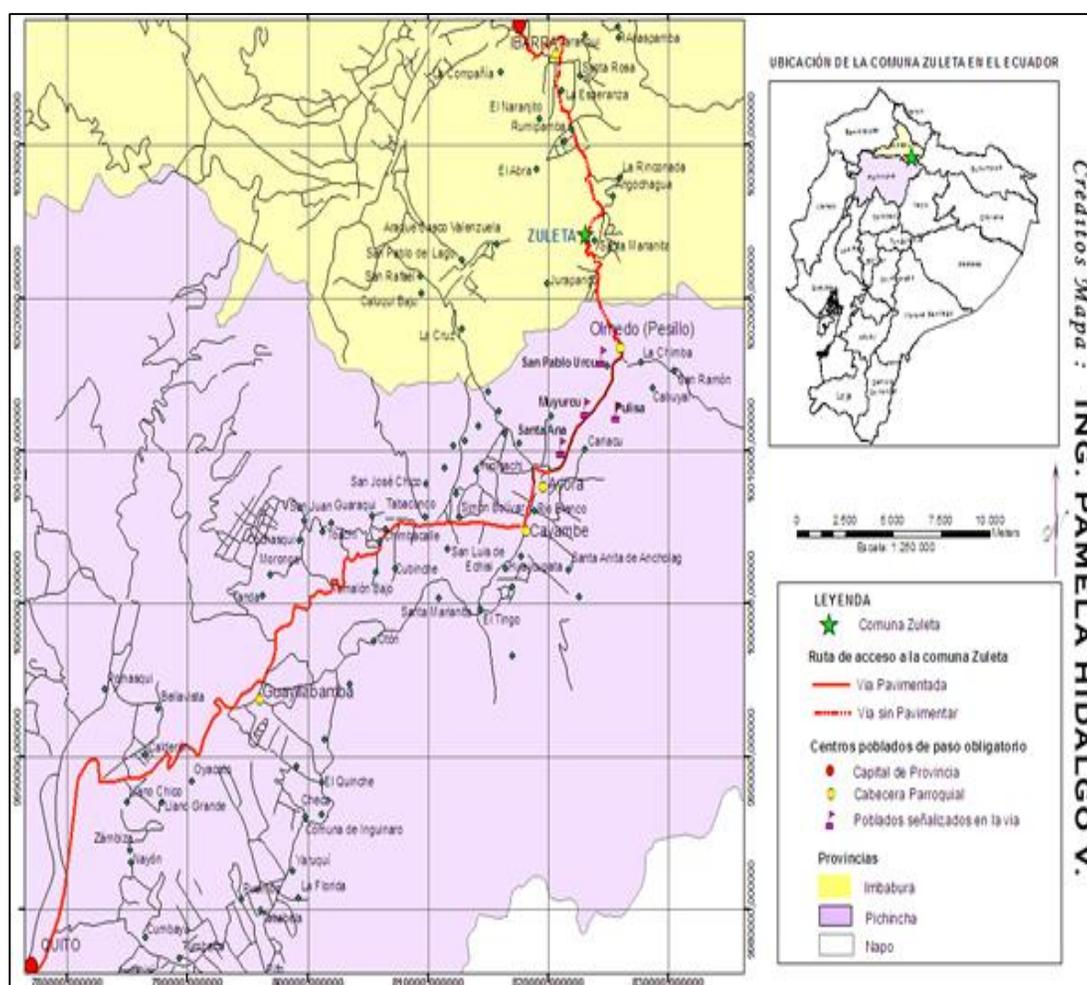
El 11 de enero de 1943, se funda como comunidad Zuleta divididos en 2 asentamientos, al norte el asentamiento mestizo y al sur los asentamientos indígenas, la esposa de Galo Plaza, Rosario Pallares implemento un taller de costura para apoyar y aprovechar las destrezas de las mujeres y que generen un ingreso extra, reconociendo la identidad cultural de Zuleta (Desconocido, 2013).

Datos Generales

Ubicación geográfica

Figura 10

Mapa de la comunidad Zuleta



Nota: Actualmente no se tiene un mapa actualizado de la comunidad y se rescató este del trabajo de (Mesa Tumbaco, 2015)

Como llegar a la comunidad de Zuleta

Entre las rutas más convenientes desde Quito tenemos las siguientes:

1. Se puede dirigir a la Terminal Terrestre de Carcelén y trasladarse en las siguientes compañías de transporte: Flota Imbabura, Andina, Aerotaxi o Express Turismo, las cuales pasan por Zuleta.
2. Se puede dirigir al Terminal terrestre de la Ofelia y trasladarse en la cooperativa de transporte Flor del Valle hasta el estadio de Cayambe para luego arribar en la cooperativa de transporte 24 de Julio, la cual pasa por Zuleta.

Figura 11

¿Cómo llegar a la feria de bordados en Zuleta?



Nota: Exposición de artesanías-bordados a mano toda la semana. (Información turística de Ibarra, s.f.)

Localización política

- **Provincia:** Imbabura
- **Cantón:** Ibarra
- **Parroquia:** Angochagua
- **Comunidad:** Zuleta
- **Situación:** Suroriente de la provincia de Imbabura.

Limites

- **Norte:** Cantón Ibarra y Parroquia de la Esperanza, Provincia de Imbabura
- **Sur:** Parroquia Olmedo, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.
- **Este:** Parroquia San Pablo, cantón de Otavalo, Provincia de Imbabura.
- **Oeste:** Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura.

Superficie

En cuanto a su superficie, cuenta aproximadamente con 4.770 hectáreas, de las cuales 2.828 hectáreas fueron declaradas bosque protector, 450 hectáreas pertenecen al asentamiento de la comunidad, 2.378 corresponden al ecosistema de páramo y 1.942 pertenecen a la Hacienda Zuleta, propiedad de la descendencia del expresidente Galo Plaza Lasso.

Clima

El clima es templado y apto para el cultivo de diversos productos agrícolas y crianza de ganado, ya que se encuentra entre los 2800 msnm (metros sobre el nivel del mar) y los 3800 msnm de altitud.

Idioma

La población habla el quichua y el castellano.

Diagnóstico económico

Los habitantes de Zuleta dedican su tiempo a las actividades agrícolas, que la comunidad ha venido desarrollando desde sus inicios como fuente principal de su economía, además de la crianza de animales domésticos, elaboración de productos lácteos y la fabricación y producción de bordados a mano que es la actividad más fuerte y representativa de la zona.

También se dedican a las actividades artesanales obteniendo un gran número de productos elaborados con distintos tipos de materiales, se destacan los artículos de madera como son las bateas, cucharas, platos, bigshas y varios instrumentos con los que labran la tierra como: rastas, pullas, yugos, arado, entre otros. Por otro lado, también está la alfarería dando como resultado hermosos productos hechos a base de cerámica como: vasijas, platos, recuerdos, entre otros.

El turismo se ha desarrollado de manera paulatina, siendo en la actualidad una fuente representativa de ingresos económicos para la comunidad. Por lo que no es extraño ver como los pobladores se interesan por emprender y de esta forma mostrar al mundo su gran potencial artístico y habilidades, organizándose por grupos o sociedades consientes de vivir en una comunidad que ha sabido cuidar y preservar su cultura y tradiciones al paso del tiempo, un ejemplo son las fiestas tradicionales del Inti Raymi o fiestas de San Juan que se celebra en los meses de junio y julio.

De igual manera otros sectores han desarrollado restaurantes, hoteles, hostales como parte de la plata turística que oferta la comunidad, aparte de esto varias familias de la comunidad han abierto sus puertas de sus hogares a los visitantes y turistas que desean vivir de cerca sus costumbre y tradiciones, más aún el vivir diario con cada familia, llevándose de esta manera una experiencia única e inolvidable.

Diagnóstico social

La comunidad de Zuleta está conformada por dos grupos representativos, en un primer lugar esta la población indígena, ya que sus antecesores fueron los Caranquis, y en un segundo lugar los mestizos que posteriormente llegaron a la comunidad.

La mayor parte de la población son personas adultas mayores. “Las relaciones intrafamiliares en el hogar tienden a ser verticales, donde el padre es el jefe de casa y quien determina las reglas del hogar sobre hijos varones y mujeres, promulgándose el respeto a las personas mayores y a las costumbres” (Proyecto Paramo Andino, Eco ciencia, noviembre 2008).

Diagnóstico tecnológico

La comunidad cuenta con servicio de internet y navegación específica en el centro comunitario, la red telefónica que cumple con una mayor cobertura dentro de la comunidad es Claro, pero a más de 2500 metros ninguna operadora tiene cobertura, por lo que la comunicación telefónica es limitada.

Atractivos turísticos

Entre los atractivos naturales de Zuleta está la visita al cerro Cunrru y la laguna Cubilche, una formación de pajonales propios del ecosistema del páramo que alberga una riqueza infinita de flora y fauna, entre ellos podemos destacar como sitio de refugio para venados, pumas, zorros andinos, osos de anteojos y cóndores.

Desde estos puntos se puede apreciar la cordillera de Angochahua y a toda la comunidad Zuleta. Se pueden realizar actividades tales como: caminatas, ciclismo de montaña y observación de aves, antes de llegar al cerro Cunrru se puede encontrar en los caminos y senderos naturales algunos miradores estos fueron creados por la población por medio de mingas como parte de la promoción turística de Zuleta.

Casa Museo

Eliseo Sandoval es un campesino que a lo largo del tiempo ha reunido una variedad de antigüedades o reliquias que pertenecen a la comunidad Zuleta. Aquí se puede encontrar desde la entra de su casa como lo adornan cabrestos, utensilios para la agricultura, cuchillas de siembra, entre otros instrumentos todos estos tallados a mano.

Al ingresar al museo, el señor Eliseo Sandoval se expresa con naturalidad al hablar sobre el valor e importancia que tiene cada uno de estos artículos, por ejemplo: La evolución de la vestimenta tradicional tanto en hombres y mujeres, los utensilios de cocina que permanecen y aun lo siguen utilizando los ancianos de la localidad, monedas de bronce e instrumentos musicales usados en las fiestas elaborados con huesos de animales.

Bosque Protector Zuleta

Posee una extensión de 4166.46 ha, tal como lo señala el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Angochahua, “fue declarado por el Ministerio del Ambiente del Ecuador el 1ro de junio de 1995 como Zuleta y anexos Cía. Ltda.” (Sandoval, 2015), por lo tanto el bosque es compartido por las parroquias Mariano Acosta, La Esperanza y Angochahua.

Cada parroquia trabaja en conjunto para la conservación del mismo ya que se puede encontrar especies como Ashpa chocho, mortiño, carrasquillo, marco, romerillo, arboles de sauco, pumamaqui, paja de páramo, shanshi, entre otras especies. Cabe mencionar que, gracias a este bosque, Imbabura fue declarado como primer Geo parque Mundial el 17 de abril del 2019 (Caiza & EFE, 2019)

Figura 12

Ubicación bosque protector de Zuleta



Nota: El bosque protector Zuleta es considerado el pulmón de Ibarra. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015-2023)

Las Tolas de Zuleta y la Hacienda.

Uno de los atractivos que mayor afluencia de turistas tiene y es reconocido por su nombre es la casa del ex presidente Galo Plaza, actualmente es considerada una de las haciendas turísticas con mayor renombre dentro del Ecuador, debido a la perfecta conservación de este sitio. Además, posee una parte del bosque protector Zuleta y en el cual se pueden observar alpacas que son parte del proyecto de conservación.

Dentro de la hacienda se encuentran las tolas de los antiguos Caranquis que aún se pueden visitar, también cuenta con un criadero de ganado de donde sacan leche y por lo consiguiente también tienen su propia fábrica de quesos con carácter internacional. A favor de la naturaleza han emprendido un proyecto denominado “Cóndor Huasi” que trata sobre la rehabilitación de esta majestuosa ave y su futura

reinserción a la vida salvaje. También cuenta con un taller de bordado a mano realizado por mujeres de la comunidad.

Fiestas y Rituales

Las manifestaciones culturales dentro de una comunidad son importantes, ya que relatan su diario vivir o sucesos que han pasado que son transmitidas por su tradición oral, como se menciona en un principio, la comunidad Zuleta antes de la reforma agraria estuvo bajo la administración de la comunidad jesuita y la importancia de este tuvo gran impacto en sus pobladores, debido a las conquistas.

La fiesta de San Juan Bautista e Inti Raymi.

San Juan es la más importante en Zuleta se celebra el 24 de junio, fecha que coincide con el Inti Raymi fiesta indígena que celebra la primera cosecha del año y es consecuencia del sincretismo religioso entre la evangelización española y la cosmovisión indígena. “San Juan es el protector de los sembríos”.

Los priostes son elegidos por miembros de la familia y pasan el mando a personas cercanas y a sus colaboradores normalmente son personas de la comunidad que están en mejor situación económica como para soportar los gastos de las fiestas.

Para tener listo, se preparan desde el año anterior empezando por la siembra y la selección de los granos que servirán para la elaboración del champús y la chicha seguido de la entrega de animales por parte de los colaboradores del prioste mayor para su crianza ya que servirán para alimentar a los invitados.

Figura 13

Fiesta de San Juan, junio 2019



Nota: Durante las fiestas de San Juan asisten alrededor de 2000 participantes empezando.

El armado del castillo es importante ya que se lo encuentra en cada casa, estos castillos pueden variar, pero por lo general llevan frutas de la temporada, pan hecho en horno de leña y de diferentes formas (pueden ser animales o muñecas), licores y comida. Algo que llama la atención es que en se encuentra dinero pegado en estos artículos, el objetivo del castillo es similar a un cuerno de la abundancia solo que aquí una persona que “abra el castillo” debe regresar el año que viene con el doble de producto.

Figura 14*Castillo en la Hacienda Zuleta*

Nota: El castillo puede variar en tamaño, forma y cantidad.

Las loas

Este forma parte de la tradición oral de la comunidad Zuleta ya que son versos dedicados a San Juan bautista. La importancia de estos versos radica en las principales familias de cuentistas de la comunidad que mantienen estos escritos y se han pasado de generación en generación, sin modificación alguna.

Son pocas las personas que conocen el contenido de estos versos y esto se debe a que su familia tiene en sus manos el manuscrito original o fueron elegidos por parte de la familia de los priostes por su habilidad para declamar.

Los loadores son elegidos desde muy jóvenes ya que durante 6 meses deben estudiar los versos y practican montados a caballo como dicta la costumbre, ya que el día de la fiesta mayor estos se presentan frente a los patrones de la hacienda y lanza una gallina en señal de agradecimiento.

Los aspectos que juzga el dueño de la hacienda son: pronunciación, tono de voz y fuerza ya que lo recompensan de forma económica.

Figura 15

Joven loador en la Hacienda Zuleta



Nota: Las jáquimas se adornan con espejos y cintas de colores e incluso monedas.

El matrimonio

Otras de las manifestaciones culturales dentro que mayor importancia tienen dentro de la comunidad es el matrimonio. Inicia con el coqueteo durante las fiestas de San Juan, en donde se reúnen hombres y mujeres formando los famosos grupos de canto, el hombre suele quitarle el pañuelo a la mujer con la espera de encontrarse el año que viene en las fiestas.

Una vez dado el encuentro, la mujer da paso a la conquista para pedir la mano en matrimonio, suelen llevar a la casa de la futura novia animales (gallinas, vacas, borregos o cerdos) y comida preparada (champús, chicha, habas, choclo, entre otros) esto es conocido como “el mediano”. Una vez aceptado el mediano se da paso a la celebración, antiguamente, las novias solían usar colores llamativos en señal de alegría y este era otorgado por la propia familia del novio o su familia. Actualmente usan colores discretos en tonalidades cálidas, adaptándose a la tradición de vestirse de blanco.

Capítulo IV

Análisis de Mercado

Presentación

En este capítulo se muestran los resultados de la investigación previamente obtenidos mediante el uso y aplicación de los instrumentos de recolección que fueron: la observación de campo, la encuesta dirigida a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la comunidad Zuleta y por último el censo realizado a los establecimientos de alojamiento y restaurantes (A&B) para determinar el estado de la demanda y la oferta de la comunidad en base al estudio del sistema turístico propuesto por Boullon.

La tabulación de datos y diseño de gráficos fueron obtenidos mediante el programa informático Excel permitiendo realizar un análisis detallado en donde se resuelven las incógnitas previamente implantadas en el trabajo de investigación, utilizando información de fuentes confiables se puede comprobar las proporciones e inexactitudes que se presentan y posteriormente estos fueron interpretados de manera detallada, arrojando una proyección que a futuro puede mejorar la calidad del servicio.

El contexto actual en el que se está viviendo, el turista va a exigir destinos en donde prevalezcan la seguridad y la salud garantizando reconocimiento a los mismos, estos son precedidos por la calidad ahora entendida como limpieza y el uso de herramientas tecnológicas que permitan una mayor confiabilidad y garantía, comprobando su influencia y que tan apegados están a los turistas en especial el segmento de mercado previamente estudiado como lo es el turista senior.

Se prevé que para el 2050, el mundo tendrá un aumento en la población de tercera edad (Esichaikul, 2012) pero las cifras deberán ser actualizadas con respecto al cambio que está atravesando el mundo actual, por lo que la OMT trabajará en conjunto con la OMS y la ONU para coordinar datos estadísticos y garantizar el sistema de salud dentro de los destinos para reducir el número de bajas posibles y apoyando a la recuperación (resiliencia turística) (Organización Mundial de Turismo (OMT), 2020)

Análisis del Sistema Turístico Según Boullón

Tal como lo interpreta Roberto Boullón, al turismo no se lo considera como una ciencia o una industria, pero si forma parte del sector terciario (actividades no productivas, pero si genera servicios) el cual cumple con en satisfacer las necesidades al momento de integrar cierto número de servicios, por ende, aumenta la demanda y el confort de los dichos servicios.

Existen varias versiones o interpretaciones del sistema de planificación turístico, por mencionar el sistema turístico según Neil Leiper, este sistema analiza cualquier tipo de turismo basado en los efectos que produce las vacaciones, este conformado por 4 elementos: turistas, lugares, actividades turísticas y la interdependencia de los anteriores.

Aparte del modelo de Leiper también se menciona el modelo de turismo industrial como su nombre lo especifica, se enfoca en la producción en masa, comercialización y lucro, no confundir con el "Turismo Industrial". El modelo de turismo antropológico social se enfoca en las actividades de ocio en los distintos niveles sociales, tanto de forma individual como de forma comunitaria. (Boullón , 2006)

Para Boullón, no existe un modelo único ya que todos tienen el mismo objetivo, el estudio de la oferta-demanda, este por otro lado se encuentra dividido en 8 partes y

son explicados en el siguiente modelo. En este se explica la interrelación de los elementos dentro de la oferta y demanda, incluyendo como producto a la planta turística.

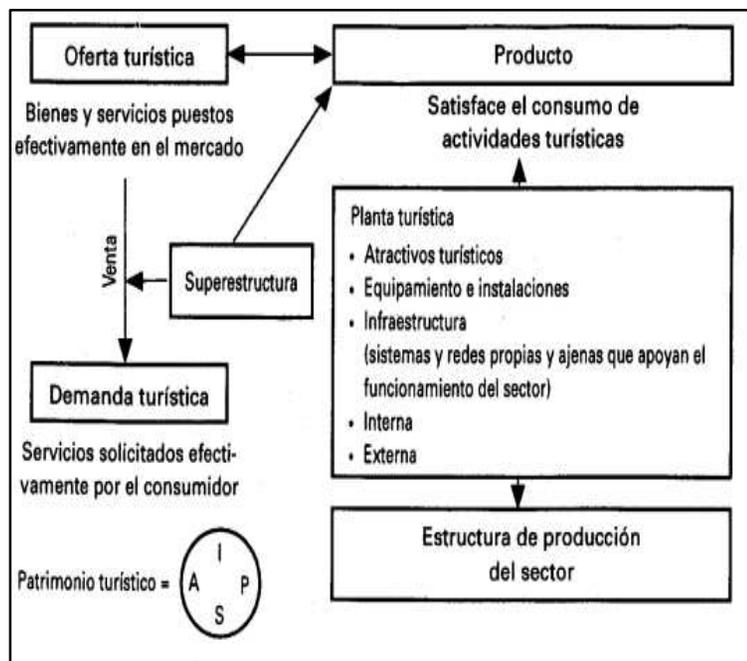
Demanda: Para contabilizar la demanda, este utiliza el número de visitas en su totalidad al sitio o país en cuestión de forma total, incluso puede ser a un atractivo turístico, dependiendo de las ganancias que se genera. Estas pueden variar debido a que se complementan con meses en donde la demanda es mayor (Semana Santa, Carnaval y Difuntos). Lo que se necesita saber es cuanto se consume dentro del destino desde el enfoque de ventas.

Oferta: “comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes” (Glosario servidor-Alicante, 2020) para Boullón , la oferta es la cantidad de mercancía o servicio que se posee para después sacarlo a la venta en un periodo y precio determinado, un ejemplo de oferta seria la Fanesca, este platillo que determina el fin de la semana santa posee cierto misticismo porque cada grano cuenta con un significado, durante la semana mayor este delicioso platillo es ofertado comúnmente en los restaurantes, mismos que delimitaran un precio acorde lo vean conveniente tomando en cuenta factores como la calidad, servicio, disponibilidad, temporada, entre otros, pasado este tiempo el platillo no será consumido hasta el año siguiente ya que la gente está acostumbrada a que se le imponga los patrones de consumo de cierto bien o producto.

Para el restaurante no existirá perdida debido a que renueva su menú de forma periódica, el mismo ejemplo aplica a establecimientos.

Figura 16

Funcionamiento del sistema turístico según Boullón.



Nota: El modelo del sistema turístico de Boullón explica cómo se conforma la parte hotelera y el turismo en los entornos macro y micro. (Boullón , 2006)

Venta: Es considerado el encuentro entre oferta y demanda, aquí el consumidor o en este caso el turista tiene previo conocimiento sobre lo que va a consumir y se desplaza al sitio en donde se encuentra la oferta, durante el proceso de venta, el precio de sus productos debe ser competitivo y accesible dependiendo del mercado al que se enfocan, si un hotel de 4 estrellas ofrece sus servicios al precio de un hotel de 5 estrellas , el turista inmediatamente optaran por otra opción acorde a su presupuesto.

El producto turístico: Son todos los servicios que conforma a la Oferta turística, consideran a los mismos como un medio y mas no como un fin. En esta parte Boullón menciona un breve análisis del producto turístico en la parte motivacional en el cual, “el turista compra dichos servicios para resolver sus necesidades

elementales,...pero su verdadera motivación es realizar otras actividades” (Boullón , 2006), en conclusión el producto turístico permite realizar diferentes actividades de ocio y entretenimiento, compartiendo la misma visión expuesta por Crompton, también se menciona que un turista que visita un lugar determinado puede poseer las características de la competencia pero lo que influye en su decisión de elegir uno de otro es el precio

Planta turística: Abarca a las instalaciones y equipamientos que son de gran ayuda al momento de satisfacer las necesidades del turista estas se encuentran al alcance y forman parte de la planta turística, se debe tomar en cuenta que no todos lo que forma parte de esto se lo considera público. A continuación, se mencionan los elementos que conforman la planta turística.

- a) **Instalaciones:** áreas de uso común, senderos naturales, áreas húmedas, vestuarios, áreas de recreación y deporte, muelles, sitios de camping, refugios dentro de los parques y áreas nacionales, entre otros.
- b) **Equipamientos:** conformados por los sitios de alojamiento, alimentación, discotecas, agencias de viajes, centros de información turística, casas de cambio, guías freelance, transporte turístico, estacionamientos, entre otros.

Tanto en las instalaciones como en el equipamiento, estos se encuentran clasificados debido a la variedad que existe, por ejemplo, en el caso de la piscina dentro de un hotel este tiene la categoría de agua y playa, a diferencia de los establecimientos que son considerados como públicos y privados.

Infraestructura: Es el conjunto de bienes y servicios que complementan tanto a la planta como al atractivo, estos son indispensables para el desarrollo de toda actividad turística. Hace referencia a la parte de redes viales para los diferentes medios de

transporte (aéreo, ferroviario, marítimo, autobuses), servicios automotrices, correos e incluso e los servicios de saneamiento de las ciudades (recolectores de basura, alcantarillado) hospitales, entre otros. Es importante que toda población cuente con los servicios básicos ya que garantizan seguridad y confianza al turista.

Superestructura: Es considerada como el sistema superior, esta regula todo el sistema turístico, es decir que son todas las leyes, regulaciones, manuales, entre otros documentos que optimizan y modifican a la infraestructura

Patrimonio turístico: Es el complemento de atractivo, planta, infraestructura y superestructura el cual determina una gestión aceptable en cuanto a la planificación de este. Estos elementos, dentro de la perspectiva comercial son un punto importante dentro de la comprensión económica que a nivel de naciones se ve reflejada en los Índice de Desarrollo Humano, por ello es necesario su comprensión. Sin embargo, en los últimos años se viene dando importancia al vínculo del hombre con su entorno, por esta razón el turismo sostenible cobra mayor fuerza y es ineludible no comprometerse. El turismo por su carácter multidisciplinario ha demostrado fehacientemente que es capaz de generar desarrollo en comunidades y ciudades de manera sosegada y paulatina.

Demanda Turística

Para la OMT, la demanda turística se define como, “el conjunto de turistas que, de forma colectiva o individual, están motivados por un servicio o producto turístico buscando como objetivo satisfacer una necesidad”. Según Luna, Barragan, & Quintero Miranda: “La demanda es la cantidad de un producto que los consumidores estarían dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010)

Es así como determinaremos que la demanda es la cantidad de bienes y servicios que el consumidos requiere del mercado, expresada en el número de visitantes nacionales o internacionales que llegan a una localidad, con el fin de satisfacer su necesidad de disfrutar de los atractivos, servicios, oferta de un lugar.

Para determinar la demanda de la comunidad de Zuleta se realiza en base a la técnica de la observación de campo realizada por la misma comunidad y algunos registros realizan gestores turísticos ya que no cuentan con un registro exacto del número de visitantes que vistan la comunidad.

En la entrevista realizada al Señor Felipe Escola Técnico en turismo, director de proyectos dentro de la agencia de viajes a su cargo y Guía nativo de la comunidad, menciona que dentro de sus bases de datos la mayor parte de turistas que visita la comunidad proviene de España y Francia seguidos de Estados Unidos y Alemania que son los mercados internacionales con los cuales se trabaja más dentro del turismo en Zuleta.

Historial de visitas a la provincia de Imbabura

Según la Información que emitió la Coordinación de Estadística e investigación del Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo Ecuador, 2019) Imbabura fue la provincia con mayores visitas extranjeras en los últimos seis años dentro de la Zona 1, al totalizar 1,6 millones de turistas, seguido de las provincias de Esmeraldas, Carchi y Sucumbíos. Datos que demuestran que el turismo en la provincia ha ido en aumento a comparación de otras provincias del país, destacando que entre los intereses del turista está el turismo cultural y los destinos naturales.

Para determinar la demanda turística del cantón Ibarra, se ha tomado información base del GAD de la provincia de Imbabura. Al no existir datos exactos sobre el número de visitantes que llegan a la comunidad, se optó por buscar información en trabajos de investigación realizados en la comunidad, obteniendo un dato seguro como se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla 2

Porcentaje de turistas que visitan Ibarra según su origen.

Procedencia	Número	Porcentaje
Colombia	42	41
USA	18	18
Canadá	10	10
Alemania	9	9
Venezuela	5	5
España	4	4
Otros	4	4
Francia	3	3
Argentina	2	2
México	2	2
Brasil	2	2
Perú	2	1
TOTAL	101	100

Nota: Esta tabla muestra el número de llegadas a se lo toma como referencia debido a la falta de información en el GAD de Ibarra. Citando a (Rivera Garrido, 2017) por (Guerra Paéz, 2018)

El mayor porcentaje de visitas a Ibarra proviene de Colombia atraído principalmente por la cercanía con respecto a su país, el turismo de aventura, el ecoturismo y el turismo comunitario con el fin de conocer las costumbres y tradiciones de las comunidades indígenas, afirmando que se deja de lado al turismo de masas prefiriendo destinos rurales alejados de las grandes urbes que les proporcionen experiencias únicas en convivencia con las comunidades.

Historial de turistas que visitan la comunidad de Zuleta

Porcentaje de turistas que visitan Zuleta según su origen

Tabla 3

Porcentaje de llegadas a Zuleta

Procedencia	Número	Porcentaje
Colombia	18	28,57
Nacionales	15	23,81
USA	23	36,51
Alemania	7	11,11
TOTAL	63	100

Nota: Esta tabla es tomada como referencia ya que la comunidad no cuenta con un dato exacto del número de llegadas a la Comunidad. Citando a (Rivera Garrido, 2017) por (Guerra Paéz, 2018)

Las personas que visitan con mayor frecuencia la comunidad son provenientes de Estados Unidos, quienes llegan a Zuleta en compañía de familiares con el fin de interactuar con la comunidad, apreciar los paisajes naturales su cultura y descansar, además de poder conocer los tan famosos bordados de Zuleta ya conocidos a nivel

internacional, así como su bosque protector, en donde se puede encontrar una diversidad de flora y fauna.

Pronóstico futuro de llegadas de visitantes Senior a la zona de estudio

En base a la entrevista realizada, se toman en cuenta las opiniones tanto de la presidenta de la comunidad como de la administradora de la Hacienda Zuleta, ya que ambos agentes turísticos tienen noción del número de visitas que recibe y siendo la hacienda la única con una base de datos.

La mayoría de las respuestas de los dos agentes concuerdan, entre ellos la temporada en que son considerados como el pico alto que son durante los meses de junio a septiembre, esto se debe a que coinciden con la celebración del Inti Raymi, durante esa temporada los turistas llegan al centro de Ibarra y pasan a visitar las comunidades, durante su visita los viajeros pueden observar y en pocas ocasiones participar en los bailes.

Según lo menciona Carolina Mosquera administradora de la Hacienda Zuleta, “Durante la época de fiestas (en especial) en San Juan la hacienda cierra sus puertas y no reciben turistas, debido a que la mayoría de ellos son personas de tercera edad y lo que buscan es un sitio tranquilo y el ruido de la pirotecnia los asusta, ya que no están acostumbrados a las celebraciones fuertes”, sin embargo la presidenta de la comunidad Rosa Colimba, manifiesta que las personas mayores disfrutan de observar y participar en las fiestas ya que los conecta con su pasado, eso sería considerado en el caso de los turistas senior nacionales.

Durante esta época la provincia de Imbabura recibe el doble de turistas ya que según cifras expuestas por el diario El Comercio, “Imbabura fue la provincia que más visitas recibió en los últimos 6 años” (Encalada , 2018), cifras actualizadas no se encuentran disponibles en el portal del GAD de Ibarra y las noticias solo duran un tiempo por otro lado durante el feriado del 24 de mayo del 2019 (Batalla de Pichincha), el mismo portal de noticias manifiesta que la provincia de Imbabura tuvo una discreta afluencia de turistas (Redacción Sierra Norte, 2019)

Al momento de no contar con un número de vistas exacto durante el periodo 2018-2019 se ha tomado en cuenta lo mencionado por parte de Mosquera y Colimba, por ende, se estima que durante los meses de junio a septiembre el número de visitas incrementan en un 1% lo que significaría que alrededor de 505 personas visitan la comunidad en 1 semana y al mes serían alrededor de 15 150 visitantes. De las 5 personas que son parte del 1% son turistas senior ya que cabe destacar que es uno de los segmentos desestacionalizadores y no les importa la época del año o que festividades tenga la comunidad, mientras mantengan su esencia cultural seguirán fascinados.

Con la propuesta de presentar a la comunidad Zuleta como destino para Turistas Senior, se prevé que para el año 2021 esté haya ganado al público nacional debido a que varios expertos mencionan que “la promoción durante la época del COVID-19 deberá enfocarse al consumidor nacional y que el mismo conozca un poco más a su propio país” esto se debe a que una de las variables dentro del modelo de motivación turística de Crompton es la Educación.

Para poder levantar una comunidad se lo debe de lograr desde el entorno micro, en Zuleta el mercado Senior nacional puede alzarse en un 5% ya que cuenta con elementos esenciales tales como: seguridad, mejor calidad de vida, salud, precios y vías accesibles.

Oferta Turística

La comunidad de Zuleta ha optado por ofrecer visitas guiadas hasta los atractivos de la comunidad por medio de un transporte turístico, el cual se encuentra en la feria de bordados que se realiza los fines de semana, el uso de las TIC's lo han implementado, pero solo con una página de Facebook e Instagram según lo que nos supo manifestar el sr. Zacarías y su hijo es quién ofrece el servicio de transporte. Por parte del GAD de Ibarra, se ha implementado de forma general una aplicación móvil para toda la provincia, pero se puede denotar que la misma se encuentra dividida por cantones y en si la comunidad de Zuleta no aparece, pero si sus atractivos y planta de servicios.

Planta Turística

Alojamiento

Son lugares que prestan el servicio de alojamiento u hospedaje a aquellas personas que visitan una localidad y requieren quedarse por uno o más días, por lo cual pagan un valor económico. Actualmente, Zuleta mantiene el tipo de construcción propio de la región, utilizando materiales como el ladrillo, adobe, tejuelo o techos de paja, esto se debe a que el adobe y la paja son materiales resistentes y accesibles, pero con el paso del tiempo la costumbre de realizar mingas para cimentar una casa está perdiéndose poco a poco.

Tabla 4*Inventario de establecimientos de alojamiento.*

Nombre del establecimiento	Subcategoría	Descripción del servicio	Ubicación
Hospedaje Carmita	Hostal 2 estrellas	Hospedaje, Gastronomía Local, Equitación, senderismo	Imbabura-Ibarra- Zuleta
Hacienda Zuleta	Hacienda 5 estrellas	Hospedaje, Restaurante, Observación de aves, Observación de Oso Andino, Excursiones, Paseo en Carreta, Fabrica de Queso	Imbabura-Ibarra- Zuleta
Cabañas del Molino	Cabañas 2 estrellas	Hospedaje, Gastronomía Local	Imbabura-Ibarra- Zuleta
Hospedaje Mushuk- Kawsay	Casa Huésped Categoría única	Hospedaje, Gastronomía Local, Turismo vivencial junto a la familia	Imbabura-Ibarra- Zuleta

Nombre del establecimiento	Subcategoría	Descripción del servicio	Ubicación
La Merced Baja	Hacienda 5 estrellas	Hospedaje, Restaurante, Agroturismo, Ordeño, Trekking, Cabalgatas, Pesca, Concurso de Lasso	Imbabura-Ibarra- Zuleta
La Magdalena	Hacienda 5 estrellas	Hospedaje, Alimentación, Recorridos por la hacienda y sus alrededores	Imbabura- Ibarra-Zuleta
Casas rurales que por parte de la comunidad ofrecen el servicio de hospedaje	Categoría única	Hospedaje, Alimentación Local	Imbabura-Ibarra- Zuleta

Nota: Esta tabla presenta los establecimientos que se encuentran vigentes en la comunidad para lo cual se realizó un censo y una ficha para guardar la información.

Hospedaje Carmita

El hostel ofrece alojamiento apto para mascotas, cuenta con Wifi gratuita y restaurante. Entre las facilidades que posee es el aparcamiento privado gratuito. Las habitaciones tienen baño compartido y TV.

El establecimiento dispone de salón compartido. Los huéspedes pueden practicar varias actividades, como equitación y senderismo. El Hospedaje Carmita está a 18 km de Otavalo y a 17 km de Ibarra. El aeropuerto internacional Mariscal Sucre de Quito se sitúa a 46 km.

Figura 17

Hospedaje Carmita



Nota: Tomado de ebooking, 2017

Hacienda Zuleta

La Hacienda Zuleta está ubicada en Ibarra en comunidad de Zuleta a 104 km del aeropuerto Mariscal Sucre, ocupa una preciosa y lujosa granja ecológica del siglo XVII, cuenta con 15 habitaciones hermosamente decoradas, un restaurante, un huerto orgánico, una fábrica de quesos y habitaciones con conexión Wifi gratuito y chimenea entre las facilidades que tiene es el aparcamiento gratuito.

Las habitaciones de la Hacienda están decoradas con suelo de parqué y equipadas con muebles elegantes y baño privado. El restaurante sirve platos Locales elaborados con ingredientes orgánicos. Entre las actividades que los huéspedes pueden practicar están las actividades agrícolas, como ordeñar vacas y montar a caballo. También pueden presenciar el proceso de elaboración del queso en la fábrica.

Figura 18

Comedor Hacienda Zuleta



Nota: Tomado de la página de Hacienda Zuleta, (*Hacienda Zuleta*, 2017)

Cabañas del Molino

Se encuentra ubicado en la vía Cayambe en la comunidad de Zuleta, las instalaciones ofrecen alojamiento y comida local. Entre las facilidades que posee es el aparcamiento privado gratuito para sus huéspedes. Las habitaciones tienen baño privado y TV.

Para reservar en este sitio se debe hacer con 1 semana de anticipación y solo por la página de Facebook con la que cuenta el sitio.

Figura 19

Cabañas del molino



Nota: Zuleta, 2019

Hospedaje Mushuk-Kawsay

El lugar se encuentra administrado por la familia Carlosama y Escola, ofrece el servicio de hospedaje donde los visitantes pueden comer y cocinar junto a la familia, además de participar de la elaboración de pan hecho en horno de leña y la cosecha de choclos entre otras actividades a fin de brindarle una experiencia única y cálida a los huéspedes.

Figura 20*Hospedaje Mushuk-Kawsay****La Merced Baja***

Localizada en el valle de Zuleta, alejada de las carreteras principales y conocido principalmente por quienes viven en la comunidad. La hacienda se encuentra localizada a unos 100 km de Quito, a 16 km del Lago de San Pablo, cerca de Otavalo. Cuenta con 7 habitaciones con baño privado y cinco de ellas con chimenea. Además, cuenta con 2 salas y un confortable comedor, pero sobre todo se destaca una atención personalizada dada por sus dueños.

Entre las actividades que pueden realizar los huéspedes están el Agroturismo, Ordeño, Trekking, Cabalgatas, Pesca, Concurso de Lasso. Cerca de los alojamientos puede visitar la plaza de tientas de toros de lidia y una capilla dedicada a La Virgen de La Merced.

Figura 21*Hacienda La Merced Baja*

Nota: Se encuentra ubicado a 5 km de la Hacienda Zuleta y es la puerta de entrada a la comunidad de la Merced.

La Magdalena

La Hacienda se encuentra en el valle entre las faldas orientales del Imbabura y la Cordillera de Angochahua, de la que toma su nombre, su significado en castellano es vena o raíz, cruda o verde.

Ofrece el servicio de Hospedaje y Alimentación, entre las actividades que pueden realizar los huéspedes son los recorridos por la hacienda y sus alrededores, cabalgatas, camping, entre otras actividades al aire libre.

Figura 22*Plaza Hacienda la Magdalena*

Nota: Esta hacienda abre sus puertas para ferias gastronómicas, exposiciones de arte o encuentros culturales para aumentar el turismo comunitario en las 6 comunidades.

Restauración

El servicio de restauración dentro de la comunidad es escaso ya que mediante el censo realizado se pudo notar que algunos negocios son improvisados. Dentro del PDOT de Ibarra, presenta un número de restaurantes que, si se encuentran regulados, pero al igual que la aplicación, estos son de forma general dentro de la provincia sin tomar en cuenta a la comunidad de Zuleta. A continuación, se mencionan los establecimientos que se encuentran dentro de la comunidad al cual basados en la ley de turismo se les dio una clasificación.

Tabla 5*Inventario de establecimientos de alimentos y bebidas.*

Nombre del establecimiento	Subcategoría	Descripción del servicio	Ubicación
Casa Bella Zuleta	Cafetería y Restaurante 4 tenedores	Cafetería, Gastronomía Local y Realización de eventos.	Av. Galo Plaza frente a la Panamericana norte.
El Chaparral Zuleta	Restaurante 3 tenedores	Establecimiento parrillero, gastronomía local y realización de eventos.	Vía alterna Cayambe- Zuleta
Sumag Mikuna	Restaurante 3 tenedores	Restaurante, Gastronomía Local y realización de eventos.	Panamericano norte cerca al coliseo de Zuleta.
La estancia de Antonio	Bar & Restaurante 3 tenedores	Bar y restaurante, gastronomía de la localidad y bebidas típicas	Panamericano norte junto al estadio de Zuleta

Nombre del Establecimiento	Subcategoría	Descripción del servicio	Ubicación
La Choza de mama Sofia	Restaurante 3 tenedores	Cafetería y restaurante	Vía alterna Cayambe- Zuleta
Hacienda Zuleta	Hotel y Restaurante 5 tenedores	Hospedaje, Restaurante, Observación de aves, Observación de Oso Andino, Excursiones, Paseo en Carreta, Fabrica de Queso	Vía alterna Cayambe- Zuleta

Nota: Lista de establecimientos que se encuentran vigentes en la comunidad. Para la realización de este inventario se realizó un censo y se guardó la información por medio de una ficha técnica.

Casa Bella Zuleta

Casa Bella Zuleta, se encuentra ubicado en la avenida Galo Plaza a la entrada de la comunidad, la propietaria del sitio es Ana Cristina Delgado que decidió emprender este negocio con su familia. La misma cuenta con una página de Facebook el cual tiene mayor alcance, pero no cuentan con una página web.

Este sitio tiene capacidad para 50 personas ya que es un sitio amplio si se toma en cuenta las áreas verdes, ofrece los servicios de cafetería y restaurante, adicional a eso el sitio se presta para realizar eventos al aire libre previa reserva.

Los platillos que se oferta son platos a la carta y comida típica de la sierra, pero el platillo principal es el tradicional borrego asado. El horario de atención son los fines de semana de 10h00 a 18h00 debido a que no existe mucha demanda entre semana y concluye que es debido a que la hacienda Zuleta tiene una mayor oferta. Al ser el único sitio que cuenta con los equipos necesarios según lo especifica la ley de turismo, se lo categoriza como un restaurante de 4 tenedores.

Figura 23

Casa Bella Zuleta-restaurant y eventos



Nota: Casa Bella Zuleta 2019

El Chaparral de Zuleta

Ubicado en la vía alterna Cayambe-Zuleta, es un sitio que ofrece asados, cuenta con espacios verdes y a la vez son usados como parqueaderos, al momento de ingresar se puede notar que es un sitio estructurado, su propietario el sr. Israel Cachipundo estudio gastronomía, así que cuenta con el conocimiento necesario sobre servicios de restauración, como el establecimiento anterior, no cuenta con una página web y se vale por medio de la promoción en redes sociales.

Al revisar el establecimiento, este cuenta con una capacidad para 40 personas, además de eso no existe una separación del área de cocina con el área principal y como apoyo en el servicio se encuentra la familia del propietario. En su totalidad cuenta con los equipos necesarios según lo especifica la ley de turismo a dicho establecimiento se lo puede catalogar como un restaurante de 3 tenedores. Los horarios de funcionamiento son los fines de semana desde las 10h00 hasta las 16h00.

Figura 24

El Chaparra Zuleta, grill



Nota: El chaparral Zuleta 2019

Sumag Mikuna

Este establecimiento nace hace 5 años como un emprendimiento familiar y su propietario es el sr. Samuel Alvear el cual tiene conocimiento sobre procesos y elaboración de alimentos a pesar de no contar con un título profesional.

Ubicado cerca a la Panamericana Norte junto al coliseo deportivo de Zuleta este sitio tiene capacidad para 100 personas ya que su infraestructura es de 2 pisos y la decoración evoca el trabajo en el campo creando un ambiente familiar, adicional al servicio de alimentación apoyan a los emprendedores de la comunidad ofertando los productos que elaboran. El horario de atención suele ser de miércoles a domingo desde las 9h00 hasta las 18h00. Cuenta con los equipos necesarios y dentro de la categorización este es un establecimiento de 3 tenedores.

Figura 25

Sumag Mikuna Restaurante



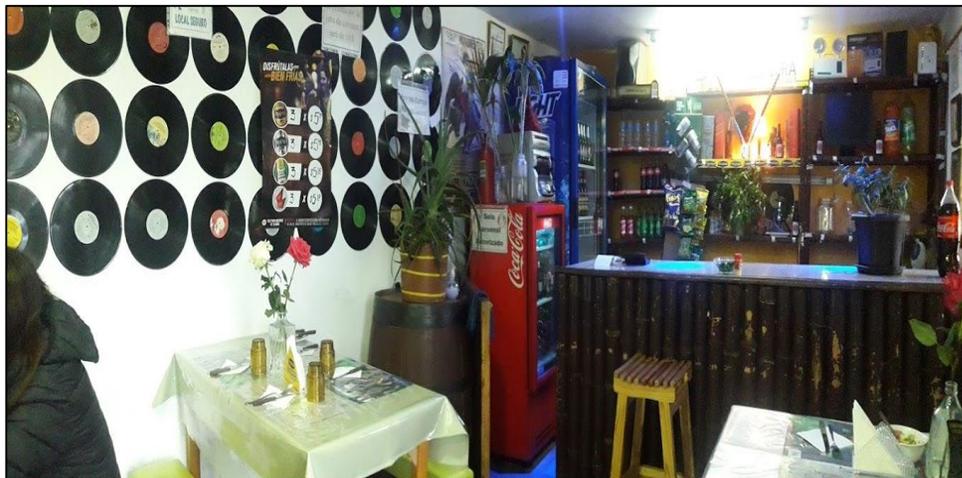
Nota: Sumag Mikuna restaurante, 2019

La Estancia de Antonio

La Estancia de Antonio es un bar-restaurantes ubicado en la panamericana norte junto al coliseo deportivo de Zuleta, este sitio cuenta con una certificación similar a la “certificación Q” que otorga Quito turismo para los establecimientos de A&B pero otorgado por el GAD de Ibarra, ofrece platos típicos de la comunidad y servicio de bar, el propietario del establecimiento, Andrés Ramos, nos menciona que es difícil que se le otorgue la certificación por parte del GAD de Ibarra ya que toman en cuenta la finalidad del mismo y el ingreso que se genera, sus clientes por lo general son turistas que vienen con agencias de viajes y los visitantes que se encuentran solamente de paso, este establecimiento cuenta con capacidad para 60 personas y se lo categoriza como uno de 3 tenedores según la ley de turismo.

Figura 26

La estancia de Antonio



Nota: La estancia de Antonio, 2019

La Choza de Mama Sofia

Este establecimiento ubicado en la vía alterna Cayambe-Zuleta es el último establecimiento que se encuentra en la comunidad de Zuleta, ofrece a platos típicos elaborados en leña y usan las redes sociales en especial Facebook para promocionarse, según lo que nos cuenta, este establecimiento nace de la necesidad de ofertar platos típicos de Zuleta por parte de la Sra. Zenaida Alvear y lo continúan sus hijos, actualmente ella sigue trabajando pero en la cocina ya que es su pasión, este establecimiento cuenta con la certificación por parte del GAD de Ibarra al igual que el anterior establecimiento.

La capacidad máxima del local es para 60 personas y su mobiliario va acorde a la temática del campo y ambiente familiar. Suelen prestar sus instalaciones para la realización de eventos. Todos sus trabajadores se encuentran capacitados en el área de servicios y atención al cliente, pero creen que eso no es suficiente, ya que solicitan que se presten capacitaciones dentro de la comunidad con temas puntuales, así se evitarían ir a la ciudad de Ibarra.

El horario de atención es de miércoles a domingo de 10h00 a 16h00, tiene convenio con la agencia de viajes de la ciudad de Quito siendo una de ellas la agencia Metropolitan Touring. Cuenta con separación el área de cocina de la estancia principal ya que es un local de 2 pisos, en cuanto a equipo se encuentra en buen estado y los necesarios por ende se lo categoriza como un establecimiento de 3 tenedores.

Figura 27*La choza de mamá Sofía restaurante*

Nota: La choza de mamá Sofía, 2019

Infraestructura***Trasporte***

Según lo establecido dentro del PDOT de Ibarra, este cuenta con 1921 unidades de transporte el cual genera el 4.3% de los ingresos (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015-2023), las vías actualmente se encuentran en buen estado a diferencia de algunos trabajos como de restauración en la vía Angochahua-Yahuachi, en cuanto a la comunidad de Zuleta, debido al acceso de la panamericana Norte que conecta Cayambe con Zuleta está en fase de construcción hasta el tramo de Olmedo y la nueva vía que conecta con Yachay por San Pablo. Una vez realizado el análisis se llega a determinar lo siguiente:

- Buses de Transporte que pasan cada 30 min y 3 cooperativas diferentes: Transportes la Esperanza, Transportes 21 de junio y Transportes Olmedo.
- Transportes alternos: Camionetas para visitar los atractivos ubicados en la casa comunal.
- Vía principal: asfaltada y en buen estado.
- Vías alternar: empedradas y en buen estado.
- Vías alumbradas: en buen estado.
- Vías de tierra: difícil accesibilidad para las comunidades alejadas del centro de Zuleta.

Figura 28

Vía alterna Cayambe-Zuleta



Nota: Vía alterna Cayambe Zuleta restaurada. Zuleta, 2019

Comunicación

La comunidad cuenta con áreas específicas de navegación con acceso a internet y red telefónica, cabe recalcar que la cobertura tiene un alcance dentro de la propia comunidad mas no tiene una cobertura total, por lo cual la comunicación telefónica no satisface las necesidades de la población.

Seguridad

La casa comunal cuenta con un retén policial, mismo que posee un sistema de comunicación de radio en distintos puntos estratégicos de la comunidad y con el equipo necesario para brindar seguridad a sus habitantes y personas que visitan el sector.

Servicios básicos

En cuanto a servicios básicos, el GAD de Ibarra toma en cuenta que Angochagua es la que menos déficit en cuanto servicios básicos posee, aquí no menciona a la comunidad de Zuleta ya que se encuentra dentro de la misma pero como lo menciona la presidenta de la comunidad en la entrevista, esto se debe a que el GAD toma en cuenta los servicios básicos que posee la comunidad como factor de cumplimiento y que no posee necesidad alguna. Si observamos desde la cima del cerro Cunrru, aquí se observa la dispersión que existe entre viviendas con el centro de la comunidad, lo cual reduce la calidad en cuanto a redes viales y de infraestructura para los establecimientos de alojamiento, cuentan con alcantarillado, pero eso no es un indicador de prosperidad.

Además, el promedio de déficit a nivel cantonal es del 30.06%, lo que significa que 1 de cada 3 viviendas cuentan con problemas en alguno de sus servicios (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015-2023), como lo es en el caso de los moradores de Zuleta Alto, solo en este sector se puede evidenciar que las vías no se encuentran en buen estado, no cuentan con alumbrado público ni alcantarillado y la presión del agua es baja. Esto debería ser tomado en cuenta por parte de las autoridades como estudio de calidad de vida ya que solo en este sector se concentra el 45% de personas mayores que viven solas. Para llegar a este lugar se debe tomar un transporte alternativo como son camionetas doble cabina por una tarifa de \$4

Educación y salud

La población cuenta con servicios de salud básico cubierto por el Centro de Salud de Zuleta ya que en caso de presentar alguna emergencia se tiene que ir hasta Ibarra donde existen clínicas y hospitales. En cuanto a la educación se encuentra La Unidad Educativa Zuleta, que de igual manera ofrece un nivel de educación básico como es la educación inicial hasta bachillerato.

Análisis de las Entrevistas Realizadas.

Análisis de la entrevista realizada a la presidenta de la comunidad Zuleta

Para esta entrevista se tuvo la ayuda la presidenta de la comunidad de Zuleta, la Srta. Rosa Colimba. Al momento que se realizó esta entrevista llevaba en el cargo ya 7 meses y nos menciona que cada año son las elecciones de representantes a la comunidad, en sí, el trabajo que realizan es formar parte del GAD de Angochagua en conjunto para conocer las necesidades y son elegidos por voto popular sin ningún tipo de campaña ya que ella considera que apoyar a un partido político en específico, no con lleva a un progreso es por eso que no se encuentra afiliada a ninguno y cree que la opinión de todos cuenta a pesar de tener distintos puntos de vista. Eso le ayuda a ella a tomar ideas que pueden ser aplicables a futuro. Como se menciona en un principio, las elecciones de los representantes son a inicios del año.

Esta joven mujer nos menciona que no reciben apoyo por parte del GAD de Ibarra en cuanto a la parte de turismo, debido a que los representantes consideran que Zuleta si está estable tanto en la parte económica como social, lo que toman en cuenta son el asfaltado y la panamericana que pasa cerca de ellos a diferencia de otras comunidades como Angochagua que todavía cuentan con caminos de piedra o chaquiñanes, incluso Zuleta es considerado como la comunidad que más apoyo tienen

debido a que cuentan con alumbrado público y alcantarillado, la lucha por este tipo de servicios se remonta hace 20 años atrás.

Sobre el tema de turismo, ella considera que todavía falta desarrollarlo a diferencia de lo que dicen sus contrapartes, uno de ellos es el presidente de la asociación de emprendedores y Bordadoras de Zuleta, no se han puesto en práctica los diversos proyectos propuestos por las Universidades debido a que solo les prometen entregar las estrategias con el fin de realizar su estudio pero no lo cumplen, esto se debe a la falta de comunicación que existe entre ella como representante y los agentes turísticos, tal como lo mencionan, los pobladores quieren ver los resultados en ese momento y no se dan cuenta que eso con lleva tiempo y esfuerzo.

Al momento de preguntarle sobre si ha escuchado sobre el segmento de Turismo Senior menciona que, si lo ha escuchado y se ha ido informando sobre el tema, de hecho, ella considera que Zuleta no solo debe ser reconocida como un lugar de bordados sino un lugar que se puede ofrecer como opción sustentable para el turista senior, lo evidencia cuando pasa en ciertas ocasiones a la feria de comunidad que muchos ancianos sin importar de donde vengan, ellos se quedan fascinados con Zuleta.

Considera que sería bueno invertir más en proyectos turísticos, pero también le gustaría que las universidades en especial, los estudiantes realizan su trabajo de titulación puedan capacitarlos y hacerlos entender que los resultados se darán siempre y cuando se trabaje en conjunto. A ella le gustaría que los miembros del GAD de Ibarra los tomaran más en cuenta dentro de la parte de Turismo ya que considera que por el simple hecho de tener los servicios básicos no puedan entrar al área de proyectos turísticos, ella considera que con ese dinero se puede dar más apoyo a los emprendedores de los sitios de hospedaje ya que existen muy pocos dentro de la comunidad.

Análisis de la entrevista realizada a la administradora de la Hacienda Zuleta

Dentro de la entrevista, fueron varios los temas que se abordaron, entre ellos esta las tendencias del turismo y como realizar una buena gestión de manera sustentable y responsable. Es por todo ello que la administradora de la hacienda la señora Carolina Mosquera menciona la gestión de la hacienda Zuleta directamente y en conjunto con la comunidad en el apoyo a sus habitantes y emprendimientos en trabajo por un beneficio en común.

Otro de los temas tratados es el turismo senior como una segmento de mercado con los cuales trabaja la amplia afecta de la hacienda Zuleta, sin embargo recalca que la infraestructura es algo que se cuida y se preserva por el gran valor patrimonial que tiene pero se trata de generar ciertos espacios que sean amigables y accesibles para las personas con capacidades diferentes o personas de tercera edad, por lo cual hay espacios y actividades destinados a estos grupos de turistas y tratar de generar en ellos una experiencia confortable y única en cuanto a servicios y calidad.

Análisis de la entrevista realizada al representante de la agencia de viajes***Pachakilla Tours***

Durante la entrevista se trataron diferentes temas entre ellos está el turismo senior como un segmento potencial dentro de la actividad turística de la comunidad de Zuleta, para lo cual el señor Felipe Escola menciona que este grupo de turistas conforma un sector importante dentro de la demanda turística de la comunidad, al cual se le debería prestar mayor atención ya que es un grupo exigente en cuanto a servicios y calidad.

Zuleta tiene un gran potencial dentro del sector turístico ya sea por sus bordados, cultura, paisajes, fiestas y tradiciones, que generan interés en los turistas. El saber cómo utilizar ese potencial es lo complejo ya que es un trabajo en conjunto y muchas veces es donde existe conflicto.

Hace crecer al sector en beneficio de un colectivo se torna algo complicado al no haber una apertura por parte de las autoridades como de la propia comuna, es por ello por lo que se recalca una participación en conjunto por un objetivo común que lleve a mejorar la gestión turística del sector velando por el benéfico de todos para todos.

Una vez analizados los diferentes puntos de vista expuestos por los agentes turísticos se procedió a la tabulación y análisis de la encuesta realizada dentro de la comunidad a este segmento como se puede ver a continuación.

Análisis de los Resultados de la Encuesta.

Encuesta dirigida a los turistas senior dentro de la localidad

Como se menciona en un principio, la encuesta se encuentra dividida en 3 partes: información general; evaluación del perfil del turista y evaluación de las motivaciones del turista senior.

Información General

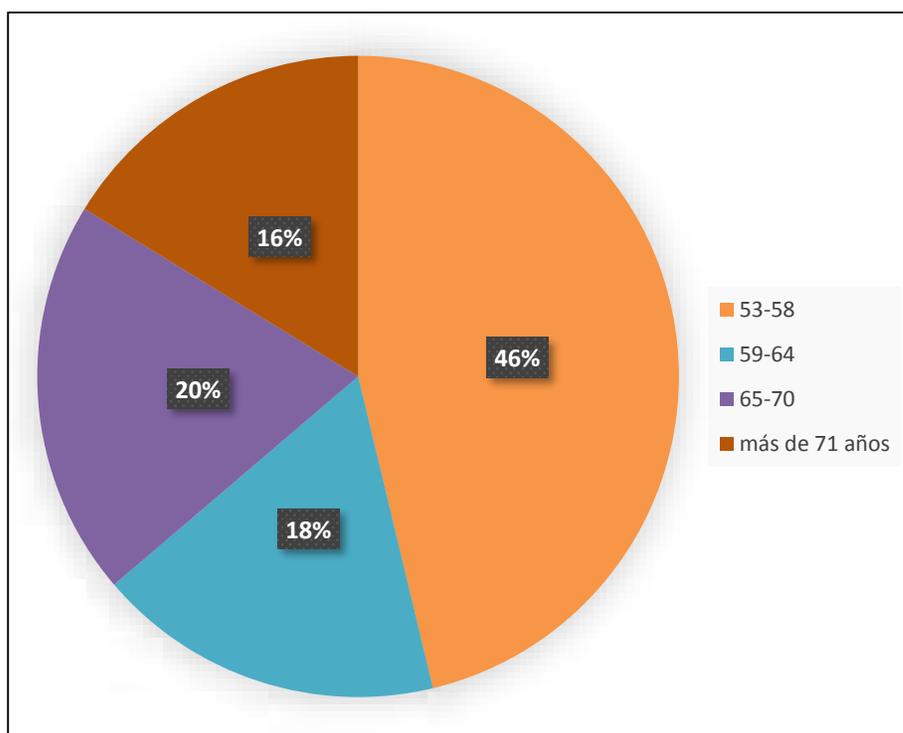
Tabla 6

Edad

	Participante	%
53-58	37	46%
59-64	14	18%
65-70	16	20%
Más de 71 años	14	16%
TOTAL	80	100%

Figura 29

Edad



La edad de la mayoría de las personas encuestadas oscila en un 46% entre los 53-58 años, tal como lo expone Alén González, Domínguez Vila, & Fraíz García en

cuanto a la clasificación del turista senior, Zuleta es receptora del grupo de **Younger senior**, debido a que este grupo utiliza las redes sociales para planificar su viaje y revisa los diversos portales de noticias para auto educarse.

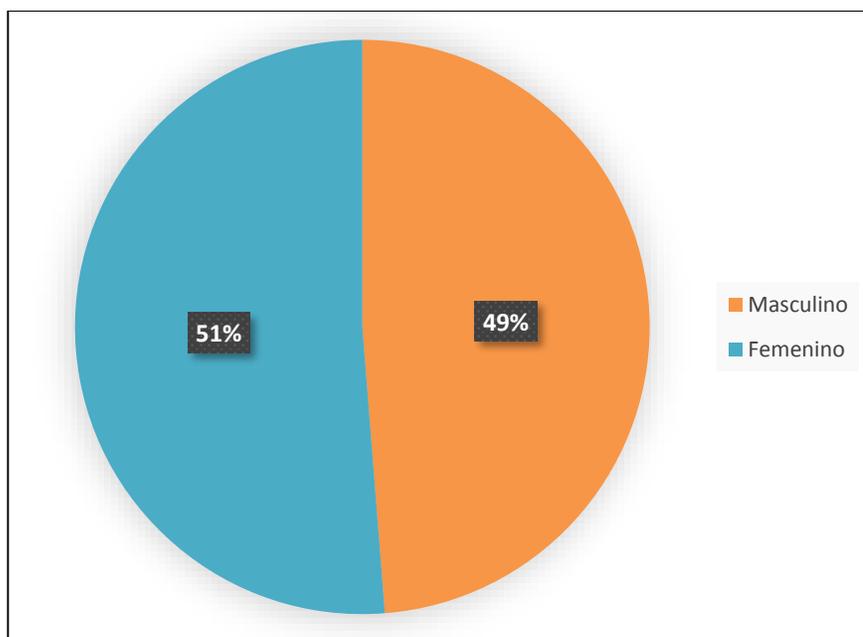
Tabla 7

Género

	Participantes	%
Femenino	41	51%
Masculino	39	49%
TOTAL	80	100%

Figura 30

Género



Como se puede observar el 51% de las personas encuestadas son mujeres, esto se debe a que son viudas o viajan con familiares en especial con sus hijos ya que para no sentirse solas es preferible que salga a visitar nuevos lugares que no implique un viaje largo, según nos lo supo manifestar los acompañantes de la encuestada. Esto quiere decir que 2 de cada 5 personas son mujeres solas que viajan en compañía.

Pregunta N°3

Dentro del inciso se especifica la ciudad de donde proviene para una perspectiva más clara.

Tabla 8

Lugar de procedencia

	Participantes	%
Nacional	66	82%
Internacional	14	18%
TOTAL	80	100%

Figura 31

Lugar de procedencia

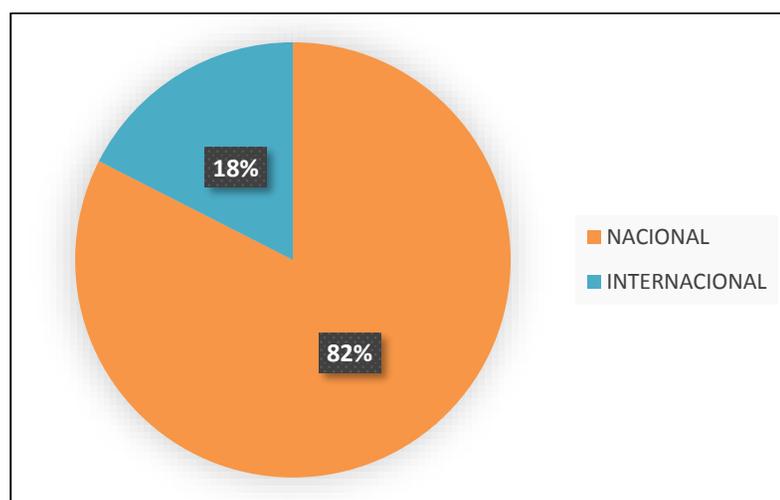
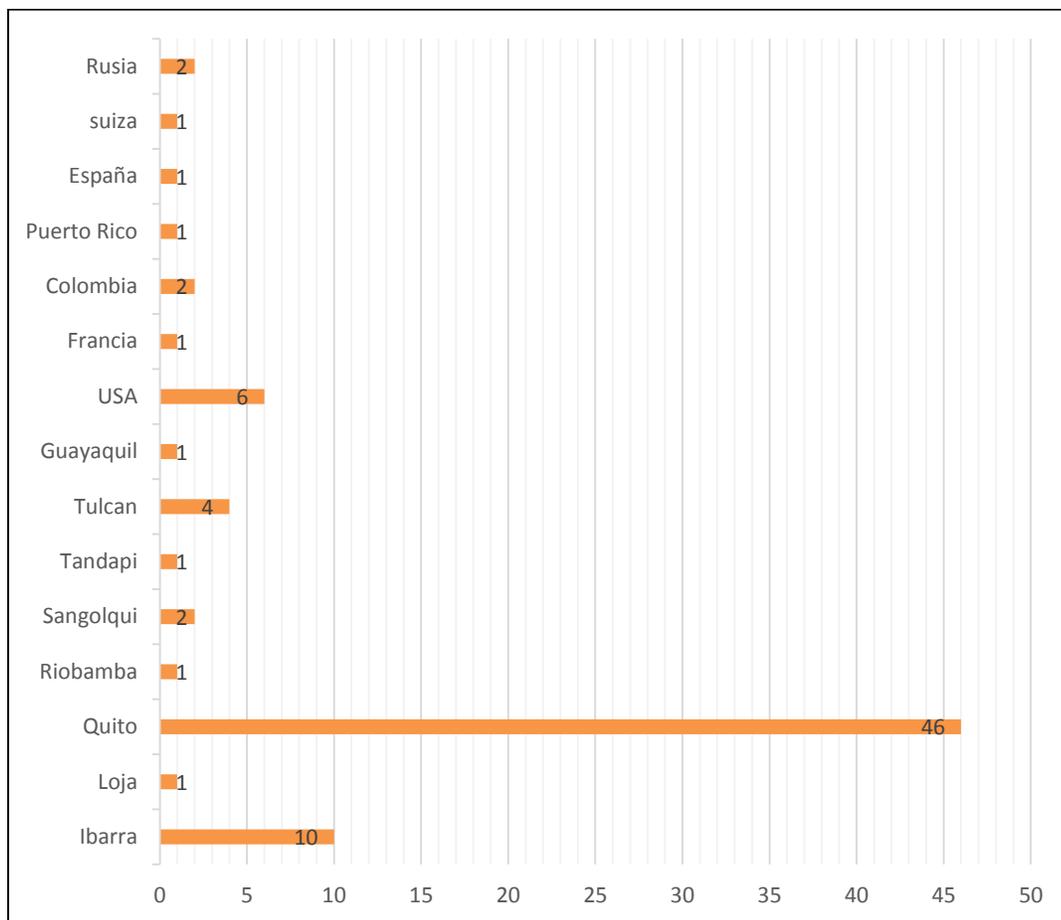


Tabla 9*Ciudad de donde proviene.*

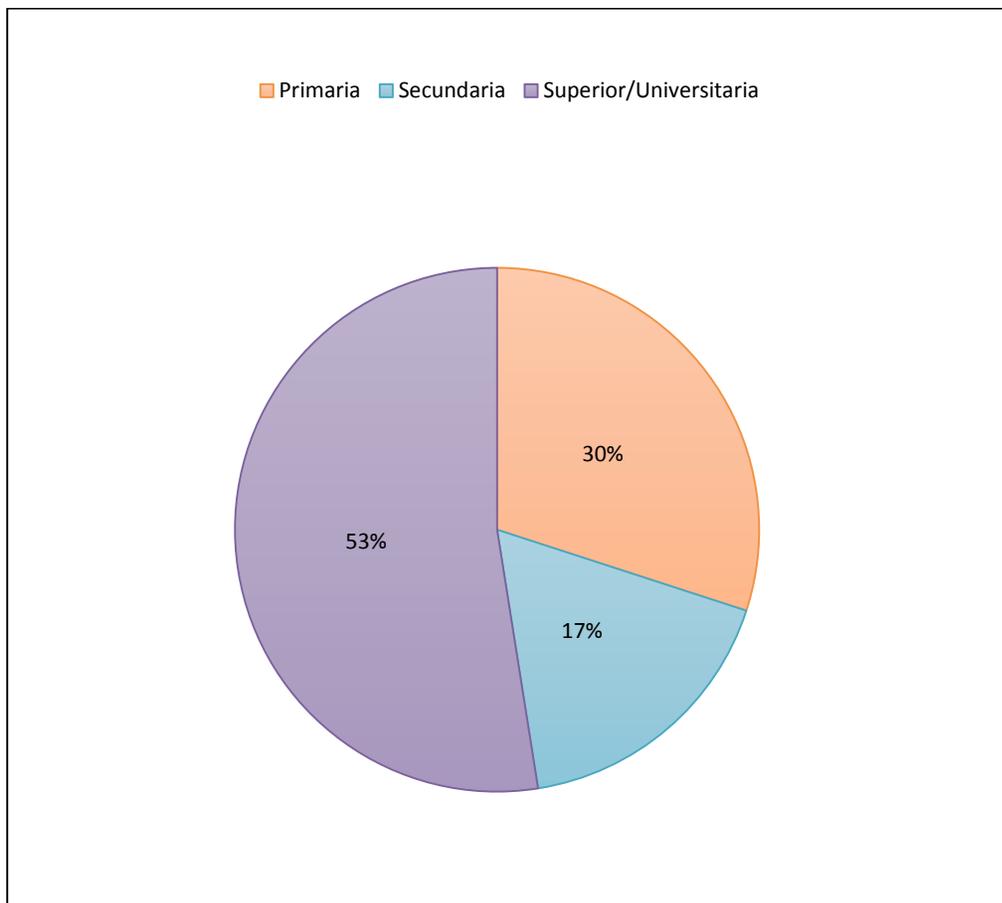
	Participantes	%
Ibarra	10	13%
Loja	1	1%
Quito	46	58%
Riobamba	1	1%
Sangolquí	2	3%
Tandapi	1	1%
Tulcán	4	5%
Guayaquil	1	1%
USA	6	8%
Francia	1	1%
Colombia	2	3%
Puerto Rico	1	1%
España	1	1%
Suiza	1	1%
Rusia	2	3%
TOTAL	80	100

Figura 32*Ciudad de donde proviene*

Se pudo determinar que en solo el 18% de personas encuestadas son turistas extranjeros en gran parte provenientes de USA que visitan la localidad ya que se encuentran con una agencia de viajes y solo están de paso a diferencia del 82% restante en el cual se hallan solo visitas de personas nacionales con una frecuencia de visita del 58% en su mayoría procedente de la ciudad de Quito.

Tabla 10*Nivel de Instrucción*

	Participantes	%
Primaria	24	30%
Secundaria	14	17%
Superior/Universitaria	42	53%
TOTAL	80	100%

Figura 33*Nivel de instrucción*

Como se puede observar el 53% de personas encuestadas tienen un nivel de instrucción superior, llegando a poseer un doctorado y un PhD, por lo cual se confirma la segunda conjetura establecida por autores que mencionan sobre el nivel de educación de este tipo de segmentos, algunos de ellos son empresarios o educadores que prefieren disfrutar de su jubilación o tiempo libre porque poseen el suficiente nivel económico para darse ese gusto como lo supo manifestar 2 de los encuestados a diferencia del 30% que tiene un nivel de instrucción primaria y un 17% que finalizó la secundaria.

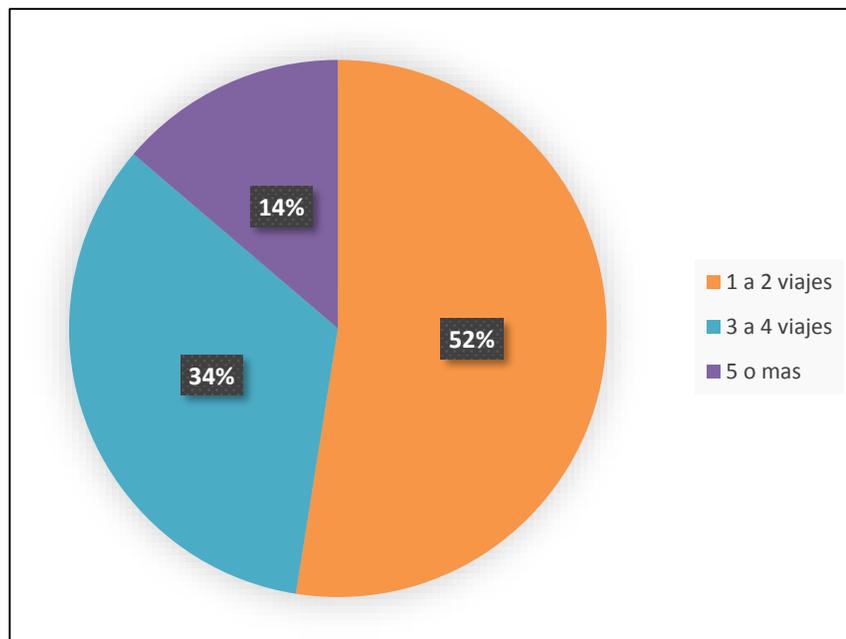
Evaluación del perfil del Turista Senior

Dentro de esta sección se encuentra el perfil del turista en donde abarcamos temas económicos, sociales y planta de servicios que influyen en la toma de decisiones.

Tabla 11

Frecuencia de viaje

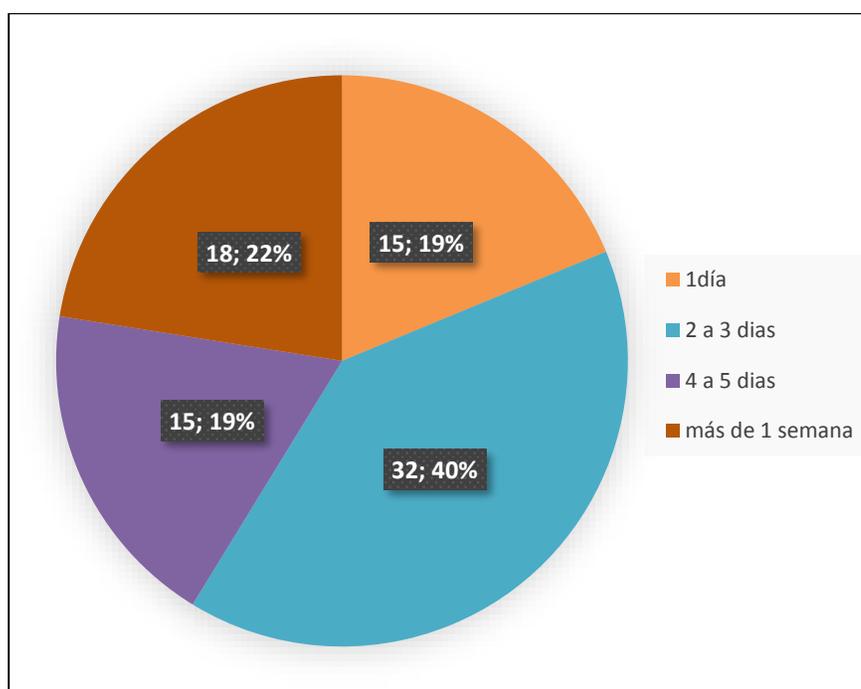
	Participantes	%
1 a 2 viajes	42	52%
3 a 4 viajes	27	34%
5 o mas	11	14%
TOTAL	80	100%

Figura 34*Frecuencia de viaje*

Analizar la frecuencia de viaje forma parte de lo social ya que se muestra que un 52% de las personas encuestadas realizan de 1 a 2 viajes de forma anual debido a la disponibilidad de tiempo y tal como lo menciona las carta de Recife sobre turismo de personas mayores, “ el turismo busca nuevos horizontes y productos...además el turismo es un medio viable de perseguir y mantener la calidad de las personas mayores” (Organización Mundial de Turismo, 1996). En cuanto al resto, un 34% realiza entre 3 a 4 viajes de forma anual, debido a que algunos de ellos todavía trabajan y se encuentran en la localidad por motivo de negocios debidos a los emprendimientos que se presenta en la feria comunitaria y un 14% realiza más de 5 viajes al año ya que disponen de un nivel económico bastante cómodo.

Tabla 12*Tiempo de estadía*

	Participantes	%
1 día	15	15.19%
2 a 3 días	32	32.40%
4 a 5 días	15	15.19%
Más de 1 semana	18	18.22%
TOTAL	80	100%

Figura 35*Tiempo de estadía*

Solo el 18.22% de los encuestados se quedan más de 1 semana en Zuleta ya que se encuentra por motivos de investigación o por visitar a familiares que viven en el centro de la ciudad y les recomiendan que visiten Zuleta durante los fines de semana.

Además, existe 2 contraposiciones de un 15.19% que prefieren quedarse 1 día y de 4 a 5 días dando como mayor respuesta de que prefiere un 32.40% una estancia de 2 a 3 días, tal como lo establece EFE agro en su artículo sobre el turista senior considerándolo el tiempo ideal para este segmento en cuanto a visitar un sitio que se asemeje a su estilo de vida pasado.

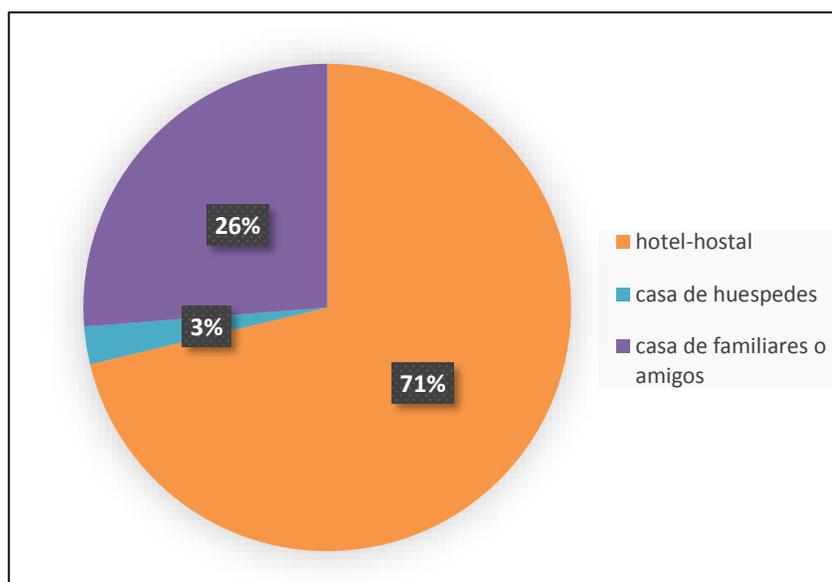
Tabla 13

Tipo de alojamiento

	participantes	%
Hotel-hostal	57	71%
Casa de huéspedes	2	3%
Casa de familiares o amigos	21	26%
TOTAL	80	100%

Figura 36

Tipo de alojamiento



Del total de personas encuestadas, solo el 71% de ellos prefieren hospedarse en un Hotel-hostal cerca o que se encuentre dentro de la comunidad, en especial, los extranjeros prefieren quedarse en la hacienda Zuleta ya que le ofrece todas las comodidades a diferencia de otros sitios de alojamiento dentro de la comunidad que simplemente están en fase de construcción y presentan páginas con publicidad engañosa u otras que se encuentran aliadas a agencias de viajes de la capital.

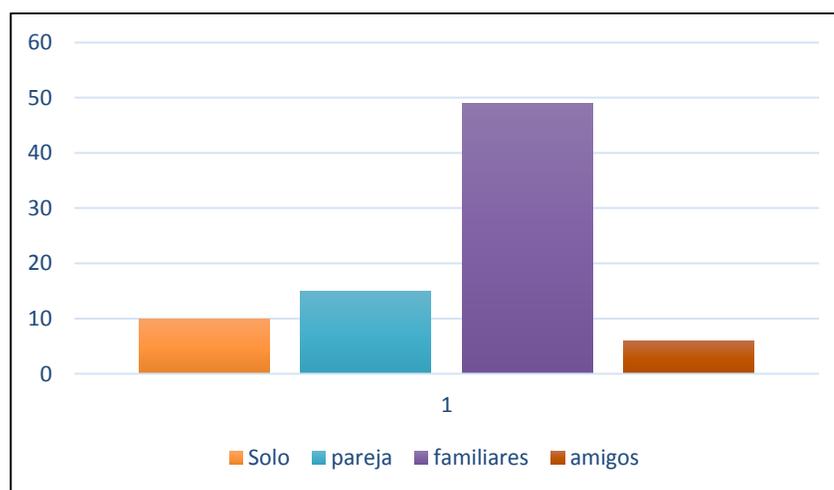
Tabla 14

Viaje solo u acompañado

	Participantes	%
Solo	10	10,12%
Pareja	15	15,19%
Familiares	49	49,61%
Amigos	6	6,80%
TOTAL	80	100%

Figura 37

Viaja solo u acompañado



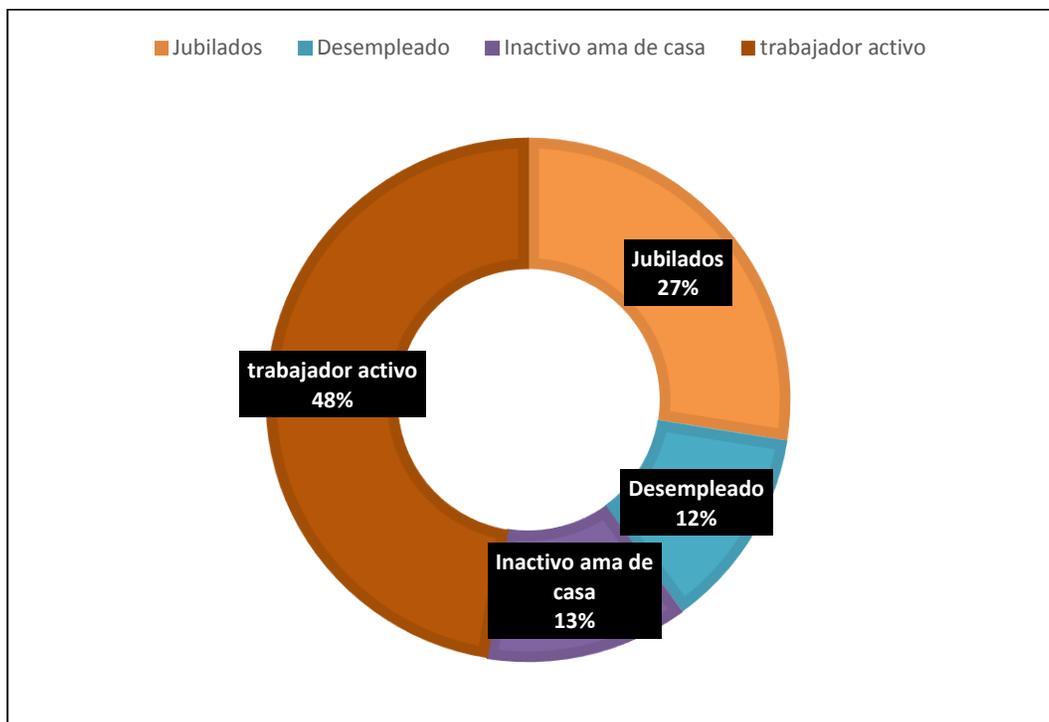
El 49.61% de las personas encuestadas suelen viajar con familiares debido a que este grupo viajan con sus nietos o son llevados por sus hijos debido a la reducida movilidad que tienen en el caso de los Older Senior, a diferencia de los Younger Senior que en su mayoría visitan Zuleta viajan solos en un 10.12% u acompañados de sus parejas en un 15.19%.

Este indicador demuestra la fuerza de la tecnología y el uso de las redes que tienen actualmente los Turistas senior a la hora de planificar un viaje, a diferencia de los Older senior que suelen ser guiados por su familia y tienen un poco o nulo interés sobre cómo usar las redes, pero también se debe tomar en cuenta que si viajan en compañía de familiares es por el motivo antes mencionado.

Tabla 15

Situación laboral

	Participantes	%
Jubilados	22	27%
Desempleado	10	12%
Inactivo, ama de casa	10	13%
trabajador activo	38	48%
TOTAL	80	100%

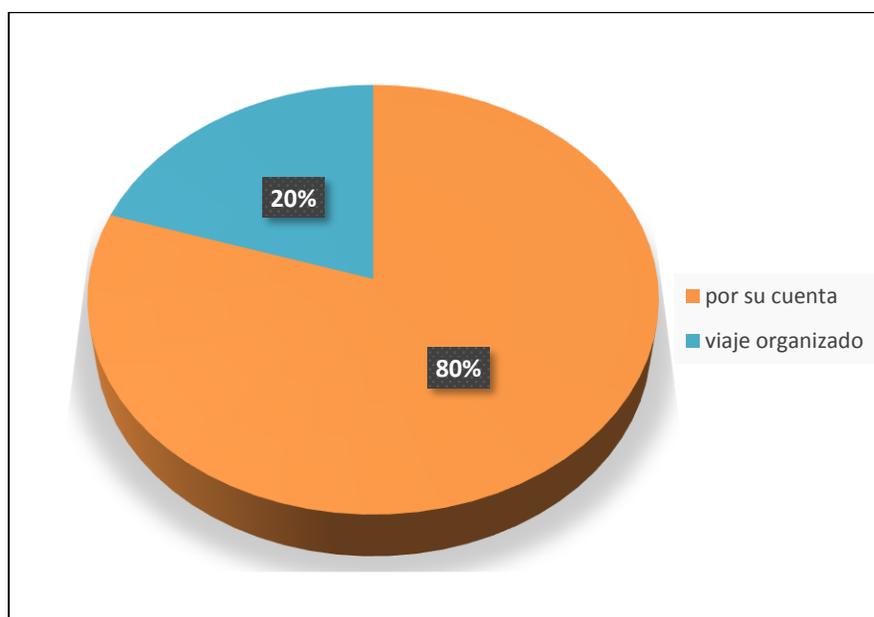
Figura 38*Situación laboral*

Como se menciona en un principio, este nuevo segmento de mercado en si aprovecha el dinero de su pensión para realizar viajes como lo mencionan los distintos informes y artículos sobre turismo senior, pero como lo expone Alén González, Domínguez Vila, & Fraíz García, no siempre se debe considerar que los ingresos que reciben los adultos mayores siempre serán destinados a viajes.

También les dan prioridad a otros aspectos que son de vital importancia para su diario vivir, siguiendo con la línea e investigación, se determina que el 48% todavía son trabajadores activos con la diferencia de que solo un 27% son jubilados, es decir personas que se encuentran en el grupo de los Older Senior.

Tabla 16*Tipo de viaje*

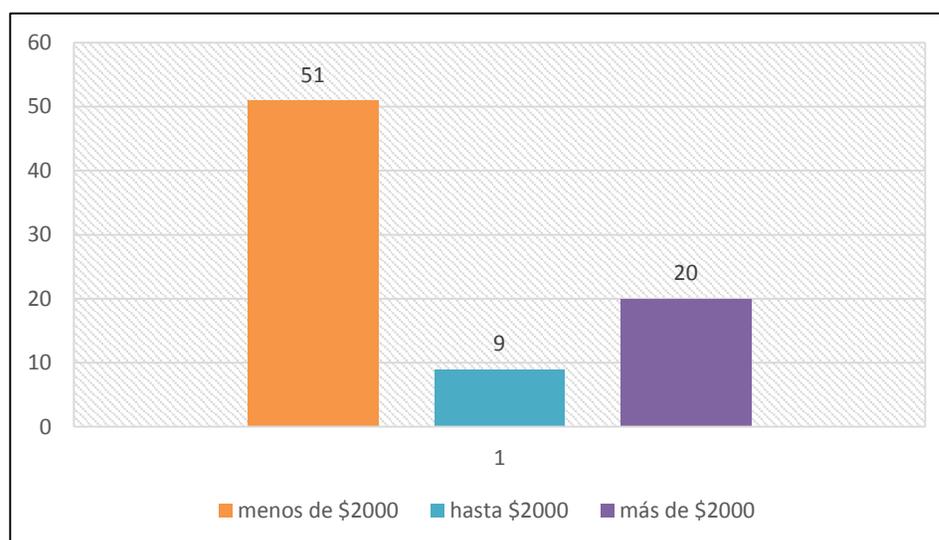
	Participantes	%
Por su cuenta	64	80%
Viaje organizado	16	20%
TOTAL	80	100%

Figura 39*Tipo de viaje*

Dentro de esta pregunta el 80% de personas encuestadas realizan viajes por su cuenta y no contratan los servicios de una agencia de viajes como lo es en el caso de las personas que visitan Zuleta y provienen de Europa y América del Norte, es importante considerar como segundo punto importante ya que EFE AGRO menciona que los turistas prefieren ir a lugares que se encuentren fuera del lugar de su residencia y el mismo depende del tiempo de viaje y de la novedad del mismo.

Tabla 17*Ingresos anuales*

	Participantes	%
Menos de \$2000	51	64%
Hasta \$2000	9	11%
Más de \$2000	20	25%
TOTAL	80	100%

Figura 40*Ingresos anuales*

El ingreso anual de un turista senior que se encuentra actualmente trabajando es de \$2000, según la tabla de imposiciones del Ministerio de Trabajo* por lo tanto solo el 64% de las personas encuestadas viven por lo bajo de este rango de ingresos a diferencia de un 25% cuyos ingresos son superiores a los \$2000, esto se debe al nivel de instrucción y el cargo que ocupan.

Esta pregunta nos ayuda a saber la calidad de vida que tienen este segmento ya que para los años 80's, eran considerados uno de los sectores más vulnerables y olvidados según Krugman & Obstfeld debido a los distintos cambios economicos que se estaban viviendo para esa época.

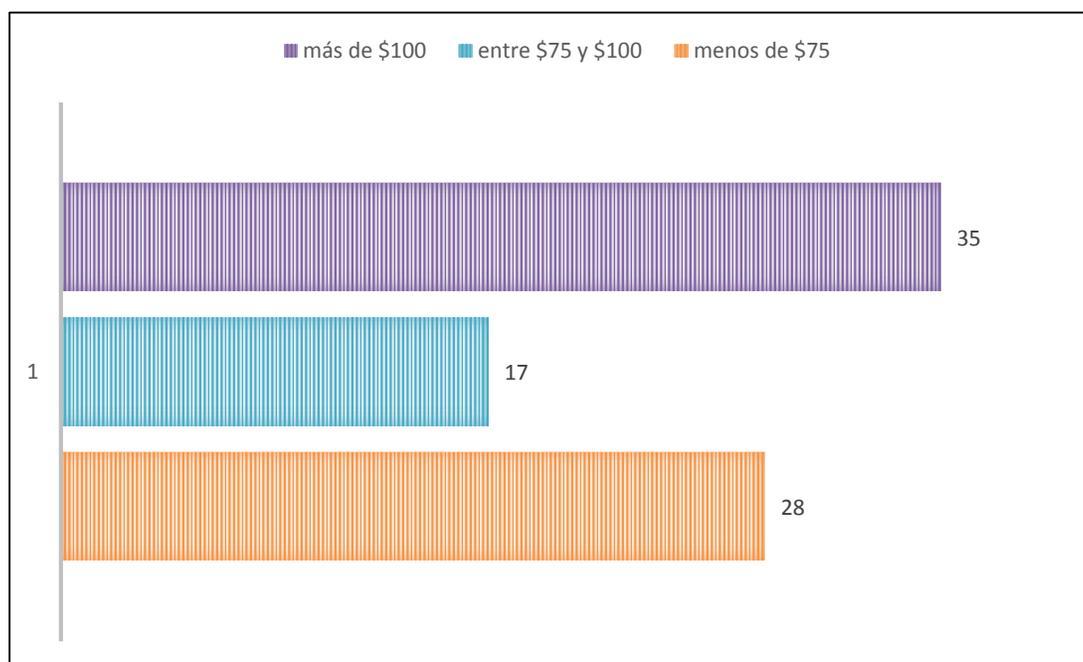
Tabla 18

Gasto promedio diario durante el viaje

	Participantes	%
Menos de \$75	28	35%
Entre \$75 y \$100	17	21%
Más de \$100	35	44%
TOTAL	80	100%

Figura 41

Gasto promedio durante el viaje



Zuleta, al ser una comunidad pequeña pero reconocida por la parte cultural de sus bordados se la puede considerar como un sitio económico ya que durante un viaje se suele gastar menos de \$75, fuera del hospedaje, ya incluyendo el hospedaje este sería un gasto diario de \$200 algo que está por el rango de presupuesto que consideran los turistas senior.

Es decir que durante una visita de 1 día el 35% de las personas encuestadas puede gastar menos de \$75, un 21% de ellos incluyendo lo que son recuerdos como blusas o manteles bordados a mano gasta entre \$75-\$100 durante 2 días y por una semana de estancia el 44% de ellos gastan más de \$100.

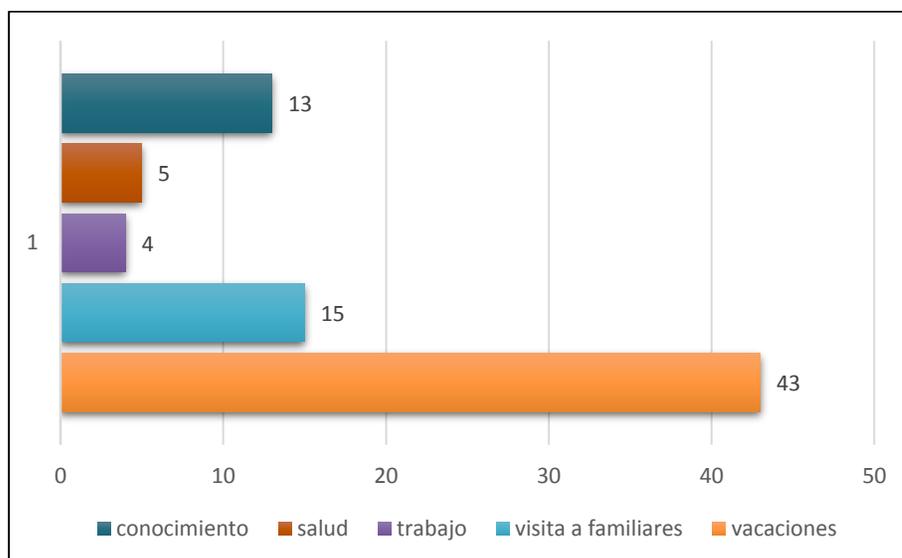
Evaluación de las motivaciones del Turista Senior

Según lo establecido por Crompton, la motivación se divide en 2 partes: psicossociológicas (*push factor*) y culturales (*pull factor*) y el último inciso analiza lo que los turistas prefieren.

Tabla 19

Motivaciones de viaje

	Participantes	%
Vacaciones	43	54%
Visita a familiares	15	19%
Trabajo	4	5%
Salud	5	6%
Conocimiento	13	16%
TOTAL	80	100%

Figura 42*Motivaciones de viaje*

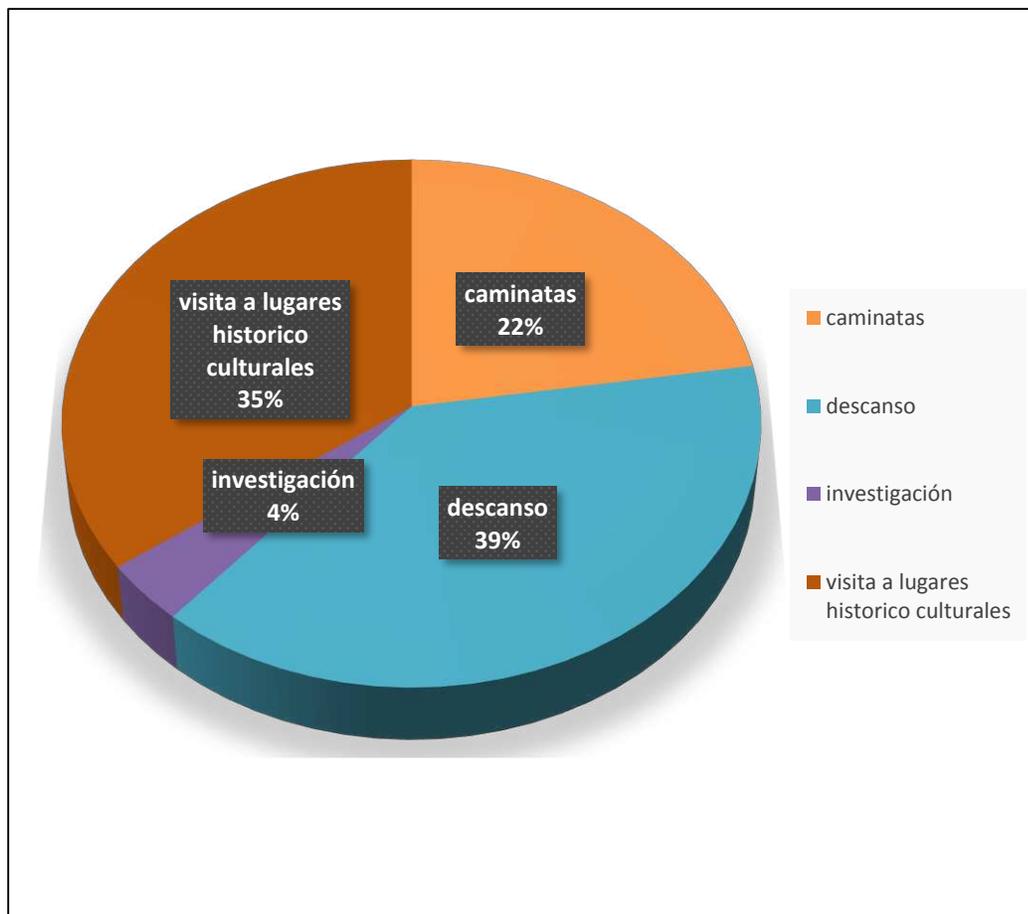
Como se puede observar el 54% de las personas encuestadas vienen por motivo de vacaciones, así sea por un día a diferencia de un 16% que vienen por conocimiento y un 19% por visitar a familiares es decir que solo el 43 de los 80 encuestados así sea por un fin de semana, visitan Zuleta y se guían por las redes sociales, algo característico de los Younger Senior.

Tabla 20*Actividades que prefiere realizar en el destino*

	Participantes	%
Caminatas	18	22%
Descanso	31	39%
Investigación	3	4%
Visita a lugares históricos- culturales	28	35%
TOTAL	80	100%

Figura 43

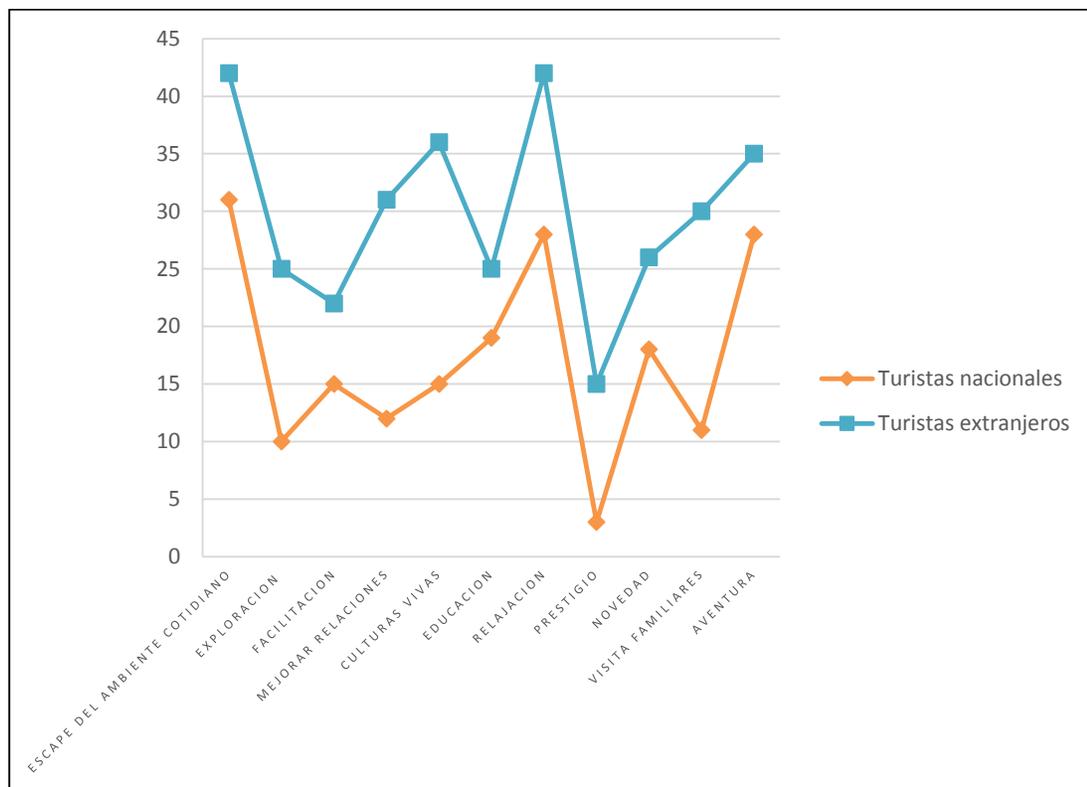
Actividades que prefiere realizar en el destino



Tal como se menciona en distintos artículos, la variable que se imponen dentro de este grupo sin importar la edad es el descanso (39%) ya que lo consideran como un factor importante a la hora de elegir un destino a diferencia de un 35% que visita Zuleta por las “Tolas” que existen dentro del bosque protector Zuleta y es conducido por el mismo camino que da a la Hacienda.

Tabla 21*Motivaciones turísticas de Crompton*

	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Total
Motivaciones psicosociológicas			
Escape del ambiente cotidiano	31	42	73
Exploración	10	25	35
facilitación	15	22	37
mejorar relaciones	12	31	43
	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Total
Motivaciones Culturales			
Culturas vivas	15	36	51
Educación	19	25	44
Relajación	28	42	70
Prestigio	3	15	18
Novedad	18	26	44
Visita a familiares	11	30	41
Aventura	28	35	63

Figura 44*Motivaciones turísticas de Crompton*

El análisis dentro de la última pregunta hace referencia a las motivaciones turísticas las cuales fueron divididas tanto por el turista nacional como internacional. Determinando que este tipo de segmentos prefieren escapar del ambiente cotidiano de la ciudad a un sitio que se encuentre a las afueras, tanto en los turistas nacionales como internacionales. Seguido de este también prefieren un sitio que les brinde relajación y en ciertos casos dependiendo de la edad optan por realizar deportes extremos. El punto que menos aceptación ha tenido es la parte del prestigio, ya que creen que no es necesario que un sitio sea tan reconocido ya que podrán alterar con la paz y la seguridad del mismo.

Capítulo V

Propuestas Estratégicas de Desarrollo Local

Introducción.

Actualmente, la sociedad ha cambiado su estilo de vida y por ende sus gustos se han vuelto más exigentes, especialmente han optado por destinos en donde la salud es sinónimo de seguridad y estatus, esto se debe a la aparición del COVID-19 que ha suspendido las actividades habituales de la población en general, afectando la economía mundial y decayendo la perspectiva de desarrollo y crecimiento dentro del sector turismo. Es por eso que la idea de promocionar a la comunidad Zuleta como alternativa para el turismo senior recomienda enfocarse en presentarlo al mercado nacional, como lo menciona el experto Luis Falconí en una de sus conferencias.

Dentro de este capítulo se plantea 4 propuestas enfocados en 2 áreas: Oferta e infraestructura, ya que se lo debe de considerar como apoyo en la promoción de destinos en zonas rurales. Además, se presenta un análisis de la matriz FODA previamente realizado que permita trazar estrategias acordes a la comunidad, la mismas involucran a todos los agentes turísticos, entidades gubernamentales y pobladores afianzando la comunicación entre ellos y la aprobación de proyectos en beneficio de todos.

Zuleta más que un destino, debe ser considerado como uno de los atractivos que mantienen su historia y cultura viva, presentarla al mundo por medio de las diferentes plataformas tecnológicas captara la atención de varios segmentos a parte del turista senior, promoviendo la inversión en los productos locales desarrollando por los pobladores de la comunidad con un sello único y personalizado.

Misión de la propuesta.

La comunidad de Zuleta busca diversificar su oferta mediante la promoción turística, elaborando estrategias que le permitan dar a conocer su potencial natural y cultural al turista senior de manera que la comunidad viéndose involucrada tanto con el sector público y privado obtengan beneficios de forma equilibrada, además de considerar un turismo consiente y sustentable garantizando el cuidado ambiental, y de esta manera brindar un servicio de calidad que satisfaga las expectativas del turista y le generen una experiencia positiva.

Visión de la propuesta.

Para el 2023, La comunidad de Zuleta logre posicionarse como un destino seguro y de calidad que genere confianza en el turista al promover el turismo senior conjuntamente con las autoridades de la comunidad y el GAD municipal, asimismo, de ser una comunidad que promueva un turismo consiente y responsable con el ambiente, aplicando estrategias de sostenibilidad ambiental, lo que garantiza la competitividad y mejora de la imagen del destino.

Análisis de Involucrados.

En este punto se detalla a las personas y entidades tanto privadas como gubernamentales quienes serán denominados desde este momento como los “benefactores” y “beneficiarios” dentro de la comunidad Zuleta.

Tabla 22*Análisis de involucrados*

Agentes	Intereses	Problema	Solución	Benefactores	Beneficiarios
Comunidad	Ingresos económicos para la comunidad. Diseño de una ruta turística para Zuleta.	<ul style="list-style-type: none"> Falta de participación entre los pobladores sobre proyectos turísticos. Desconocimiento sobre emprendimientos turísticos. No se encuentran establecidos los 	Presentación de proyectos acorde a las necesidades de la comunidad. Capacitación sobre atención al cliente y animación turística. Inventario de atractivos y planta de	<ul style="list-style-type: none"> GAD de Ibarra. Fundación Galo Plazo. Hacienda Zuleta. 	<ul style="list-style-type: none"> Emprendedores del área de A&B. Emprendedores del área de alojamiento. Asociación de bordadoras de la comunidad Zuleta. Pobladores de la comunidad Zuleta

Agentes	Intereses	Problema	Solución	Benefactores	Beneficiarios
		sitios de interés dentro de la comunidad.	servicios dentro de Zuleta.		
Hacienda Zuleta	Participación por parte de los pobladores.	<ul style="list-style-type: none"> Desinterés de los pobladores en cuanto a capacitaciones. 	Presentar en cursos de interés como: Idiomas, animación turística, manejo de grupos y promoción en redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Galo Plaza. GAD de Ibarra. MINTUR Universidades. 	
	Designar un presupuesto para proyectos turísticos en	<ul style="list-style-type: none"> El GAD de Ibarra toma en cuenta los servicios básicos con los que cuenta cada 	Entablar conversaciones con la dirección de turismo del GAD de Ibarra	<ul style="list-style-type: none"> GAD de Ibarra 	<ul style="list-style-type: none"> Pobladores de la

Agentes	Intereses	Problema	Solución	Benefactores	Beneficiarios
Junta parroquial de Angochahua	Zuleta por parte del GAD de Ibarra. Actualización de la base de datos en cuanto a las visitas que recibe Zuleta. Creación de Infocentro turístico en	comunidad dando prioridad a los más necesitados. • No cuenta con los recursos necesarios para emplear programas tecnológicos y tener una base de datos propia. • Falta de un Infocentro turístico en donde facilite la comunicación	para enfatizar en el desarrollo del turismo senior y los beneficios que puede generar en la parte económica y social. Designar presupuesto para la implementación de tabletas y el diseño de una encuesta que se encuentre en sitios de	<ul style="list-style-type: none"> • MINTUR • Universidades. 	comunidad Zuleta. • Emprendedores en el área de A&B. • Emprendedores en el área de Alojamiento. • Asociación de bordadoras de la comunidad Zuleta.

Agentes	Intereses	Problema	Solución	Benefactores	Beneficiarios
	la comunidad.	entre el turista y la comunidad.	alimentación, hospedaje y centros culturales. Implementar un centro de información atendido por los pobladores con la participación de estudiantes de turismo.		

Agentes	Intereses	Problema	Solución	Benefactores	Beneficiarios
Emprendedores del área de A&B.	Facilidades para brindar un trato personalizado o a los viajeros.	<ul style="list-style-type: none"> Poca afluencia de turistas entre la semana. Instalaciones improvisadas al costado de la carretera (restaurantes) o en el hogar (alojamiento) 	<p>Capacitaciones en servicio y atención al cliente.</p> <p>Inventario y regulación de establecimientos que se encuentran registrados en el municipio.</p> <p>Actualización de los establecimientos que se encuentran vigentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> GAD de Ibarra Junta parroquial de Angocha MINTUR Universidades 	<ul style="list-style-type: none"> Dueños de los establecimientos. Pobladores de la comunidad Zuleta.
	Emprendedores del área de Alojamiento.	Apoyo por parte del GAD de Ibarra y la junta parroquial para poner en marcha	<ul style="list-style-type: none"> Sello de reconocimiento por parte del GAD de Ibarra y la junta parroquial de Angochahua en 		

Agentes	Intereses	Problema	Solución	Benefactores	Beneficiarios
	sus proyectos.	establecimientos que no se encuentran vigentes. <ul style="list-style-type: none"> Promoción en redes sociales deficientes y falsas 	Diseñar una página de promoción para Zuleta e incluir establecimientos oficiales.		
Sitio Arqueológico Tolas de Zuleta.	Contar con guías que expliquen la importancia e historia.	<ul style="list-style-type: none"> Falta de un guío y guías que se encuentren en el sitio ya que se encuentra dentro de la Hacienda Zuleta. 	Poner a cargo a los miembros de la comunidad y estudiantes que se encuentren capacitados en animación turística.	<ul style="list-style-type: none"> Hacienda Zuleta Universidades 	<ul style="list-style-type: none"> Pobladores de la comunidad Zuleta.

Agentes	Intereses	Problema	Solución	Benefactores	Beneficiarios
GAD de Ibarra	Rentabilidad e ingreso de nuevos segmentos turísticos a las comunidades rurales. Uso de nuevas herramientas tecnológicas para la promoción de destinos. Redes de	<ul style="list-style-type: none"> Deficiencia en la asignación de presupuestos para proyectos en zonas rurales. Falta de comunicación con la junta parroquial de Angochahua. Falta de conocimiento en cuanto a la aplicación de turismo del GAD de Ibarra. Inestabilidad y deficiencia en la 	<p>Analizar e investigar proyectos que sea accesibles y económicos pero rentables.</p> <p>Impulsar proyectos de fin de carrera propuestos por estudiantes.</p> <p>Involucrar a la junta parroquial de Angochahua en la selección de proyectos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Universidad es Área de comunicación del GAD de Ibarra. Área de marketing del GAD de Ibarra. CNT Ibarra. 	<ul style="list-style-type: none"> Junta Parroquial de Angochahua. Dueños de establecimientos dentro de la comunidad Zuleta. Agencia de viajes Pachakilla Tours Pobladores de la comunidad Zuleta.

Agentes	Intereses	Problema	Solución	Benefactores	Beneficiarios
	comunicar e información	cobertura de telefonía móvil y fija en las comunidades.	para impulsar la comunidad. Nueva promoción para la aplicación móvil del GAD Mantenimiento y aumento de la red móvil y fija.		

Análisis FODA de la comunidad de Zuleta.

Tabla 23

Matriz FODA, Comunidad Zuleta

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Fácil acceso a la comunidad. - Es conocida principalmente por sus bordados. - Entre las fiestas más décadas están las de San Pedro y San Juan. - Cuenta con el bosque protector Zuleta y un sitio Arqueológico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Azotes de plagas, pestes, contagios, epidemias o pandemia y fenómenos naturales. - Falta de presupuesto por parte del gobierno para invertir en el sector turístico. - Migración de la gente joven de la comunidad a la ciudad.
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Poco o nulo conocimiento sobre el turismo senior en la comunidad. - Falta de organización y apoyo económico por parte del GAD de Ibarra, dirigentes, agentes turísticos y miembros de la comunidad. - Falta de promoción turística dirigida al turismo senior. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés del turista extranjero senior por participar en actividades turísticas experienciales dentro de la comunidad. - Sector rural con gran potencial turístico. -Contribución por parte de los jóvenes que salen de la comunidad con sus conocimientos como aporte al desarrollo local.

Analisis de Objetivos

Objetivos

- Presentar herramientas de uso técnico enfocadas al turista senior en la comunidad Zuleta por medio de la promoción e infraestructura, elementos considerados como necesarios para mejorar el desarrollo del turismo local.

Propuesta de Proyectos Turísticos en Base a la Promoción.

Propuesta 1. Guía Virtual.

El principal objetivo de la guía virtual es tener un contacto más cercano entre el turista y el destino por medio de una aplicación virtual móvil de los principales sitios de interés dentro de la comunidad, con la finalidad de apoyar a los diferentes emprendimientos y empresas turísticas. Este a su vez contiene información actualizada de establecimientos de A&B y alojamiento, resultado del censo que se efectuó para determinar el estado y la clasificación en cuanto a la planta turística, además incluye una ruta diseñada que abarca los atractivos principales de la comunidad, apta para el segmento Senior.

La guía virtual nos permite llegar a un mercado más lejano y amplio a menores costos generando de esta manera una expectativa y motivación en las personas para que de esta manera visiten la comunidad de Zuleta y conozcan la historia, tradición y cultura que la envuelven en un encanto mágico.

Aplicación móvil, “Turismo Senior Zuleta”

Figura 45

Pantalla principal de la aplicación, Turismo senior Zuleta



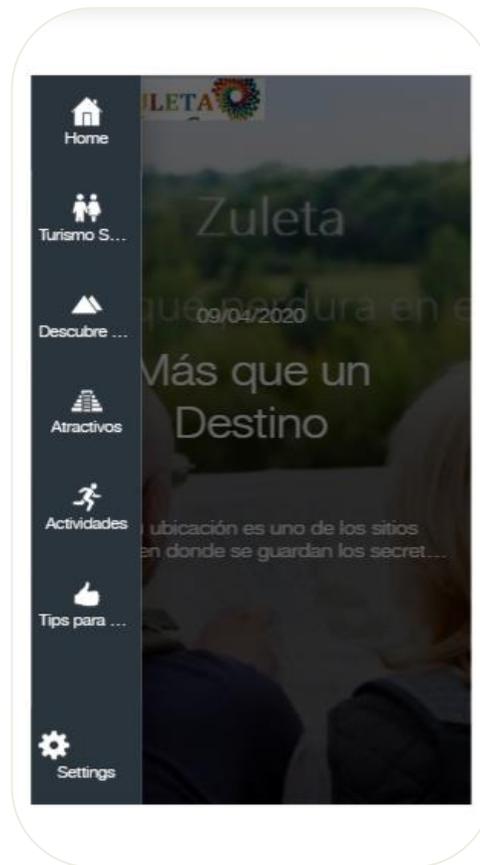
Para la elaboración de la misma, se utilizó el programa GOODBARBER, el cual permite crear y diseñar a su gusto una aplicación móvil a precios accesibles, para la presentación de esta, se utilizó el plan gratuito de GOODBARBER ya que es un primer intento, dentro del mismo se encuentra un menú desplegable dividido en 4 secciones:

- ✓ Turismo senior.
- ✓ Descubre Zuleta.
- ✓ Atractivos.

- ✓ Actividades para realizar
- ✓ Tips para visitar
- ✓ Contactos.

Figura 46

Menú de despliegue, Turismo Senior Zuleta



Portal de Noticias.

Como se puede observar, en la pantalla inicial de la aplicación se encuentra un portal de noticias que con un 'clic' en la imagen esta dirige a información detallada sobre la comunidad entre ellos:

- ✓ Historia y creación de la comunidad
- ✓ Datos importantes
- ✓ Noticias sobre la provincia y la comunidad actualizada

Figura 47

Portal de noticias



Su estilo dinámico y amigable lo hace fácil de manejar y se adapta a cualquier tipo de dispositivo incluso tabletas.

Figura 48

Visualización en Tablet

**Ruta turística “Zuleta Senior”****Descripción**

La ruta denominada “Zuleta Senior” es la combinación de naturaleza, historia y cultura ya que se requiere de todos los sentidos, permitiendo generar nuevas experiencias e intercambiar conocimiento. Salud y seguridad son 2 de las características que promueven el consumo de los atractivos locales dentro de la comunidad Zuleta, esta forma parte de la guía virtual.

Datos técnicos:

- Nivel físico: medio
- Nivel técnico: bajo
- Altura: 2800-4000 msnm.
- Clima: subtropical árido de tierras altas hasta el frío de los páramos con ventiscas.

Inversión aproximada:

- \$35 a \$40 por 1 día con guía turístico
- \$20 a \$30 por 1 de forma independiente

Incluye:

- Alimentación (dulces de bienvenida y almuerzo)
- Guianza (solo en los atractivos)

No incluye:

- Gastos extras (comida, bebidas, snacks o recuerdos)
- Transporte

Principales Atractivos:

- Hacienda Zuleta
- Tolas de Zuleta
- Proyecto de rescate Cóndor Huasi
- Feria de emprendedores en la casa Comunal de Zuleta
- Casa museo de Don Eliseo Sandoval.
- Actividades en Mushuk Kawsay
- Cerro Cunrru
- Laguna el Cubilche

Qué llevar:

- Ropa cómoda y abrigada (chompa impermeable y rompe vientos)
- Zapatos cómodos (deportivos o de tracking) en el caso de visitar la laguna el Cubilche es necesario botas de caucho.
- Gorra de sol, protector solar y gafas.

- Agua embotellada
- Cámara fotográfica.

Accesibilidad

Desde Quito

- Para llegar a la comunidad Zuleta, se debe tomar un bus desde Quito con destino a Ibarra de las cooperativas: Andina, Aerotaxi o Flota Imbabura.
- Una vez que se llega al terminal de Ibarra se toma el bus de la cooperativa La Esperanza con dirección a Zuleta, esta línea de buses opera desde las 5:00 am hasta las 8:00 pm en una frecuencia de 1 hora.

Desde el Valle de los Chillos o Pifo

- Para llegar de forma directa y en menos tiempo a la comunidad Zuleta, tomar los buses de transporte: Carlos Brito o Flor del Valle con destino a Cayambe posteriormente se toma otro transporte de la cooperativa 21 de junio con destino a Zuleta
- En el caso de viajar por Pifo, la opción de los medios de transporte son los mismo que pasa por el valle de los Chillos con la excepción de que se añada el bus de la cooperativa CITA Ltda. que tiene su sede en la parroquia de Pifo.

Transporte propio

- En caso de contar con un transporte privado, se tomará la panamericana Norte E35 o la vía a lagos que llega directamente a Zuleta. Es recomendable dejar el vehículo en el parqueadero que se encuentra en la hacienda Zuleta ya que es el primer punto dentro de la ruta.
- También puede ser recomendable seguir la ruta Cayambe-Olmedo-Zuleta que realizan los buses rurales. Ya que esta vía se encuentra adoquinada hasta la entrada de Olmedo.

Tabla 24*Itinerario de viaje*

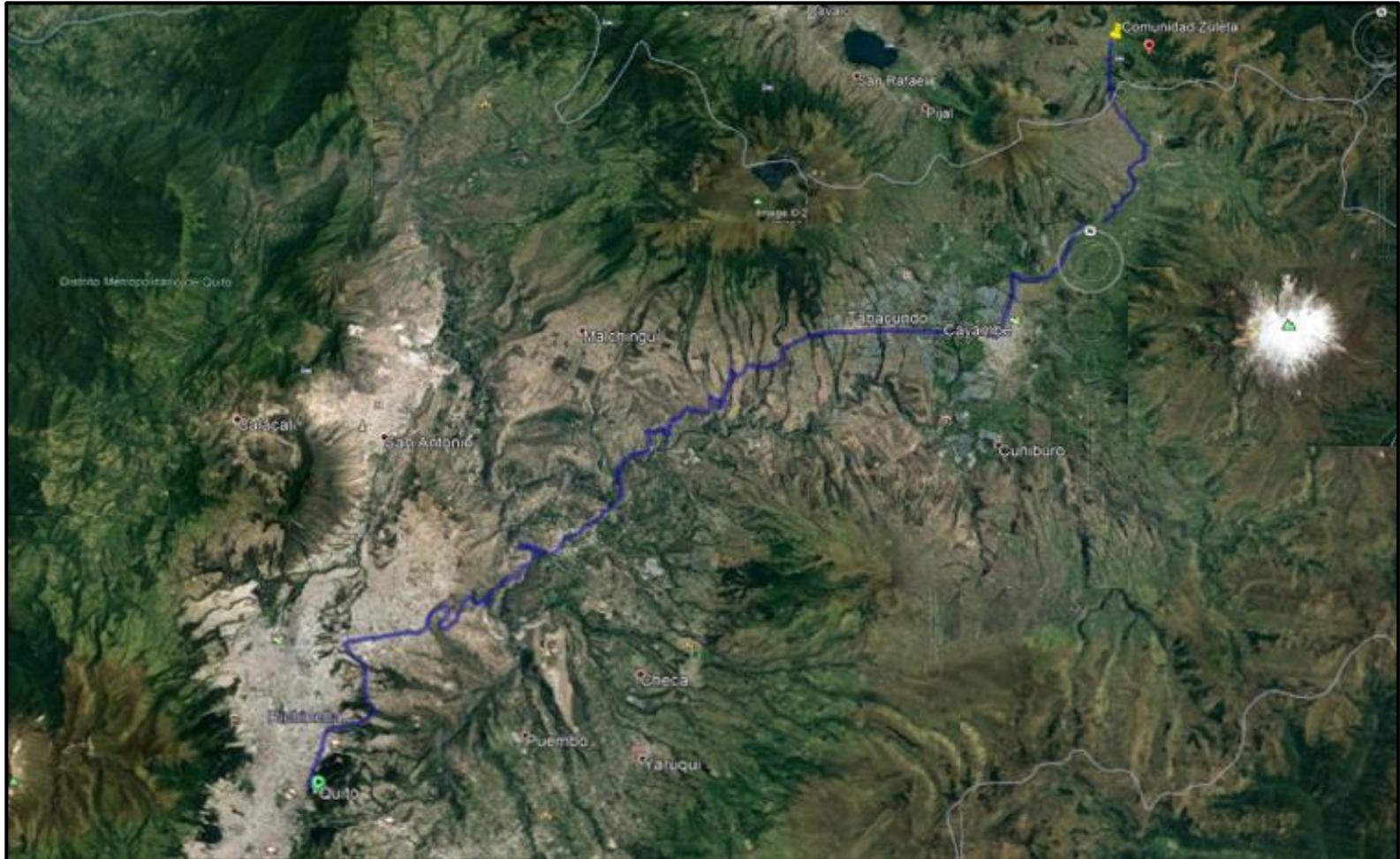
RUTA TURÍSTICA: "ZULETA SENIOR"					
Día/Hora	Lugar	Actividad	Tiempo	Responsable	Observaciones
08:00	Hacienda Zuleta	Bienvenida e indicaciones a los turistas	30 min	Guía Turístico	Introducción y explicación sobre la historia de la Hacienda Zuleta
08:30	Sitio Arqueológico Tolas de Zuleta	Caminata hasta las Tolas de Zuleta	30 min	Guía Turístico	Recorrido, explicación sobre la cultura Caranqui y su construcción
09:20	Proyecto de rescate Cónдор Huasi	Traslado hasta el centro de rescate de cóndores	1 hora	Guía Turístico	Explicación sobre el proyecto Cónдор Huasi y observación de aves.

RUTA TURÍSTICA: "ZULETA SENIOR"					
Día/Hora	Lugar	Actividad	Tiempo	Responsable	Observaciones
10:30	Casa Comunal Zuleta	Feria de emprendedores locales	30 min	Guía Turístico	Presentación de productos elaborados con elementos de la localidad
11:00	Casa museo Eliseo Sandoval	Bienvenida y recorrido en la casa museo de Don Eliseo Sandoval	1 hora	Guía Turístico	Explicación sobre los artefactos que se encuentran en la casa museo y su importancia
12:00	Hospedaje Mushuk Kawsay	Elaboración del Pan y sesión de bordado a mano	1 hora	Guía Turístico	Explicación sobre la importancia del bordado y clase interactiva
13:00	Hospedaje Mushuk Kawsay	Almuerzo	1 hora	Guía turístico	Almuerzo con platos típicos de la

RUTA TURÍSTICA: "ZULETA SENIOR"					
Día/Hora	Lugar	Actividad	Tiempo	Responsable	Observaciones
					comunidad cocinados a leña
14:00	Cerro Cunrru	Caminata y observación de aves	1 hora	Guía Turístico	Observación de aves Limpia por parte de un chaman
15:00	Laguna El Cubilche	Camina y observación panorámica	1 hora	Guía Turístico	Recolección de Mortiño Explicación sobre la importancia de los paramos Fotografías
16:00	Casa Comunal	Retorno a Quito	2h30 min	Guía Turístico	FINALIZACIÓN DEL RECORRIDO

Figura 49

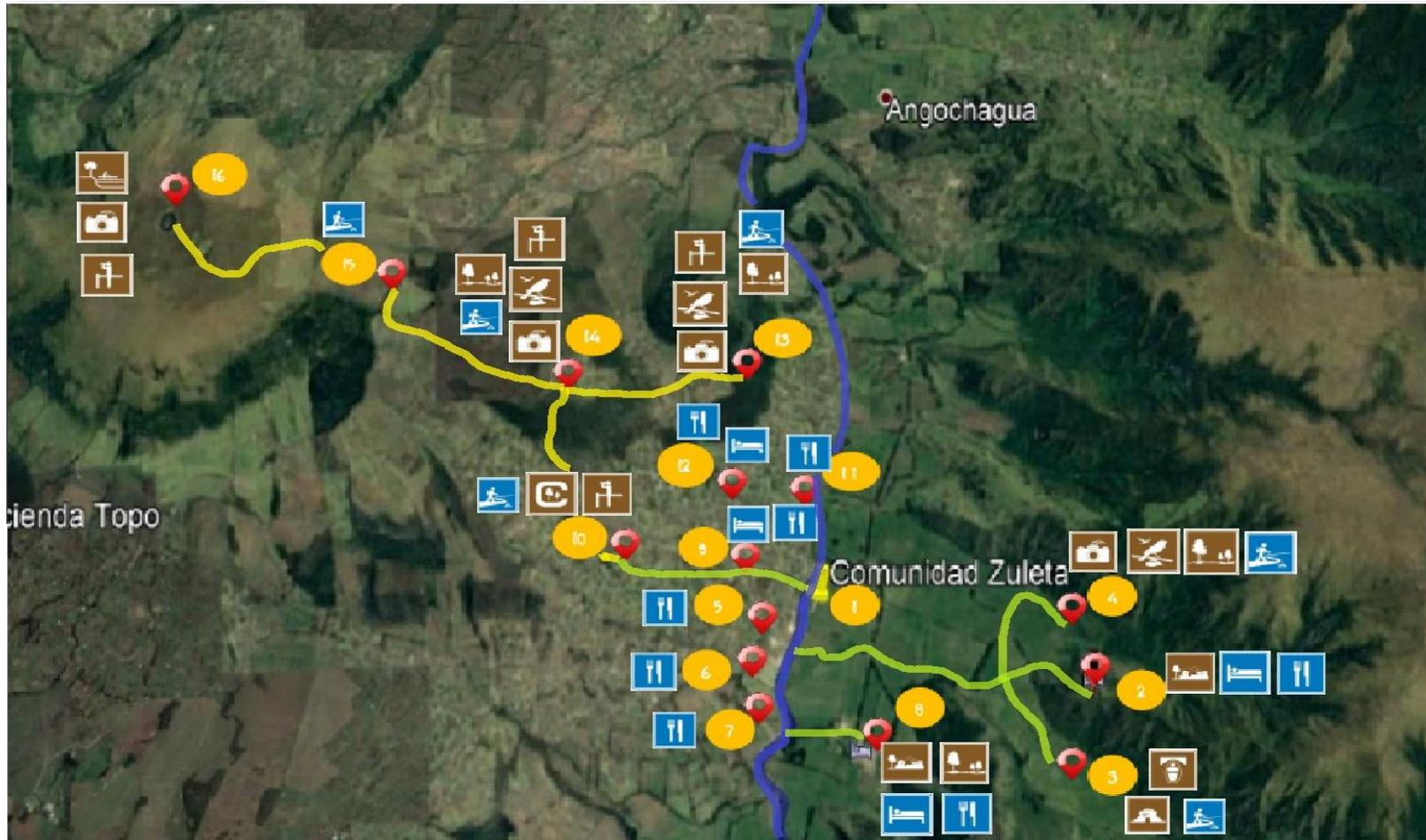
Punto de partida desde Quito a Zuleta.



Nota: Imagen sacada de Google earth

Figura 50

Mapa turístico de ,Zuleta



Nota: Mapa tomado de Google earth

En donde:

Tabla 25

Inventario de atractivos Zuleta

Atractivos y sitios de interés.	Pictografía	Significado
1. Casa comunal de Zuleta		Observación de aves
2. Hacienda Zuleta		Panorámica
3. Sitio arqueológico "Tolas de Zuleta"		Bosque
4. Centro de rescate de cóndores "Cónдор Huasi"		Lago/ laguna.
5. Restaurante "La estancia del tío Antonio"		Centro de interpretación
6. Restaurante "El chaparral Zuleta"		Mirador
7. Restaurante "La choza de mama Sofia"		Hacienda Colonial
8. Hacienda "La Magdalena"		Tolas
9. Hospedaje Carmita		Sitio arqueológico
10. Centro de interpretación y museo de Eliseo Sandoval		Senderismo
11. Restaurante y eventos "Casa bella Zuleta"		Hospedaje
12. Hospedaje "Mushuk Kawsay"		Restaurante
13. Cerro "Pan de Azúcar"		
14. Cerro "Cunrru"		
15. Sendero "Bordado y Tradición"		
16. Laguna Cubilche.		

Tabla 26*Presupuesto del viaje*

DESCRIPCIÓN PRESUPUESTARIA DE LA RUTA "ZULETA SENIOR"		
Detalle	Valor Unitario	Valor total
Transporte	\$5.00	\$5.00
Box lunch	\$1.80	\$1.80
Guianza 1 hacienda Zuleta	\$2.00	\$2.00
Entrada sitio arqueológico tolas se Zuleta	\$2.00	\$2.00
Guianza 2 proyecto de rescate cóndor Huasi	\$1.00	\$1.00
Guianza 3 casa museo Eliseo Sandoval más porte económico	\$2.50	\$2.50
Guianza 4 hospedaje Mushuk Kawsay más actividades de talleres	\$12.00	\$12.00
Almuerzo hospedaje Mushuk Kawsay	\$3.00	\$3.00
Guianza 5 cerro Cunrru	\$2.00	\$2.00
Guianza 6 laguna el Cubilche	\$2.00	\$2.00
Guianza 7 casa comunal	\$2.00	\$2.00
	Costo	\$35.30
	Utilidad 5 %	\$1.76
	IVA 12 %	\$4.24
	TOTAL	\$41.30

Precio por pasajero: \$41.30

Los valores han sido considerados tomando en cuenta la situación actual por la que atraviesa el país y los cambios que esto ha producido en el poder adquisitivo del consumidor y como este responde ante sus nuevas necesidades.

Propuesta 2. Promoción Turística de Zuleta

La promoción turística juega un papel importante dentro del desarrollo de la imagen de un destino, para lo cual resulta esencial tener definido una imagen visual que represente al lugar y al producto con el cual se está trabajando y se desea comunicar.

Representación gráfica de la marca

Marca Es el conjunto de elementos gráficos como logotipo, isotipo, imagotipo, slogan entre otros, que definen a una empresa, lugar o producto.

Logotipo Es el uso de la tipografía en la marca, el cual estaría compuesto por palabras o también llamadas identificaciones tipográficas.

Isotipo Es la parte simbólica o icónica de la representación gráfica de la marca, es decir, el dibujo con el cual representamos a la marca a través de un símbolo o icono.

Imagotipo Es la unión del Logotipo y el Isotipo en conjunción y perfecto equilibrio, es decir, la representación gráfica de una marca a través de una o varias palabras junto a un icono.

Slogan En castellano eslogan o más conocido como slogan en inglés, se refiere a la frase que acompañe a la marca que intenta trasladar al posible cliente el valor o característica que tiene su producto y lo hace único.

Zuleta es una comunidad rural que cuenta con un gran potencial de atractivo natural, cultural e histórico, además de ser reconocida principalmente por sus bordados muy característicos del lugar, es por ello que ese ha tomado en consideración estas

características tan esenciales para la creación y diseño de la marca turística. Llevando así colores claros, vivos que representen la diversidad paisajística y a la vez un bordado hecho en la comunidad representando en la imagen turística del país.

Turismo Senior Zuleta

Un rincón que perdura en el tiempo.

Figura 51

Isotipo Turismo Senior para la comunidad Zuleta



El objetivo principal de este Isotipo es lograr un mayor reconocimiento de la comunidad, por medio de un nuevo segmento de mercado turístico. El turismo senior permitirá impulsar la oferta turística de la comunidad aprovechando sus fortalezas al ser un sector rural lleno de encanto natural, magia histórica y cultural.

La marca en si va dirigida a la promoción turística de la comunidad de Zuleta como un elemento de apoyo a las autoridades, entidades, asociaciones y agentes turísticos que están relacionados directamente con el sector turístico, la promoción y mejora de la imagen del lugar.

Plan de medios de comunicación e información

Dentro de la promoción turística, se debe distinguir entre “información” y “comunicación”. La comunicación implica la información, es decir, la primera es una actividad cotidiana que no requiere de algún elemento adicional, como un simple saludo entre personas. Pero si al saludo se le añade información extra existe ya una matriz de información, que requiere elementos adicionales de interés e información.

La promoción turística se la puede realizar de dos formas ya sea por medios físicos como volantes, afiches, trípticos o también se puede utilizar medios virtuales como las redes sociales tales como Instagram, Facebook, páginas web o aplicaciones virtuales. Siendo fundamental en los dos casos tomar en consideración al grupo o segmento de personal a las cuales va dirigida mi información y deseo comunicar mi producto turístico.

La primera forma en la que se considerar la utilización de papel e impresiones es factible en algunos casos tomando en cuenta que ciertos grupos de personas prefieren estos medios de comunicación, pero por otro lado es perjudicial para el cuidado ambiental por lo que se ha puesto mayor énfasis en el trabajo con medios virtuales que nos permitan llegar a nuestro objetivo, tener mayor interactividad con el público, mayor alcance con costos más bajos.

Figura 52

Página de Instagram, Turismo Senior Zuleta

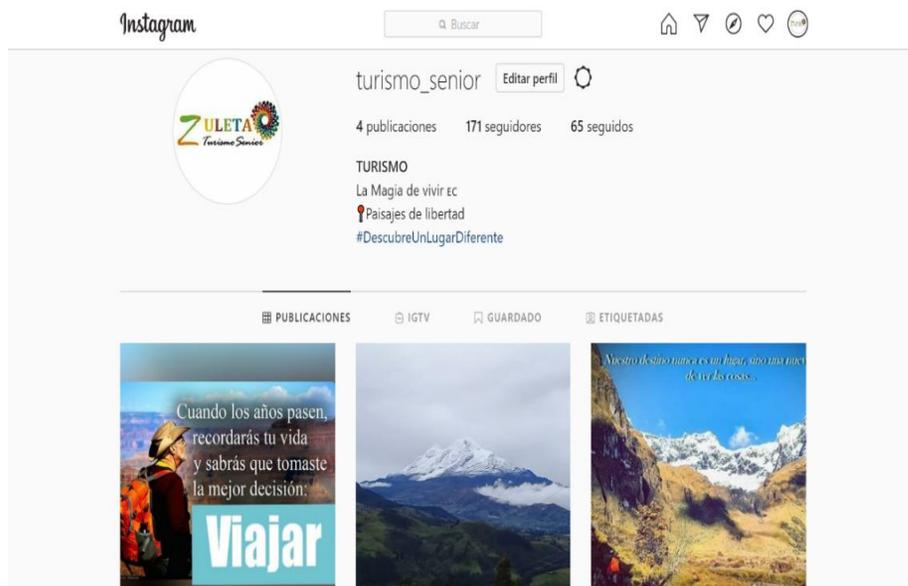
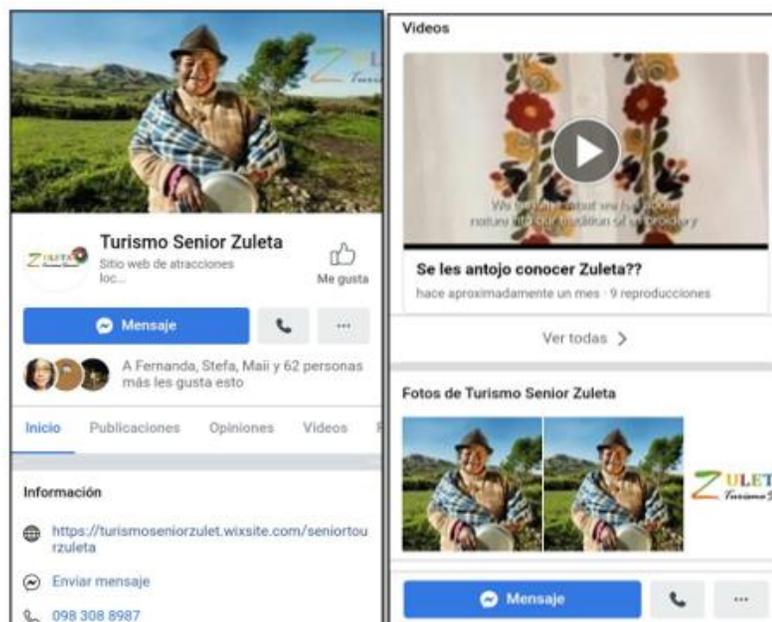


Figura 53

Página de Facebook, Turismo Senior Zuleta

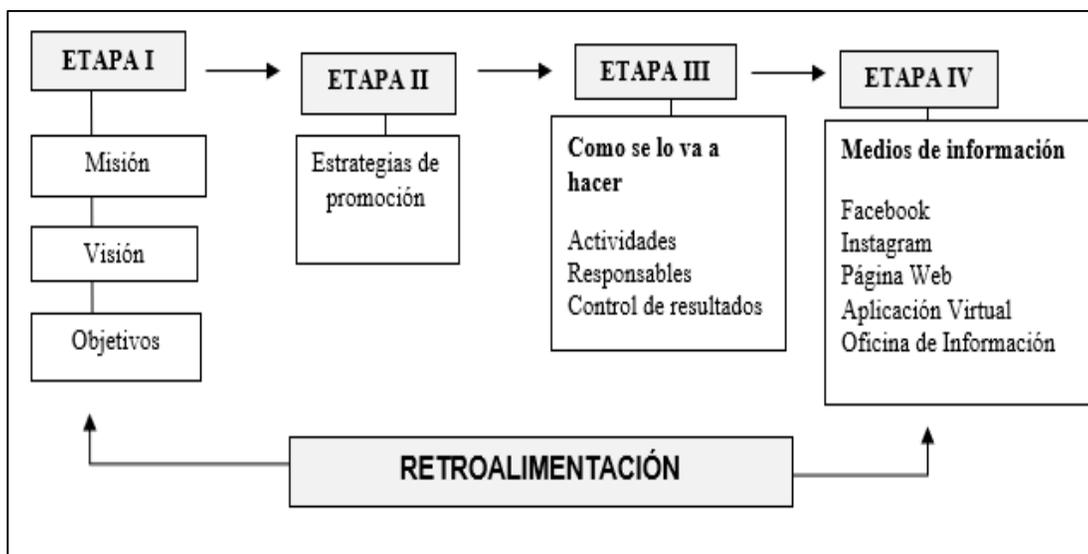


Estrategias de comunicación e información

La comunicación turística, es un elemento que apoya al marketing y la promoción de los destinos a través de la información, contribuyendo de esta manera a la construcción de la imagen, posicionamiento y notoriedad del destino.

Figura 54

Plan de promoción turística



Nota: Tomado de (Robles Espinoza, 2014)

Tabla 27*Desarrollo de actividades, plan de comunicación*

Actividades	ADE	Objetivo	R	Beneficiarios	Indicadores	MDV
Difusión y comunicación	Empleo de medios	Crear medios interactivos	Alexandra Aguilar Gabriela Muñoz	Establecimiento de A&B. Agentes turísticos	Encuestas digitales # de visitas a las redes sociales.	Tarjetas de promoción Facebook Instagram Página Web
			Presidente de la comunidad	Emprendedores	Interacciones en la página web.	

Actividades	ADE	Objetivo	R	MDV
Nueva Imagen	Crear una imagen de destino seguro y de calidad	Diseñar un imagotipo	Alexandra Aguilar Gabriela Muñoz	Roller up con los elementos que conforman Zuleta
Aplicación Móvil	Presentar una aplicación móvil movil	Diseñar una aplicación móvil amigable y segura al alcance del turista senior	Alexandra Aguilar Gabriela Muñoz	Disponibilidad para Android y iOS

Tarjeta Experiencial.

La idea de la tarjeta experiencial es motivar el consumo del producto nacional, es por eso que se presenta a la comunidad Zuleta con su sello característico que son los bordados a mano. La dimensión de esta tarjeta es A8 (74 X 52mm) ya que se trata de que sea fácil de transportar y no sea desechado al instante como lo hacen con los folletos. Contará con 5 diseños diferentes y los bordados serán flores que se encuentran en su vestimenta, el cual añade un valor agregado que hará sentir al turista nuevas emociones.

Figura 55

Tarjeta experiencial bordada a mano



Para el lanzamiento de estas tarjetas se lo hará por medio de los propios emprendedores de la comunidad como un agradecimiento por su visita y entidades como el GAD de Ibarra al momento de que se apertura las ferias de comercio y turismo en las distintas provincias. El costo de inversión de las mismas es de \$10 la docena, para iniciar con la aceptación de las mismas se mandarían a elaborar alrededor de 60 tarjetas que serán repartidas por los emprendedores en la feria comunal.

Este costo lo asumirán cada uno de los miembros ya que ayudara al posicionamiento del mismo. Dependiendo del impacto que tenga se realizara un pedido mensual de 60 tarjetas.

Propuestas de Proyectos Turísticos en Base a la Infraestructura.

Propuesta 3. Oficina de Información Turística

El objetivo de la implementación de una oficina de información turística en la comunidad de Zuleta es brindar un servicio complementario a al desarrollo turístico del sector por medio de la información, con el propósito de mejorar la imagen del destino hacia los turistas o visitantes que recibe la comunidad.

Oficina de información turística

Es una entidad de servicio público que se encarga de gestionar la promoción de su región prestando un servicio turístico relacionado con la atención, orientación y asesoramiento al turista sobre los diferentes elementos que integran la oferta turística del lugar o destino.

Por otro lado, se debe destacar que dichas oficinas no tienen por objetivo directo vender, ya que su objetivo y direccionamiento principal es el de asesorar y promocionar los destinos turísticos mediante las siguientes funciones:

- Brindar información, asesoramiento, atención, servicio, promoción del destino dentro de la región
- Organizar la información en la oficina o counter de información turística
- Coordinar el material de apoyo informativo como mapas, folletos, documentación de las rutas o actividades que se pueden realizar en el lugar, lugares turísticos, restaurantes, transporte, servicios complementarios, etc.
- Actualizar la información cada cierto tiempo

- Recoger sugerencias y quejas de los visitantes o turistas las que posteriormente serán analizadas para conseguir la mejora de la calidad, servicio y por ende la imagen misma del lugar.

Información turística

Es el conjunto de datos (mensaje) referidos a actividades turísticas que mediante la comunicación pueden ser transferidos al turista o visitante.

Servicio de información turística

Estos servicios se basan en los procesos de búsqueda, gestión y organización de datos informativos, ya sea por sistemas informáticos o herramientas que permitan desarrollar los procesos informativos, es por ello que en la comunidad se trabajara con documentos, afiches, volantes e información digital para que el turista tenga una fuente de apoyo e información sobre temas de su interés.

Ubicación

La ubicación o puntos de referencia de una oficina de información turística es fundamental en una buena planificación estratégica, tomando en cuenta los siguientes puntos.

1. Facilidades físicas

- Zona de atención al público
- Zona de auto consulta
- Zona de exposición temporal
- Zona de gestión y trabajo interno
- Zona de almacenamiento
- Zona de servicio higiénico tanto para el personal como para los visitantes.

2. Facilidades de equipamiento

- Identificación clara y legible de la oficina, con la marco o logo, información de contactos claramente identificados
- Señalética de información básica
- Equipamiento operativo necesario y en buenas condiciones
- Servicios higiénicos accesibles y básicos, con artículos de limpieza disponible.

Tabla 28

Procesos de atención al cliente.

Antes	Durante	Después
* Presentación del personal, debidamente identificado con algún implemento de identidad visible para dar mayor confianza y seguridad.	* Saludo estandarizado de ser posible, dando la bienvenida al lugar. Mantener una buena actitud, como el sonreír y ser amable en todo momento.	* Llevar un registro de las visitas a la oficina, poniendo énfasis en datos principales o lugar de origen.
* El ambiente de la oficina de información debe ser acogedor, ordenado y limpio con el material necesario y al alcance del turista.	* El personal deberá tener en orden el material de información y limpio las instalaciones facilitar el proceso y brindar un buen servicio.	
* Uso de un lenguaje coloquial y en lo posible evitar el diálogo	* No olvidar o tener presente que los turistas más que solo información requerirá de asesoría.	

Antes	Durante	Después
improductivo entre informantes en horas laborales en caso de existir más de una persona a cargo de la oficina.	* Demostrar un todo momento una actitud colaborativa, amable y proactiva. * Brindar la información requerida por el usuario resaltando son detalle temas de interés por parte del turista, y al final preguntar al usuario si está satisfecho con la información impartida y si esta fue de su ayuda.	

Planos

Figura 56

Plano de oficina, información turística Zuleta

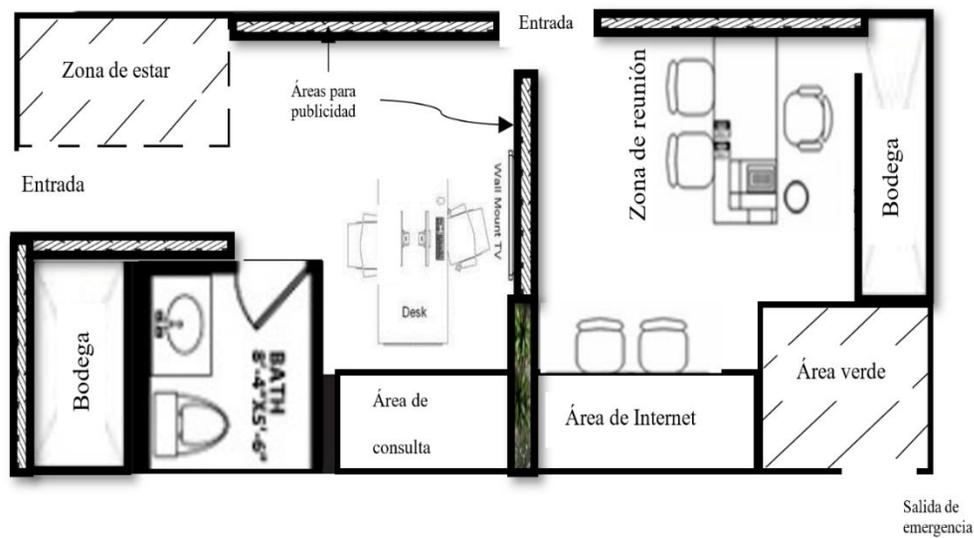


Figura 57

Plano gráfico, oficina de información turística Zuleta



Tabla 29

Presupuesto de implementación de una oficina turística en Zuleta.

DESCRIPCIÓN PRESUPUESTARIA			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Muebles de Oficina			
Escritorios	2	\$200.00	\$400.00
Mesas	2	\$80.00	\$160.00
Sillas	9	\$35.00	\$315.00
Materiales y Equipo de oficina			
Computadoras	2	\$300.00	\$600.00
Teléfono	1	\$18.00	\$18.00
Fax	1	\$70.00	\$70.00
Impresora	1	\$150.00	\$150.00
TV	1	\$800.00	\$800.00
Baño			
Inodoro		\$75.00	\$75.00
Lavamanos		\$30.00	\$30.00
TOTAL			\$2.618

Cabe recalcar que los gastos de inversión estarán a cargo del GAD como representate y en colaboración con la junta parroquial y autoridades de la comunidad para gestionar el presupuesto o actividades que ayuden a la recolección del mismo para lograr llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

Tabla 30*Designación de responsables*

Responsable	Cargo	Beneficios de las partes	Presupuesto a cargo de
Profesional en turismo o que este cursando una carrera o estudio referente al área turística.	<ul style="list-style-type: none"> Director de la oficina turística de información o encargado de la misma. 	Remuneración económica en caso de acuerdo o reconocimiento documental que se haga uso para fines académicos y aprendizaje de estudiantes en caso de pasantías pre profesionales.	GAD en conjunto con las autoridades de la comunidad a cargo de la dirección turística local y regional.

Propuesta 4. Implementación de Señalización Turística.

El objetivo de implementar un nuevo modelo de señalización turística dentro de la comunidad Zuleta mejorara la imagen y calidad en cuanto a los atractivos, beneficiando tanto a los turistas como a los habitantes de la comunidad.

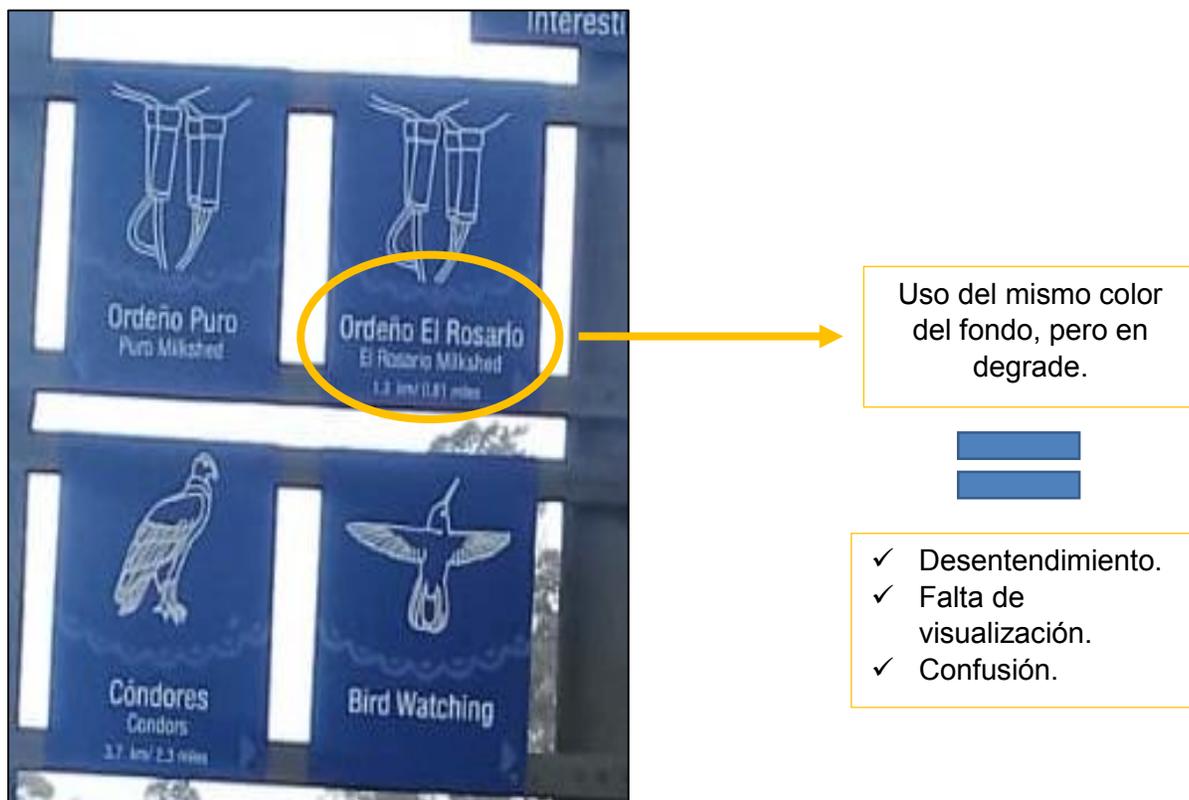
Además, este se regirá bajo las normas establecidas por el MINTUR en cuanto a señalización e incluirá información actualizada en 2 idiomas (inglés y español)

La comunidad Zuleta cuenta con señalización, pero esta no está regida bajo las normas del manual de señalización turística del MINTUR, es por eso que se plantea como una propuesta el mejoramiento y cambio de la señalización dentro de este sitio.

A continuación, se presenta evidencia del estado de la señalización dentro de los puntos centrales: Hacienda Zuleta, casa comunal y senderos. Para un mejor criterio, se tomaron en cuenta el contenido, color, distancia y tiempo, por último, tipo de actividad.

Hacienda Zuleta

Al ser uno de los sitios más visitados dentro de la comunidad se pudo determinar que son señales detalladas y puntuales, divida en 2 partes para determinar el tipo de actividad.

Figura 59*Pictografía turística, Hacienda Zuleta****Casa Comunal o Centro de Zuleta***

Para aquellas personas que visitan por primera vez la comunidad preguntan si existe una plaza central, un parque o un centro de información turística en donde les ofrezcan con mayor detalle sobre las actividades que se realizan y que se puede visitar.

Al manifestarles que solo existe la casa comunal y que es el punto de encuentro para los artesanos en el cual pueden presentar sus creaciones, claramente se observa la decepción al no encontrar más actividades, en cuanto a la señalización para las personas que quieren visitar los atractivos que se encuentran a los alrededores de la comunidad es confuso, ya que, la única referencia que tiene para dirigirse al bosque del

cerro Cunrru o a la laguna Cubilche es por medio de flechas que se ven por una sola vez.

Figura 60

Letrero de bienvenida y sitios, Casa Comunal. Comunidad Zuleta



Para los extranjeros que son de habla inglesa, es muy confuso las señalética que se encuentra presente y para poder comunicarse o darse a entender lo hacen por medio de señas, lo cual daña la imagen del destino y por el estado de los maderos se puede denotar que no se los ha vuelto a arreglar despues de unos 3 años.

Además la señalización solo lleva hasta la mitad del camino o solo se encuentran en antiguos chaquiñanes que son transitados por los pobladores, esto dificulta aun mas el recorrido dentro de la comunidad ya que para encontrar los sitios de alojamiento se debe tomar una transporte alterno.

Rutas y senderos

Figura 61

Señalización a los alrededores de la casa comunal, Comunidad Zuleta



Figura 62

Señalización de inicio a senderos y rutas, Comunidad Zuleta

**Figura 63**

Señalización para el inicio de senderos y rutas.



Figura 64

Señalización-mirador Gallo Fiti.

**Figura 65**

Ruta "Páramo y diversidad", Comunidad Zuleta



Una vez presentado el estado de las señalizaciones, se determina los siguientes aspectos, tal como se lo realizó dentro de la hacienda Zuleta.

Contenido: Nulo uso de la pictografía propuesta por el MINTUR, falta de información tanto en los senderos, miradores y centros. Las pizarras contienen demasiada información que debe ser actualizada y carecen de normas de seguridad.

Color: uso de colores propios de la paleta naturaleza, cálidos y adecuados para este tipo de rutas.

Distancia y tiempo: no contienen distancia ni tiempo de recorrido.

Tipo de actividad: No presenta tipo de actividad.

Es decir, que dentro de la señalización para las actividades de turismo en la comunidad se debe de hacer una fuerte inversión para mejorar y reemplazarlas por este prototipo usado dentro de las reservas y parques nacionales que a simple vista se dan a entender.

Prototipo de señalización turística a implementarse dentro de la comunidad Zuleta

Figura 66

Prototipo de señalización para senderos



Figura 67

Prototipo de señalización para punto central



En cuanto al fondo de inversión en el mejoramiento de la señalización se tiene un estimado de USD 12 000 debido a que se pondrá señalización en las diferentes rutas que se encuentran fuera de la hacienda Zuleta y que en este caso serían: desde la casa comunal rumbo a la laguna Cubilche, ruta Paramo y biodiversidad, ruta Gallo Fiti al cerro pan de Azúcar y cerro Cunrru.

Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones.

- ❖ Dentro de la investigación realizada se pudo determinar que el mayor número de visitas que recibe Zuleta es por parte del segmento Younger senior con un 63.75% seguido del Older senior con un 35.50%, esto se debe a que son visitantes nacionales que provienen tanto de Ibarra como de la ciudad de Quito, sin discriminar a los extranjeros que también visitan este lugar.
- ❖ El motivo principal de visita por parte de este segmento son el aspecto cultural y ambiental, ambos factores son considerados como fortalezas de la comunidad ya que conservan sus tradiciones y han realizado proyectos para el rescate del cóndor andino y el cuidado al paramo frenando su destrucción por motivos de cultivo.
- ❖ El turismo senior en comunidades rurales genera un impacto positivo en el desarrollo local, pero debido a la falta de herramientas tecnológicas, centros de información turística y fallo en las redes de comunicación van deteriorando la imagen del destino por ende se pierde el interés por parte de los visitantes.
- ❖ Se pudo evidenciar que dentro de la comunidad Zuleta existe conflicto entre los miembros de la asociación de bordadoras de Zuleta y Pachakilla tours sobre la dirección que deben tomar los proyectos de turismo, esto se debe a la falta de comunicación e individualismo por parte de los miembros, lo cual no les permite tener un enfoque objetivo.
- ❖ Para potenciar el desarrollo del turismo senior es importante mejorar la imagen del destino por medio del uso de redes sociales y una guía virtual ya que estos recursos nos permitirán tener un mayor alcance a menores costos con el objetivo de

mantener un contacto cercano con el turista senior y a su vez este obtenga información de interés sobre lo que está sucediendo en Zuleta.

❖ El mantenimiento y la mejora de la señalización turística dentro de Zuleta contribuye con el desarrollo del turismo senior tomando que para el segmento Younger senior es importante el descanso y mantenerse activo, ya que entre sus principales motivaciones están el descanso (39%), las visitas a lugares históricos culturales (35%), seguido de caminatas (22%), estas interacciones permiten establecer lazos familiares con los miembros de la comunidad.

❖ Los agentes turísticos que se encuentran involucrados con la comunidad y que participaron en la entrevista concuerdan que falta comunicación y organización, esto se debe a la desconfianza que se genera entre los miembros que asisten a las asambleas generales y las propuestas que se les entrega son poco atractivas o repiten el mismo patrón.

❖ Otro de los conflictos por los cuales se genera desconfianza entre los habitantes es sobre el presupuesto que se designa en el mantenimiento de obras viales, servicios básicos entre otros como lo menciona la presidenta de la comunidad, esto se debe a que en las oficinas del GAD de Ibarra se guían por el número de habitantes y dan prioridad a aquellas comunidades que faltan por mejorar.

Recomendaciones.

❖ Se recomienda que todo proyecto turístico sea dirigido y llevado a cabo por profesionales en el sector o al menos por personas que se encuentren capacitadas en el área turística con respecto a diseño, planificación y evaluación, siendo esto controlado por el GAD o a su vez por la misma junta parroquial, esto permitiría la generación de ideas acorde a la realidad actual y requerimientos del sector con respecto a las tendencias y fenómenos que pudieren presentarse eventualmente o a futuro en la comunidad .

❖ Se recomienda que por parte del GAD y en colaboración con las autoridades de la junta parroquial inviertan en el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles y viables, como la implementación de un centro de información, mantenimiento de la infraestructura y mejorar los canales de comunicación ya que por medio de estos se construye la imagen y posicionamiento del destino turístico, por ende las condiciones de vida de la comunidad mejoran al haber mayor afluencia de turistas que puedan generar ingresos económicos, viéndolo desde este punto como una inversión más que como un gasto.

❖ Se recomienda mejorar el ambiente de comunicación y buen liderazgo entre los agentes turísticos involucrados, emprendedores, miembros de la junta parroquial y el GAD de Ibarra, con el objetivo de mejorar la organización y gestión del trabajo mancomunado entre dirigentes, quienes serían los encargados de tomar el liderazgo en representación de cada organización.

❖ En el caso de la comunidad, la junta parroquial o dirigente actual de la misma debe trabajar por el desarrollo colectivo de manera eficiente donde cada miembro ponga de parte dejando de lado el individualismo con el compromiso de velar

por el bienestar de la comunidad y no solo el beneficio propio o de las partes involucradas.

- ❖ Se recomienda a las autoridades del GAD coordinar un mayor apoyo no solo en el mejoramiento de servicios básicos, sino también en la parte de señalización y señalética turística para brindar una mejor imagen y accesibilidad del destino.

- ❖ Es recomendable que las autoridades de la junta parroquial tomen en consideración como punto estratégico la implementación de una oficina de información turística, que a su vez esté integrada por profesionales en el área encargados de gestionar su función en el desarrollo de planes, proyectos, informes y evaluación de resultados al final de cada periodo administrativo para llevar a cabo un seguimiento de los mismos que posteriormente nos ayudaran a la toma de decisiones o planteamiento de nuevas estrategias que fomenten el desarrollo turístico de la comunidad.

- ❖ Se recomienda que dentro de la asociación de bordadoras de Zuleta se cree un fondo común para el beneficio de los propios miembros, ya que estos podrían ser administrados por los mismos, de manera que se garantice una reserva de emergencia o que a su vez estaría a disposición para cualquier eventualidad o imprevisto.

- ❖ Dentro de la gestión de promoción turística, se recomienda que la comisión encargada de desarrollo local o autoridades de la junta parroquial en específico con ayuda del GAD y en comunicación con el Ministerio de agricultura y ganadería, Ministerio de Industria y productividad y Ministerio de Turismo sean las encargadas de organizar ferias donde se promocióne la producción de la comunidad ya sean productos agrícolas, ganaderos o textiles que juntamente con información cultural y científica e histórica puedan ayudar a dar realce a estos productos con un plus o valor agregado, siendo los bordados de Zuleta un producto de reconocimiento y motivación para el crecimiento del turismo local.

❖ Es recomendable que dentro de la promoción turística de la comunidad se tome en consideración como estrategia de desarrollo local la socialización del conocimiento en todo ámbito en la comunidad por medio de charlas o reuniones que pueden ser dirigidas por la oficina de información turística, poniendo énfasis en la gestión de la calidad, el servicio y beneficios que puede traer o aportar el desarrollo del turismo en la comunidad, ya que solo conociendo podemos aprender y dar a conocer al mundo lo que tenemos y de dónde venimos.

❖ Para concluir se recomienda que exista una socialización entre las autoridades de la junta parroquial y los pobladores de la comunidad sobre los beneficios que pueden darse a partir de la migración de la gente joven a las grandes ciudades con la finalidad de nutrirse de conocimientos y experiencia, mismos que a su retorno pueden ser de gran utilidad y ayuda para el desarrollo económico, a su vez puedan guardar relación con el sector turístico.

Referencias Bibliografías

- Avilés Pino, E. (s.f.). *Confederación Caranqui*. Enciclopedia del Ecuador:
<http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/confederacion-caranqui/>
- Alén González, M., Domínguez Vila, T., & Fraíz García, A. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente. *Cuadernos de Turismo*, 9-24.
- Araújo Pererira, G., & Sevilha Gosling, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones. . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 62-85.
- Asociación Europea de vías Verdes. (2017). Catálogo de productos de turismo accesible en vías verdes en España y Portugal. Madrid: COSME programme of the UE.
- Ayala Pineda, A. V. (julio de 2012). ESTUDIODE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE ZULETA, PARROQUIA DE ANGOCHAGUA, CUIDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA. Ibarra, Imbabura: Universidad Técnica del Norte.
- Beltrán-Bueno, M. Á., & Parra-Meroño, M. C. (2017). Perfiles Turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos turismo*, 41-65.
- Boullón , R. C. (2006). El sistema turístico. En R. C. Boullón, *Planificación del espacio turístico* (págs. 31-55). México: Trillas S.A de C.V.
- Caiza, E., & EFE, A. (17 de Abril de 2019). Imbabura fue declarada oficialmente el primer Geoparque Mundial del Ecuador. *El Comercio*, págs.
<https://www.elcomercio.com/tendencias/imbabura-declaracion-oficial-geoparque-mundial.html>.

Castaño Blanco, J. M., Moreno Sáez, A., García Dauder, S., & Crego Díaz, A. (2003).

Aproximación psicosocial a la motivación turística: variables implicadas en la elección de madrid como destino. *Estudios Turísticos*, 5-41.

Desconocido. (abril de 20 de 2013). *Zuleta*. Grupos Étnicos Ecuador:

<http://gruposetnicosec.blogspot.com/2013/04/zuleta.html>

eCalypso, Tourism for All. (2018). *eCalypso, Tourism for All*.

<http://www.ecalypso.eu/steep/public/section.jsf?id=26>

EFE AGRO . (12 de septiembre de 2018). *Qué busca el turista rural sénior español?*

efeagro.com: <https://www.efeagro.com/noticia/turista-rural-senior/>

Encalada , E. (6 de Junio de 2018). Imbabura es la más visitada en la Zona 1 por los extranjeros. *EL COMERCIO*, págs.

<https://www.elcomercio.com/actualidad/imbabura-visitas-extranjeros-fronteranorte-turismo.html>.

Esichaikul, R. (2012). Travel motivations, behavior and requirements of European senior

tourist to Thailand. En R. Esichaikul, *Travel motivations, behavior and requirements of European senior tourist to Thailand* (págs. 47-58). Madrid:

PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural .

Espinosa, R. (06 de Mayo de 2014). *Marketing Mix: Las 4P's*. Roberto Espinosa:

<https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2>

Fernández Alles, M. T. (2009). Turismo Accesible: importancia de la accesibilidad para el sector turístico. *ENTELEQUIA*, 211-224.

Flores Sédek, M. (1974). Las Motivaciones Turísticas. *Dialnet, Estudios Turísticos*, 519-539.

- Fraiz Brea, J. A., Alén González, M., & Domínguez Vila, T. (2008). La Accesibilidad como oportunidad de Mercado en el Management de Destinos Turístico. *Universidad de Vigo*, 2-18.
- Fraiz Brea, J. A., Alén González, M., & Domínguez Vila, T. (2015). La accesibilidad como oportunidad de mercado en el management de destinos Turísticos. *UVIGO*, 2.
- GAD PROVINCIAL DE IMBABURA. (2015). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Imbabura 2015-2035*. Ibarra: GAD PROVINCIAL DE IMBABURA.
- García Palacios, C. (2016). Turismo Comunitario en Ecuador QUO VADIS? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 597-614.
- Glosario servidor-Alicante. (2020). *Oferta turística*. Glosario servidor-Alicante: <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/oferta-turistica>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra. (2015-2023). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del catón Ibarra*. Ibarra: Municipio de Ibarra.
- Greenways4all. (Junio de 2017). Catálogo de productos de turismo accesible en Vías verdes en España y Portugal . COSME programme of the European Union.
- Guerra Paéz, T. E. (2018). Plan de desarrollo turístico para la comunidad de Zuleta. *Universidad tecnológica Israel*, 59.
- Hacienda Zuleta. (2017). *Una breve historia de la comunidad Zuleta*. Hacienda Zuleta: <https://zuleta.com/es/historia/>

Hernández Sampier, R. (2009). Investigación no experimental. En *Metodología de la investigación*. La Habana: Félix Varela.

HOSTELTUR. (1 de abril de 2015). *El turista rural senior, clave para combatir la estacionalización*. HOSTELTUR.COM:

https://www.hosteltur.com/110479_turista-rural-senior-clave-combatir-estacionalizacion.html

Información turística de Ibarra. (s.f.). *Turismo Rural*. Ibarra es Turismo:

<https://ibarraesturismo.wordpress.com/acerca-de/>

Informe AMADEUS. (6 de Octubre de 2017). *HOSTELTUR*.

https://www.hosteltur.com/124465_principales-retos-turismo-accesible.html

Instituto Universitario de Estudios Europeos; Universidad de Barcelona. (2002). La Accesibilidad en España, Diagnóstico y bases para un plan integral de supresión de Barreras. En I. U. Europeos, & U. d. Barcelona, *La Accesibilidad en España, Diagnóstico y bases para un plan integral de supresión de Barreras* (págs. 25-34). Madrid: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales (IMSERSO).

Jiménez Baños, P., & Aguino Jiménez, F. (2012). Propuesta de un Modelo de Competitividad de Destínos Turísticos. 978-981.

Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2006). Economía Internacional, Teoría y Política. En P. R. Krugman, & M. Obstfeld, *Economía Internacional, Teoría y Política*. Madrid: Pearson Education.

Losada Sánchez , M. N., Alén González , M. E., & Dominguez Vila, T. (2014).

Aproximación al perfil y comportamiento del turista senior. *Revista Galega de Economía*, 69-89.

- Losada Sánchez, M. N., Alén González, M. E., & Domínguez Vila, T. (2015). Análisis de los determinantes de la decisión de viajar de los senior españoles. *Estudios y Perspectivas en turismo*, 1-20.
- Luna, F., Barragan, G., & Quintero Miranda, V. (2010). Formulacion y evaluacion de proyectos de inversion. *Instituto Politécnico Nacional*, 28.
- MacDonald, K., & Tipton, T. (2000). Técnicas cualitativas de investigación social. En K. MacDonald, & T. Tipton, *Reflexión metodológica y practica profesional* (pág. 126). Madrid.
- Mañez, R. (7 de Febrero de 2019). *Marketing Mix*. Escuela Marketing and Web: <https://escuela.marketingandweb.es/marketing-mix/>
- Marinus C., G. (7 de Febrero de 2014). *El Turista, Motivación Necesidad*. Turismo en teoría: <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Matute Peña, M., & otros. (2008). *Aspectos sociopsicologicos del Turismo*. EUMED.
- Mesa Tumbaco, L. (2015). *Retos y oportunidades en el desarrollo sostenible de la comunidad rural de Zuleta en 2015*. Quito: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (s.f.). *Caranqui (700-1500 d.C)*. Ministerio de Cultura y Patrimonio: <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/22406-2/>
- Ministerio de Turismo Ecuador. (07 de febrero de 2019). *Ministerio de Turismo Noticias*. Ministerio de Turismo : <https://www.turismo.gob.ec/turismo-aporto-con-mas-de-2-300-millones-a-la-economia-ecuatoriana-en-2018/>

Núñez, R. (2016). Programa de Desarrollo de Capacidades para el Caribe. En R. Núñez , *Gestión del turismo en sitios patrimoniales, módulo 2*. (pág. 11). La Habana: UNESCO.

Organizacion Mundial de Turismo (OMT). (14 de Abril de 2020). *COVID-19: Anteponiendo a las personas*. Organización Mundial de Turismo (OMT): <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>

Organización Mundial de Turismo. (1996). Carta de Recife sobre turismo de personas mayores. . *Segunda Conferencia Internacional sobre Turismo de Personas Mayores* (págs. 6-9). Recife: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, Herramientas y buenas prácticas-Módulo I: turismo Accesible- Definición y contexto*. Madrid: Organización Mundial del Turismo .

Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios; Herramientas y Buenas Prácticas-Módulo III: Principales áreas de Intervención*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Portillo Cebrenos, E. (2013). Satisfacción y Motivación Turísticas en la Costa del Sol. *Universidad de Málaga-Facultad de Turismo*, 1-53.

Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). *DEL*. Real Academia de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/?id=Pw7w4I0>

Redacción Sierra Norte. (25 de Mayo de 2019). Imbabura con discreta afluencia de visitantes en el feriado del 24 del Mayo. *EL COMERCIO*, págs. <https://www.elcomercio.com/actualidad/feriado-turismo-imbabura-afluencia-visitantes.html>.

- Riaño Barón, G. M. (2018). *Turismo y Personas Adultas Mayores en Iberoamérica*.
Secretaría General Iberoamericana.
- Riquelme, M. (2017). *Web y Empresas*. Web y Empresas:
<https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>
- Rivera Garrido, D. (2017). *Ibarra turística en Cifras 2016-2017*. Ibarra:
https://issuu.com/davidrivera48/docs/ibarra_tur__stica_en_cifras_2016.
- Robles Espinoza, E. (23 de Mayo de 2014). *Propuesta de diseño de un plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas a los municipios de Izalco, Nahuizalco y Salcoatitan ubicados en el departamento de Sonsonate*. .
SlideShare: <https://es.slideshare.net/reynaedelinaroblesespinoza/plan-de-promocion-turistica>
- Rodríguez Batista, K. (12 de Agosto de 2018). *La pirámide de Maslow al microscopio*. O
PsicoK: <https://www.psicok.es/psicok-blog/2018/8/12/piramide-maslow>
- Rogel Fajardo, I., Rojas López, A., & Ortega Vega, S. Y. (2011). El turismo Alternativo como estrategia de conservación de la Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca . *Quivera*, 115-133.
- Sandoval, D. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural de Angochahua*. Ibarra: Parroquia San Juan de Angochaua.
- Secretaría de Turismo, Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos. (2005). *Turismo alternativo*. Compendio de Estadísticas Ambientales 2009.
- Villar Lama, A. (2018). Ocio y Turismo millennial: El fenómeno de las salas de escape. . *Cuadernos de Turismo*, 616.

Weed, J., & García, R. (. (08 de Junio de 2019). *El Clarin*. Viajes:

https://www.clarin.com/viajes/industria-turismo-adapta-viajeros-mayores_0_nBQuOK3zx.html

Yanez Iza, B. E. (2013). Propuesta de un plan de turismo comunitario para la parroquia

Canoa, canton San Vicente, provincia de Manabí. . Quito, Pichincha, Ecuador:

Universidad Central del Ecuador.

Zuleta Community. (14 de 06 de 2017). *Zuleta Guia Virtual*. Zuleta web:

<https://zuletaweb.wordpress.com/2017/06/14/zuleta/>

ANEXOS