



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

**Análisis de la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino  
de bienestar**

**AUTOR:**

**Zamora Moreira, Dayana Daniella**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciada en Turismo**

**TUTOR:**

**Lic. Gutiérrez Northía, Aline Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**20 de septiembre del 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

**CARRERA DE TURISMO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Zamora Moreira, Dayana Daniella**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciada en Turismo.

**TUTOR (A)**

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**

**Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Zamora Moreira, Dayana Daniella**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar** previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR (A)**

---

**Zamora Moreira, Dayana Daniella**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Zamora Moreira, Dayana Daniella**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2022**

**EL (LA) AUTOR(A):**

---

**Zamora Moreira, Dayana Daniella**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO**

## **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Análisis de la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar**, presentado por la estudiante **Zamora Moreira, Dayana Daniella**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	<a href="#">TT Zamora Moreira.docx</a> (D143491667)
Presentado	2022-09-01 11:34 (-05:00)
Presentado por	dayana.zamora@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	aline.gutierrez.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Trabajo de titulación final <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> <b>0%</b> de estas 37 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

At the bottom of the interface, there is a toolbar with icons for document navigation and a status bar.

---

**Lcda.Aline Gutiérrez Northia, Mgs.  
TUTOR**

## **Agradecimiento**

A mi madre Olguita, mis mejores amigas del alma Camila y Paula y mi gran compañero de vida Marco, que sin ellos nada de esto hubiera sido posible, siempre apoyándome y motivándome en todo momento de mi vida.

A mis hermanas por tener la paciencia de llevarme a la universidad cuando podían y así mismo irme a ver hasta tan tarde.

Gracias a Dios por darme las fuerzas necesarias para no rendirme nunca y llevarme hasta aquí.

Gracias especiales a mi tutora, la Miss Aline por haberme guiado en todo el proceso de trabajo de titulación.

Y finalmente pero no menos importante gracias a mí, por haberme empujado a dar siempre más de lo que he sentido que he podido y no dejarme vencer por los obstáculos de la vida.

**Dayana Daniella Zamora Moreira**

## **Dedicatoria**

Este trabajo se lo dedico a mi mamá, que no me alcanzan las palabras para la eterna gratitud que tengo hacia ella, su gran esfuerzo por sacarme siempre a delante y sus consejos que me llevaron hasta donde estoy hoy.

Esto es para ti, te amo.

**Dayana Daniella Zamora Moreira**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.**

TUTOR

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.**

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Zamora Moreira, Dayana Daniella</b>	

---

**Lcda.Aline Gutiérrez Northia, Mgs.  
TUTOR**

## Índice General

Introducción .....	2
Antecedentes .....	4
Justificación.....	7
Descripción del problema .....	8
Formulación de pregunta de investigación .....	9
Objetivos de la investigación .....	9
Capítulo I.....	10
Fundamentación teórica .....	10
Marco Teórico.....	10
Teoría del Bienestar o Modelo Perma.....	10
Teoría del Sistema Turístico - Modelo de Clare A. Gunn .....	12
Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos.....	18
Marco Conceptual.....	21
Wellness (Bienestar) .....	21
Turismo de Bienestar .....	22
Mindfulness.....	22
Oferta turística.....	22
Producto Turístico.....	23
Turista psicocéntrico .....	23
Turista alocéntrico.....	23
Turista mediocéntrico.....	23
Marco Referencial.....	24
Turismo de bienestar en Salou España .....	24
Turismo de bienestar en Chignahuapan e Izúcar de Matamoros, México.....	27
Turismo de bienestar en Ecuador.....	29
Capítulo II .....	32
Análisis de la Demanda.....	32
Población.....	32
Muestra.....	35
Encuesta .....	36
Análisis De Resultados De Las Encuesta.....	37
Pregunta 1 Edad .....	37
Pregunta 2 Género.....	38
Pregunta 3 ¿Estaría dispuesto a realizar actividades de bienestar en la ciudad de Guayaquil? .....	39
Pregunta 4 ¿Qué tipo de actividades relacionadas al bienestar preferiría realizar? .....	40
Pregunta 5 ¿De qué manera le gustaría practicar estas actividades de bienestar? .....	42

Pregunta 6 ¿Qué necesidades son esenciales para usted que estos lugares en donde se ofrezcan las actividades de bienestar cumplan?.....	44
Interpretación de resultados .....	47
Capítulo III .....	49
Evaluación de la oferta y potencial de Guayaquil como destino de turismo de bienestar .....	49
Parámetros.....	49
Diversidad de productos y servicios que incluyan el bienestar.....	49
Perfil del personal que brinda los servicios de bienestar .....	50
Características de los centros donde se ofertan los servicios de bienestar.....	51
Distancia y uso de tecnologías (distractores).....	51
Renovación de la infraestructura de los establecimientos de alojamiento .....	52
Contar con financiamiento para poder desarrollar los proyectos y las actividades ofrecidas .....	53
Matriz .....	53
Ponderación.....	53
Contar con financiamiento para poder desarrollar los proyectos y las actividades ofrecidas. ....	53
Perfil del personal que brinda los servicios de bienestar .....	54
Distancia y uso de tecnologías (distractores).....	54
Renovación de la infraestructura de los establecimientos de alojamiento .....	55
Diversidad de productos y servicios que incluyan el bienestar.....	55
Características de los centros donde se ofertan los servicios de bienestar.....	56
Interpretación de la matriz .....	60
Contar con financiamiento para poder desarrollar los proyectos y las actividades ofrecidas .....	60
Perfil del personal que brinda los servicios de bienestar .....	60
Distancia y uso de tecnologías (distractores).....	60
Renovación de la infraestructura de los establecimientos de alojamiento .....	61
Diversidad de productos y servicios que incluyan el bienestar.....	61
Características de los centros donde se ofertan los servicios de bienestar.....	61
Conclusión de la matriz.....	61
Conclusiones .....	63
Recomendaciones.....	64
Referencias.....	65
Apéndice A.....	69

## Índice de Tablas

Tabla 1	
Playas del Ecuador que ofrecen turismo de bienestar .....	30
Tabla 2	
Aguas termales en Ecuador más visitadas por turistas.....	31
Tabla 3	
Edades de los Guayaquileños. Parte 1 .....	33
Tabla 4	
Edades de los Guayaquileños. Parte 2.....	34
Tabla 5	
Parámetros de la ciudad de Guayaquil en el destino de bienestar. Parte 1 .....	58
Tabla 6	
Parámetros de la ciudad de Guayaquil en el destino de bienestar. Parte 2 .....	59

## Índice de Figuras

Figura 1	
Proyecciones de crecimiento de la economía del bienestar por sector, 2020 - 2025 .....	6
Figura 2	
Modelo de Clare A. Gunn. Gunn (2002) .....	13
Figura 3	
Variabes externas en el Modelo de Clare. A. Gunn.....	16
Figura 4	
Modelo Butler (1980) del ciclo de evolución de un destino turístico.....	19
Figura 5	
Mapa de la ubicación de Salou.....	24
Figura 6	
Aguas termales de Chignahuapan .....	28
Figura 7	
Edades de los encuestados .....	37
Figura 8	
Género de los encuestados .....	38
Figura 9	
Disposición del encuestado por realizar actividades de bienestar en la ciudad de Guayaquil .....	39
Figura 10	
Actividades relacionadas al bienestar que el encuestado prefiere realizar .....	40
Figura 11	
Actividades relacionadas al bienestar que el encuestado prefiere realizar por géneros..	41
Figura 12	
Maneras de practicar las actividades de bienestar por parte de los encuestados .....	42
Figura 13	
Maneras de practicar las actividades de bienestar por géneros.....	43
Figura 14	
Necesidades de la demanda sobre el cumplimiento de las actividades de bienestar .....	44
Figura 15	
Necesidades de la demanda sobre el cumplimiento de las actividades de bienestar dividido por géneros.....	46

## **Resumen**

El turismo de bienestar es uno de los tipos de turismo que más rápido crece y el cual genera más ingresos económicos en el sector turístico. Su objetivo es mantener o mejorar el bienestar personal del turista durante el viaje con lo cual, las ciudades optan por mejorar la oferta turística e implementar actividades relacionadas al bienestar en sus destinos para atraer al turista. El presente estudio busca determinar la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar, el cual, mediante el análisis de la oferta y la demanda a través de encuestas realizadas a 384 personas que residen y son turistas de la ciudad de Guayaquil y así mismo, mediante el análisis de seis parámetros específicos obtenidos de las encuestas y del marco referencial - teórico, se concluyó que la ciudad de Guayaquil tiene potencial para ser un destino de bienestar cumpliendo con un 72,01% del 100% de los parámetros establecidos, sin embargo, la ciudad necesita mejorar y cumplir con ciertos criterios para poder ubicarse en el mapa como destino de bienestar.

***Palabras Clave:** Bienestar, Turismo de bienestar, Guayaquil, Oferta turística, Actividades de bienestar*

## **Abstract**

Wellness tourism is one of the fastest growing types of tourism and the one that generates the most economic income in the tourism sector. Its objective is to maintain or improve the personal well-being of the tourist during the trip, to pursuit that goal cities choose to improve the tourism offer and implement activities related to wellness in their destinations to attract visitors. The present study seeks to determine the potential of the city of Guayaquil as a wellness destination, which, through the analysis of supply and demand through surveys of 384 people who reside and are tourists in the city of Guayaquil and likewise , through the analysis of six specific parameters obtained from the surveys and the referential - theoretical framework, it was concluded that the city of Guayaquil has the potential to be a wellness destination, complying with 72,01% of 100% of the established parameters, however, the city needs to improve and meet certain criteria in order to be placed on the map as a wellness destination.

***Keywords:*** *Well-being, Well-being tourism, Guayaquil, Tourist offer, Well-being*

## **Introducción**

El turismo de bienestar ha tenido un gran impulso e impacto a nivel mundial a medida que pasa el tiempo, y más aun con la pandemia del Covid-19, el cual influyó en la manera de actuar y pensar del turista que actualmente busca destinos que le permitan mantener un estilo de vida saludable y lo más cercano a la tranquilidad posible; por esta razón, el bienestar ha sido un tema de interés para los que laboran en el sector turístico, renovando el mercado, infraestructura, creando estrategias y alianzas para ofertar este tipo de turismo que actualmente es uno de los más importantes en el sector por su atracción al turista y por los ingresos económicos que este genera.

Dado a la creciente importancia que tiene el turismo de bienestar tanto para un destino y su mejora en el desarrollo turístico como para la persona que desea consumir este tipo de actividades, el presente estudio tiene como objetivo realizar una investigación que permita determinar la potencialidad que tiene la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar.

Para un adecuado análisis el presente trabajo identificó la demanda, la cual está compuesta por las personas dispuestas a realizar actividades de bienestar en Guayaquil tomando en cuenta a los guayaquileños que se encuentren dentro de un estrato económico medio – alto, así mismo a turistas que visiten la ciudad. El análisis de la demanda se la realizó a través de Google forms y se demostraron resultados clave para la determinación de la potencialidad de la ciudad como las preferencias al momento de realizar este tipo de actividades y sobre todo se demostró que gran parte de la población está dispuesto a realizar turismo de bienestar en Guayaquil. Los resultados se proceden a categorizar como parámetros para que la ciudad cumpla y pueda denominarse como destino potencial de bienestar.

Se diseñó una matriz que permita identificar de una manera más amplia los parámetros obtenidos por el análisis de la demanda, el marco referencial y teórico, los cuales explican detalladamente cada variable que debe de cumplir para que junto a la

oferta que tiene la ciudad, la matriz permita determinar si Guayaquil reúne con los requisitos necesarios para poder ser considerado como destino potencial de turismo de bienestar. Con los resultados obtenidos dentro del presente trabajo, se plantearon conclusiones y recomendaciones que ayuden con el desarrollo del turismo de bienestar en la ciudad.

## Antecedentes

El Global Wellness Institute (GWI) manifestó que: “El turismo de bienestar es un viaje asociado con la búsqueda de mantener o mejorar el bienestar personal.” (2018, p. 3). La misma menciona que este tipo de turismo crece el doble de rápido que el turismo en general, esto ha hecho que se opte por mejorar la oferta e infraestructuras en cuanto al área de bienestar en conjunto con otros sectores del turismo para así brindar una experiencia completa que capte al turista que quiera incorporar el bienestar en su viaje, con lo que la mejora de los destinos impulsan reconocimiento del lugar y el turista invierte más durante su estancia, aportando un impulso en la economía del turismo global.

Debido a la pandemia del 2019 muchas actividades al aire libre se vieron obligadas a cerrar debido a las restricciones que se establecieron como medidas de seguridad, el cierre de carreteras, aeropuertos, negocios como balnearios, manantiales, entre otros que afectó en gran medida al turismo de bienestar ya que la persona no podía salir de casa o el temor al contagio los privaba de poder viajar.

La situación post pandemia llevó a que las personas se preocupen por su salud en general buscando así medios para mantener el bienestar de alguna manera, relajarse y liberar estrés a pesar del aislamiento como programas de *mindfulness*, cursos de yoga virtuales, decorar las casas con plantas, entre otros.

Con la reducción de los contagios, la situación actual ofrece más libertades al momento de salir, se ha impulsado el turismo en gran medida que incluya todas estas herramientas que en la pandemia las personas se vieron necesarias a implementar en el diario vivir, el sector de turismo descubrió que la mejor manera de atraer a los turistas de ahora (post pandemia) es incluyendo actividades y servicios de bienestar en la oferta turística del destino, como lodges que ofrecen clases de meditación, actividades como caminatas que rodeen de la naturaleza al turista y más.

Los países mejoran sus destinos agregando productos en el que intervengan diferentes sectores del bienestar, como por ejemplo hoteles que incrementan los servicios para que el turista se sienta relajado como saunas, spa, gimnasios. En el área de restaurantes se cambia la variedad que se ofrece en el menú a comida saludable apta para todo tipo de turista, se juegan varios sectores del turismo para crear alianzas de tal manera que se puedan unir y ofertar un solo producto turístico que incluya el bienestar y así, llamar la atención del turista e incrementar el gasto que el turista hace en el destino.

Los diferentes servicios que se ofrecen en los destinos se integran formando un solo producto turístico creando así una mejor oferta para el desarrollo del turismo de bienestar con el fin de aprovechar la potencialidad que este tipo de turismo tiene en los destinos.

Debido al cambio del perfil del turista post pandemia el cual su principal razón de viajar es para encontrar tranquilidad y buscar el bienestar en general, se estima que la situación cambie positivamente dentro de tres años en cuanto a la economía se refiere y que el sector turístico del turismo de bienestar sea el que mayor crecimiento tenga.

## Figura 1

Proyecciones de crecimiento de la economía del bienestar por sector, 2020 - 2025

	Tamaño de mercado (miles de millones de dólares estadounidenses)		Tamaño de mercado proyectado (miles de millones de dólares estadounidenses)					Proyectado Promedio Anual Crecimiento Velocidad
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2020- 2025
Cuidado personal y belleza	\$1,097.3	\$955.2	\$1,093.5	\$1,208.5	\$1,282.6	\$1,349.3	\$1,412.9	8,1%
Alimentación saludable, nutrición y pérdida de peso	\$912.3	\$945.5	\$986.3	\$1,035.8	\$1,089.2	\$1,147.2	\$1,209.9	5,1%
Actividad física	\$873.8	\$738.1	\$828.0	\$907.7	\$999.9	\$1,094.5	\$1,198.8	10,2%
Turismo de Bienestar	\$720.4	\$435.7	\$652.8	\$816.5	\$928.2	\$1,030.6	\$1,127.6	20,9%
Tradicional & Medicina complementaria	\$431.9	\$412.7	\$448.4	\$480.0	\$512.6	\$546.5	\$582.6	7,1%
Salud Pública, Prevención y Medicina Personalizada	\$359.1	\$375.4	\$394.5	\$412.4	\$429.7	\$453.3	\$478.3	5,0%
Bienestar Inmobiliario	\$225.2	\$275.1	\$347.1	\$398.4	\$459.7	\$516.9	\$580.3	16,1%
Bienestar mental	\$122.3	\$131.2	\$147.5	\$163.4	\$180.1	\$195.5	\$209.8	9,8%
Balnearios	\$110.7	\$68.0	\$101.9	\$122.3	\$131.5	\$140.7	\$150.5	17,2%
Bienestar en el lugar de trabajo	\$52.2	\$48.5	\$50.8	\$52.8	\$54.5	\$56.4	\$58.4	3,8%
Fuentes termales/minerales	\$64.0	\$39.1	\$58.5	\$71.5	\$77.4	\$83.3	\$89.7	18,1%
<b>Economía del Bienestar</b>	<b>\$4,909.9</b>	<b>\$4,369.3</b>	<b>\$5,040.2</b>	<b>\$5,588.7</b>	<b>\$6,055.1</b>	<b>\$6,514.9</b>	<b>\$6,992.0</b>	<b>9,9%</b>

*Nota.* El gráfico representa las diferentes áreas del sector del bienestar, sus ingresos anuales y proyecciones para los próximos cinco años, lo que muestra que el sector del turismo es el área de bienestar donde se espera mayores ingresos. Tomado de: Global Wellness Institute (2021, pg. 12).

Con esto dicho, el futuro del turismo de bienestar promete ser la principal fuente de ingresos del turismo global, y los países hacen inversiones en sus atractivos turísticos que llame la atención del turista actual ofreciendo toda clase de productos que conlleven al bienestar.

El Global Wellness Institute informó que:

Los viajeros de bienestar gastan más por viaje que el turista promedio, y esto es válido tanto para los viajeros nacionales como para los internacionales. En 2017, los turistas internacionales de bienestar gastaron en promedio \$1528 por viaje, un 53 % más que el turista internacional típico. La prima para los turistas nacionales de bienestar es aún mayor. A \$609 por viaje, gastan un 178% más que el típico turista nacional. (2021, pg. 5).

Es una oportunidad que no se desaprovecha para impulsar el sector turístico y que está en continua mejora, cada vez son más los países que implementan estos cambios en sus productos.

### **Justificación**

El turismo de bienestar surge a partir de la necesidad de liberar el estrés, mejorar la salud, despejar la mente, entre otros, ya que los problemas que acarrear la cotidianidad de la vida influyen en la manera de vivir de las personas. Por eso, en Guayaquil que es una de las ciudades más agitadas, los ciudadanos necesitan consumir este tipo de turismo que les brinde esa estabilidad; además que la ciudad es una de las más visitadas en el país contando con un total de 290.479 turistas en el 2021 acorde a los datos obtenidos del MINTUR (2022) lo que da interés e importancia a potenciar el turismo de bienestar en la ciudad.

Cada vez es más común preocuparse por el bienestar de uno mismo y de seres queridos, aún más debido a los efectos colaterales que dejó la pandemia del Covid en el 2019, como las enfermedades físicas o enfermedades psicológicas, las cuales ocasionaron que las personas sean más conscientes de diversos aspectos de su vida, impulsando así el turismo de bienestar en busca de lugares en los cuales se pueda mejorar la calidad de vida. Esto sería una gran oportunidad para Guayaquil aprovechar la situación actual y mejorar los productos turísticos que impulsen el turismo de bienestar.

A pesar del decrecimiento en ingresos monetarios mundial que tuvo el turismo de bienestar en el 2020 por la pandemia, se puede demostrar que sigue en crecimiento y se prevé que siga así aumentando en un 20.9% por lo menos hasta el 2025 (Global Wellness Institute, 2021). Si se potencializara el turismo de bienestar en Guayaquil, creando una amplia oferta en sus productos la ciudad crecería turísticamente, lo que hará que los visitantes pernocten más noches. Es por esto que surge la necesidad de analizar la oferta y demanda del turismo de bienestar en Guayaquil, lo que ayudará a mejorar e impulsar el turismo en general y que los ingresos por visitantes aumenten.

### **Descripción del problema**

La oferta es escasa en la ciudad de Guayaquil, según Gallardo, Santa Cruz, Cazorla & Mesa como se mencionó en De La A (2022), Los turistas en promedio llegan a visitar la ciudad en 6 días y 5 noches, esto hace que los turistas pasen poco tiempo en la ciudad y prefieran irse a otras ciudades en donde si cuentan con amplios productos turísticos; se pueden destacar dos destinos en la ciudad que son diseñados exclusivamente para el *Wellness* los cuales son: NovaVita y Amatista Wellness Center, estos centros brindan herramientas que mejoran la salud emocional y corporal de la persona. Se necesita diversificar los productos turísticos que satisfaga a la demanda ya que es una ciudad que bien podría tener potencial de ser un gran destino turístico de bienestar si se aprovechara la gran urbe y sus extensos territorios.

La gran demanda de estrés que los habitantes de Guayaquil requieren al trabajar largas jornadas, lidiar con horas de tráfico, salir a las calles con preocupación por la inseguridad social, requieren de fuentes de desahogo que muchos no son capaces de encontrar con facilidad. Es necesario que las ciudades cuenten con lugares a los cuales se puedan acudir fácilmente con el fin de desconectar del estrés diario y poder conectar con la naturaleza, y así, mejorar la salud mental y que estos a su vez sean asequibles para el turista tanto interno como externo.

Cada vez se demanda más este tipo de turismo que se sale de lo tradicional para poder realmente aprovechar el descanso de unas buenas vacaciones. Es indispensable conocer la oferta que Guayaquil brinda con respecto al turismo de

bienestar, cómo está comprendida y así mismo, saber acerca de la demanda actual interesada y que realmente desee consumir este tipo de turismo, lo cual dará conocimiento sobre la potencialidad que Guayaquil tiene como destino de bienestar.

### **Formulación de pregunta de investigación**

¿Cuál es el potencial de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar?

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo General**

Determinar mediante un análisis la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar.

#### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar mediante teorías el turismo de bienestar y su potencial en Guayaquil.
- Analizar la demanda que requiera este tipo de turismo mediante una investigación de mercado.
- Evaluar la oferta y potencial de Guayaquil como destino de turismo de bienestar.

## Capítulo I

### Fundamentación teórica

#### Marco Teórico

##### *Teoría del Bienestar o Modelo Perma*

El psicólogo Martin Seligman, autor de la teoría del bienestar es considerado el padre de la Psicología Positiva, en la cual Seligman en el 1998 se enfoca en otros ámbitos de la psicología que no solo muestra lo negativo como el daño mental sino más bien en la parte positiva de las virtudes, fuerza, en el tratamiento para lograr estar bien y progresar. De acuerdo a Seligman citado en (Lupano & Castro, 2010) “La Psicología no es solo el estudio de la debilidad y el daño, es también el estudio de la fortaleza y la virtud. El tratamiento no es solo arreglar lo que está roto, es también alimentar lo mejor de nosotros”.

Como lo mencionaron Ibarra Cruz, Erick, & Domínguez Bolaños, Rosa Elba (2017) “Una premisa fundamental de la psicología positiva es que el bienestar humano y la búsqueda de la excelencia son tan auténticos como la enfermedad y los desórdenes psicológicos.” A partir de la psicología positiva parte la necesidad de medir y teorizar el bienestar, ya que este es la razón principal de este tipo de psicología, el enfoque es brindar calidad de vida a través de la felicidad de la persona la cual se obtiene mediante el bienestar, lo que conlleva a una buena salud mental.

Los estudios realizados sobre el bienestar permiten sistematizar este en cinco componentes, de acuerdo al modelo desarrollado por Seligman (2011) el cual llamó PERMA, nombre que se debe a las primeras letras de los dominios, estos por sí solos no constituyen el bienestar, el cumplimiento de todos es lo que conlleva al bienestar y a su vez estos deben cumplir con tres parámetros los cuales son: contribuir al bienestar personal, que sean elegidos y buscados por voluntad propia y por último, que se definan y midan independientemente del resto de elementos.

De acuerdo a Seligman como se menciona en (Ibarra et., al 2017, pg. 663) estos los dominios son: *Positive Emotion* (Emoción Positiva), *Engagement* (Compromiso), *Relationships* (Relaciones), *Meaning* (Significado o Propósito) y *Accomplishment* (Realización o logro). Estos componentes del bienestar se definen a continuación de la siguiente manera:

**Emociones positivas.** Seligman menciona que las emociones positivas tales como la felicidad, el placer, la seguridad, paz o tranquilidad influyen en la manera en que las personas se comportan y llevan a cabo ciertas actividades que impulsen su felicidad como lo es planear un viaje, leer un libro, comer o escuchar su música preferida. Acorde a A. Kun, P. Balogh, K. Gerákné Krasz (2017) estas emociones permiten un incremento en el rendimiento del trabajo, mejoran la salud física, refuerza las relaciones, produce optimismo y un sentimiento de esperanza con respecto al futuro (p. 57).

**Compromiso.** De acuerdo a Seligman como se menciona en Daniel Khaw y Margaret L. Kern (2015) lo describieron como el estado de conexión profunda psicológica que el individuo tiene hacia algo, estar interesado, comprometido o apegado a lo puede ser una actividad, un pasatiempo o hobby, que al completarlo lleva a la persona a un estado de flujo total. Este estado Csikszentmihalyi (1990, 1997) lo definió como un estado de inmersión total, concentración en la actividad realizada que hace que la percepción del tiempo desaparezca y las emociones positivas fluyan conectando fuertemente con en el presente.

**Relaciones.** Para Seligman gran parte de las acciones como seres humanos incluyen a las personas que nos rodean. Como lo mencionó Khaw & Kern (2015) La necesidad de formar parte de una comunidad, de sentir el cariño de seres queridos y estar satisfechos con las relaciones sociales de uno mismo.

Estas conexiones, la construcción de lazos ya sean fuertes o débiles con la familia, amigos, pareja, el mantener relaciones verdaderas y reciprocas, el sentimiento de pertenencia influye en el bienestar de las personas.

**Significado o Propósito.** Según Seligman se refiere al sentido de propósito e interés en la vida, no solo ver por uno mismo sino ver por algo mayor, una causa o motivación. “Estamos en nuestro mejor momento cuando dedicamos tiempo a algo más grande que nosotros mismos.” (Kun et al., 2017, p. 57). Las personas que afirman tener un significado en la vida, un propósito, mencionan ser muy felices y satisfechos con sus vidas, aunque la vida significativa no es necesariamente la más feliz.

**Realización o logro.** Seligman lo definió como el cumplimiento de logros internos o externos que lleven a la superación personal, ya sea si se logra cumplir parcial o completamente con el objetivo, el sentido de realización para muchos depende de haberlo intentado y dar lo mejor sí mismo; Aunque cumplir con los logros puede definirse en términos objetivos, también está sujeto a la ambición de uno mismo, el impulso y las diferencias de personalidad (Khaw & Kern, 2015).

Sabiendo esto, la necesidad del ser humano de encontrarse en la mejor salud mental posible influye en la toma de decisiones que motivan a querer seguir en un estado de bienestar, como parte de estas acciones es viajar y conectar con el mundo, el uso de esta teoría es de gran ayuda para saber los factores que motivan a las personas a conseguir el bienestar, y mediante este modelo aporte al conocimiento para la mejora de los productos turísticos que se ofertan en la ciudad de Guayaquil en cuanto al turismo de bienestar se refiere.

### ***Teoría del Sistema Turístico - Modelo de Clare A. Gunn***

El sistema turístico es sociocultural y dinámico, está en constante cambio y depende de factores externos que lo rodean. “El enfoque sistémico permite explicar el turismo como un conjunto amplio de actividades y actores interrelacionados, a la vez que pone de manifiesto las repercusiones, positivas o negativas, que puede generar en un territorio concreto.” (Varisco, 2013, pg. 65).

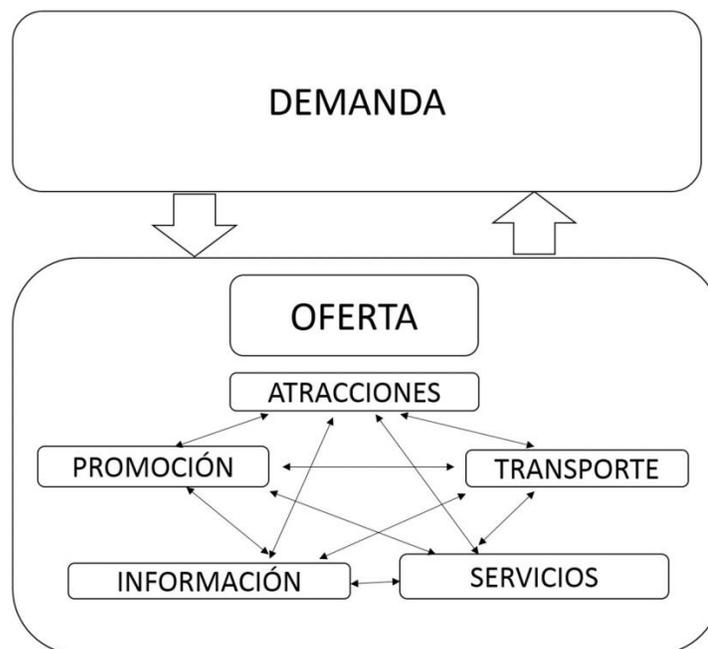
A partir de la teoría general de sistemas propuesta por Bertalanffy, surgen varios estudios sobre el sistema turístico en los que concuerdan que existen ciertos

elementos que interactúan y se relacionan entre sí para llegar a un objetivo en común, de acuerdo a Vázquez, Osorio, Arellano & Torres, (2013) mencionan que:

El estudio del turismo requiere identificar los elementos y las variables que lo componen (demanda, oferta, producto, infraestructura, superestructura, atractivos turísticos, motivaciones, transporte, publicidad, entre otros), al mismo tiempo de analizar la forma en la que se establecen las relaciones económicas, geográficas, políticas, culturales, etc., por tanto, no puede ser explicado a partir de la función de partes aisladas, sino más bien de la interacción de dichas partes estos elementos que componen el sistema turístico en general son la demanda, la oferta, el espacio geográfico, los operadores,; estos elementos son posteriormente adaptados a ciertos modelos que se fueron desarrollando con el paso de los años. (p. 6)

**Figura 2**

*Modelo de Clare A. Gunn. Gunn (2002)*



*Nota.* Gráfico que representa de manera general el modelo del sistema turístico propuesto por Gunn. Tomado de: Franco, Giraldo, López & Palmas (2019).

Para la tesis se tomará el modelo de Clare A. Gunn, en la cual Gunn (2002) planteó un sistema turístico desde el enfoque económico en relación a la oferta y demanda, en la cual la oferta a su vez se compone en cinco partes siendo estas interdependientes, estos componentes son: las atracciones, transporte, servicios, información y promoción. De acuerdo a Gunn & Var como lo redacta Franco et al. (2019) El autor aclaró que el “turismo no está compuesto solo de hoteles, aerolíneas o la llamada "industria turística", sino más bien un sistema de componentes principales unidos en una relación íntima e interdependiente”. (Gunn & Var, 2002) a continuación se describirán los componentes:

**La demanda.** Está compuesta por las personas que viajan o desean hacerlo y hacen uso de los servicios que les brinda el destino turístico. Como lo redacta Franco et al. (2019) Gunn resalta la importancia de analizar la demanda al contar con datos que permita cuantificar y cualificar la misma. Varisco (2013) detalló la parte cuantitativa y cualitativa, en donde la primera mide la cantidad de visitantes que arriban, de turistas que pernoctan en el destino y la cantidad total de gastos realizado; Por otro lado, la parte cualitativa estudia el perfil del turista, sus preferencias, motivaciones, nivel económico, etc. “La demanda se entiende como el turista que consume los servicios, mediante transacciones monetarias.” (Vázquez et al., 2013, pg. 7).

**La Oferta.** Servicios requeridos por la demanda, de acuerdo a Gunn como lo mencionó Franco et al. (2019) la unión de sus componentes conforma la oferta turística que atrae y satisface al turista, el cual hace uso de estos para completar la experiencia del viaje durante su estadía. Todos los elementos que componen la oferta deben saber las tendencias y como funcionan cada uno de ellos, debido a la interdependencia que existe entre los componentes. “La oferta es entendida como el producto o destino turístico en donde se encuentran los servicios, que serán consumidos por la demanda.” (Vázquez et al., 2013, pg. 7).

**Atracciones.** Lugar que despierta el interés y atrae al turista por el cual visita este destino, debe de cumplir con las expectativas del visitante y como recompensa

satisfacer las razones por las cuales visitaron el lugar. Según Gunn, como lo cita (Franco et al. 2019) las atracciones son el componente más importante de la oferta ya que es la fuente de energía del sistema turístico. Como lo redacta en Franco et al. (2019, pg. 9) “Las atracciones se crean y se gestionan, es decir, para que un sitio pueda funcionar y promoverse como un atractivo debe ser diseñado, construido y administrado para visitantes (Gunn & Var, 2002).”

**Servicios.** De acuerdo a Gunn mencionado por Franco et al. (2019) los servicios están relacionados con la hospitalidad, aquellas empresas del mercado turístico que brindan sus servicios a los turistas en relación al viaje para el disfrute del mismo, estos servicios pueden ser la intermediación, alimentación y el alojamiento.

**Transporte.** Como la palabra lo indica transporta a los turistas hacia el lugar de destino, vínculo entre el mercado y el lugar.

**Información.** Como lo menciona Franco et al. (2019) Gunn hace referencia a los elementos que sirven para la orientación del turista dentro del destino, hacia donde va, vías de acceso, tiempo, etc. La información puede ser obtenida a través de folletos, mapas, internet, centro de visitantes, guías, entre otros.

**Promoción.** Se relaciona con los demás componentes para crear la oferta del destino y esta a su vez comunicar a los consumidores (turistas) para que accedan al lugar y hagan uso del producto.

De acuerdo a Franco et al. (2019) Gunn mencionó que existen variables externas dentro de la oferta que influyen en el funcionamiento del sistema turístico; como lo muestra la figura 3 las variables del funcionamiento del sistema turístico son:

**Figura 3**

*Variables externas en el Modelo de Clare. A. Gunn.*



*Nota.* Gráfico que representa las variables externas del modelo del sistema turístico propuesto por Gunn, lo que muestra cómo se relacionan con la oferta. Tomado de: Franco et al (2019).

**Finanzas.** Gunn hace referencia al apoyo por parte de las entidades públicas y privadas, que es de gran ayuda para sector turístico, ya que es necesario contar con capital para poder desarrollar los proyectos y las actividades ofrecidas. “El turismo es un sector que requiere capital y con frecuencia los inversionistas son escépticos frente a la estabilidad financiera del mismo.” (Franco et al., 2019, p. 10-11).

**Trabajo.** Según Gunn se requieren de personas que estén capacitadas para poder ofrecer adecuadamente los servicios turísticos, es importante que haya plazas de trabajo y que los empleados estén cualificados para el desarrollo correcto del turismo.

**Espíritu Emprendedor.** Debido a su capacidad de crear nuevos proyectos, Gunn manifiesta que el espíritu emprendedor enriquece el sistema turístico y ayuda a mejorar a los otros que ya están desarrollados. “La falta de este factor en muchos países subdesarrollados es una gran desventaja que aumenta la dificultad de crear y expandir el turismo.” (Franco et al., 2019, p. 10).

**Comunidad.** La comunidad es de gran importancia para el desarrollo turístico, ya que ellos pueden actuar como impulsores u opositores del mismo, ya sea porque el turismo potencia el desarrollo económico del lugar, o por el lado contrario influye de manera negativa debido a las actividades turísticas que se llevan a cabo en el sector lo menciona Gunn.

**Competencia.** De acuerdo a Gunn como se menciona en Franco et al. (2019) evalúa las competencias que puedan ofrecer con mayor facilidad los mismos servicios en otras áreas y a menor costo.

**Políticas Gubernamentales.** Estas pueden facilitar o frenar el desarrollo turístico, debido a los requisitos legales que se necesitan para poner en funcionamiento la actividad.

**Recursos Naturales.** Como lo menciona Franco et al. (2019) Gunn señaló que este factor externo se refiere a cinco características naturales básicas que son; agua, topografía, vegetación, fauna y clima. Estos deben de ser protegidos por parte de todos los involucrados en el sector turístico como los desarrolladores y patrocinadores para que el sistema funcione adecuadamente.

**Recursos Culturales.** Estos incluyen todos los elementos que caractericen el lugar, como lo son los sitios prehistóricos e históricos, museos, galerías, sitios de entretenimiento, la religión, entre otros.

**Liderazgo de la Organización.** Según Gunn “son elementos esenciales para la implementación y materialización de los planes en cada zona turística.” (Franco et al., 2019, p. 11).

Los establecimientos que ofrecen servicios de bienestar son parte de la oferta, esta es parte del sistema por lo que la teoría de Gunn ayudará a determinar qué elementos involucran el desarrollo de la actividad turística en Guayaquil, este modelo tiene un enfoque económico que determina que “El funcionamiento de cualquier

destino turístico se ve condicionado por el nivel adquisitivo del turista” (Vázquez et al., 2013, pg. 7).

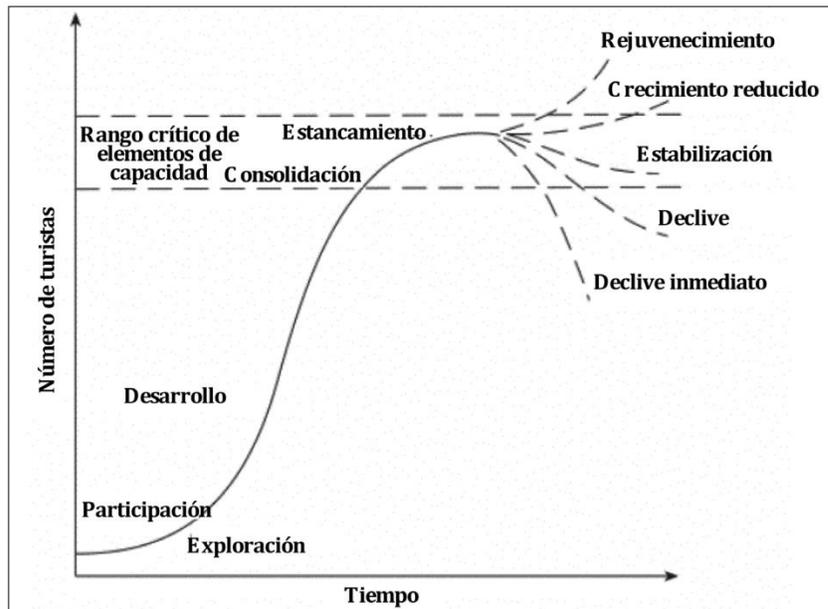
De esta manera mediante este modelo se podrá analizar si la ciudad cuenta o no con ello, si la oferta cuenta con lo que la demanda necesita, y si la demanda cuenta con el nivel adquisitivo que se requiere para el uso de estos servicios ya que estos al ser un extra para aportar al bienestar de la persona es un lujo que no todos se pueden permitir, lo cual demostrará si el lugar tiene la potencialidad como destino de bienestar.

### ***Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos***

Richard Butler en el 1980 desarrolló un modelo sobre la teoría del ciclo de vida los destinos turísticos (MCVDT) sirve como herramienta de diagnóstico, la cual explica cómo es la dinámica turística de los destinos con el tiempo, el comportamiento de estos y las fases por las que atraviesa el lugar. La elaboración de este modelo se da con el fin de predecir como el destino turístico evolucionará y contar con estrategias a llevar a cabo para lograr una mejor gestión turística.

**Figura 4**

*Modelo Butler (1980) del ciclo de evolución de un destino turístico.*



*Nota.* Gráfico que representa las etapas del ciclo de evolución de un destino turístico, se puede ver cómo estas etapas son determinadas según el tiempo y el número de turistas. Tomado de: Vázquez, Pérez & Cárdenas (2012, pg. 245).

De acuerdo a Butler como se cita en (García, Reinares & Armelini 2013, pg. 79) “Las fases que atraviesa un destino son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive. Cada etapa presenta una serie de rasgos característicos en cuanto a la situación de la demanda, la oferta, la comercialización y la competencia.” Las cuales Butler las describe a continuación:

**Exploración.** Es la primera fase del modelo, de descubrimiento, los turistas son escasos, los que viajan al lugar son personas alocéntricas de pueblos vecinos y no hay oferta turista, los destinos son limitados ya que no cuentan con instalaciones, planificación y son poco accesibles.

**Implicación o Participación.** Segunda fase en la que el destino gana mayor popularidad, el número de turistas aumenta. Al desarrollar el mercado se crean las temporadas turísticas, la oferta crece, pero sigue siendo escasa e informal. Butler menciona que “En esta fase se demanda de la Administración pública una mayor

implicación en el proyecto, principalmente a nivel de infraestructuras.” (García et al. 2013, pg. 79).

**Desarrollo.** Tercera fase en donde se da la masificación del turista, el visitante es de tipo mediocéntrico, el aumento de viajeros es considerable por lo que requiere de mayor involucración e inversión por parte de los sectores públicos para la mejora de la oferta turística. El destino ahora ofrece instalaciones mejoradas y modernas, mayor desarrollo de actividades, tours, hoteles de reconocimiento, por lo que se ve en la necesidad de diseñar atractivos y promocionar el lugar para atraer a más turistas.

**Consolidación.** Cuarta fase en la que el número de visitantes aumenta, pero no en gran cantidad como en la fase anterior, ya que la tasa de crecimiento de turistas disminuye. Los turistas que visitaron el destino desde un principio ahora se desplazan hacia otros lugares, el perfil del turista de esta fase es psicocéntrica (Diez, 2019). Compañías extranjeras invierten y promocionan el lugar con lo que se obtienen altos beneficios al nivel económico ya que las ventas aumentan, el turismo pasa a ser una parte importante de la economía local. “La población residente puede tener una posición positiva o negativa hacia el turismo, especialmente aquellos sectores que no disfrutaban de los beneficios que trae aparejados la actividad.” (Diez, 2019, pg. 22).

**Estancamiento.** Quinta fase en la que según Butler “el número de turistas no crece y el destino comienza a perder su atractivo.” (García et al. 2013, pg. 80). La capacidad de carga llega a su máximo o sobrepasa el límite establecido, los hoteles comienzan a reducir su ocupación, la mayoría de las personas ya han visitado el lugar. “El destino ya no está “de moda”, por lo que se requiere de estrategias que conduzcan a rejuvenecerlo y reinventarlo.” (Diez, 2019, pg. 22).

**Declive.** Sexta fase, en donde el número de turistas comienza a decrecer por la pérdida de estos, la oferta es reducida y debido a la capacidad de carga excedida el destino la infraestructura se ve afectada, por lo que se toma medidas para lograr captar de nuevo a los turistas y si se mejora puede surgir una nueva fase de rejuvenecimiento.

En la fase de rejuvenecimiento se diseñan nuevos productos para la oferta turística y se consiguen nuevas inversiones, como lo indicó Diez (2019):

Puede darse el caso de que se produzca un rejuvenecimiento del ciclo de vida de los destinos turísticos a partir de una recaptación del mercado turístico a través del reposicionamiento inteligente del destino, atrayendo nuevos segmentos turísticos y/o rediseñando la oferta puesta a disposición de los visitantes (pg. 20-21).

Esta teoría es importante porque sirve para ver cómo evolucionan los espacios turísticos de la ciudad, y demostrar que todos los destinos que ya están consolidados necesitan renovarse para evitar el declive o por defecto si se encuentran en declive la teoría demuestra que existe la posibilidad de desarrollar acciones que permitan el rejuvenecimiento del destino. Esta teoría se la puede usar en conjunto a las otras teorías propuestas para lograr un mejor y mayor análisis del destino, su sustentabilidad y las posibles acciones que se puedan llevar a cabo para su mejora o desarrollo.

## **Marco Conceptual**

### ***Wellness (Bienestar)***

“En lugar de utilizar los términos felicidad y satisfacción, se recurre al concepto de ‘bienestar subjetivo’, pues es un concepto más amplio que puede incluir tanto la satisfacción como la felicidad, abarcando también otras emociones positivas.” (Sempere, Acosta, Abdallah & Ortí (2010, pg. 29).

De acuerdo a un informe de la Foresight Commission británica como se cita en (Sempere et al.) el bienestar se define como:

“Un estado dinámico en el cual el individuo puede desarrollar su potencial, trabajar productiva y creativamente, construir relaciones sólidas y positivas con otros, y contribuir a su comunidad. El bienestar aumenta cuando un individuo puede cumplir sus metas personales y sociales y alcanzar un propósito en la sociedad” (2010, pg. 34).

## ***Turismo de Bienestar***

El turismo de bienestar es un viaje asociado con la búsqueda de mantener o mejorar el bienestar personal. (GWI, 2018).

Según el Global Wellness Institute existen dos tipos de viajeros de bienestar:

**Los viajeros primarios.** Los cuales buscan mejorar continuamente su estilo de vida por lo que planifican viajes dedicados exclusivamente al bienestar como centros de spa, aguas termales, entre otros.

**Los viajeros secundarios.** Estos turistas viajan por otros motivos que no sean de bienestar como viajes por placer, ocio o negocios, manteniendo estilos de vida saludables aún en sus viajes, se preocupan de que en su viaje haya los elementos necesarios que aseguren su bienestar, como que en el hotel en el que se hospeden disponga de spa, gimnasios, restaurantes con comida sana, entre otros.

## ***Mindfulness***

Como lo indicó Vásquez (2016):

Mindfulness es una técnica de meditación que consiste en observar la realidad en el momento presente, sin intenciones de juzgar y completa apertura y aceptación. Mindfulness ha demostrado utilidad en una variedad de trastornos mentales y físicos como estrés, depresión, trastornos de ansiedad, trastornos de conducta alimentaria, dolor, cuadros emocionales vinculados al cáncer, etc (pg. 42).

## ***Oferta turística***

Socatelli (2013) lo definió como:

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de

tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (pg. 1).

### ***Producto Turístico***

Socatelli (2013) lo definió como:

Es la conjunción de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar, a los que cuando se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un esquema de distribución y una estructura de precio que responda a las características del mercado meta (pg. 1).

### ***Turista psicocéntrico***

Según Plog, citado por (Andrade, 2016) Los viajeros psicocéntricos se interesan por destinos conocidos y realizan poca actividad, utilizan servicios turísticos que les brinde confort, no son exigentes y hacen viajes con menor frecuencia que otros grupos.

### ***Turista alocéntrico***

Según Plog, citado por (Andrade, 2016):

Este tipo de turistas es activo, prefieren zonas con poco desarrollo turístico, servicios turísticos personalizados, utilizan servicios turísticos no masivos, son exigentes con los productos y servicios que consumen y viajan con mayor frecuencia en relación a los viajeros psicocéntricos (pg. 24).

### ***Turista mediocéntrico***

Según Plog, citado por (Andrade, 2016) Los mediocéntricos combinan características de los dos tipos de viajeros mencionados anteriormente, son activos, viajando tanto a destinos conocidos como desconocidos.

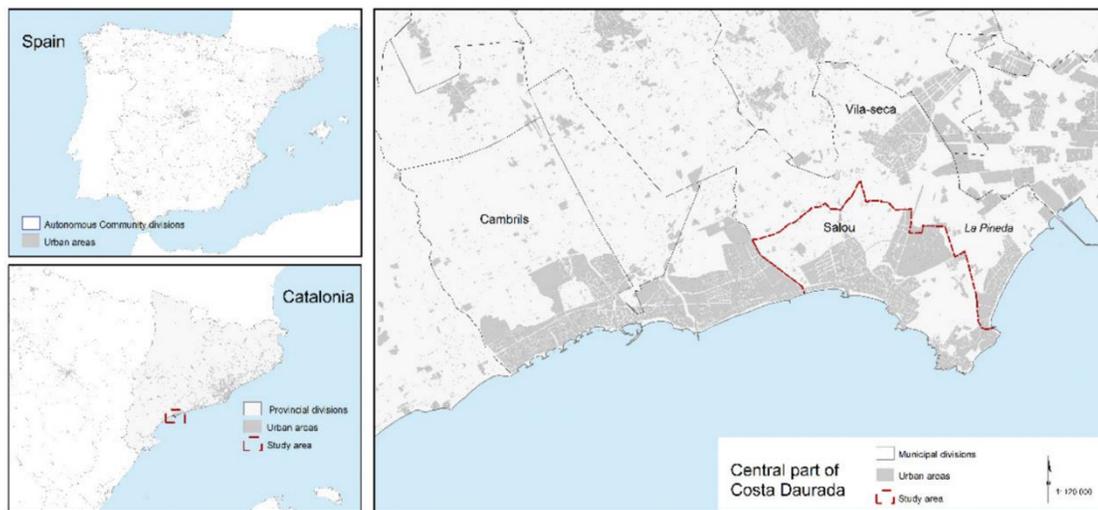
## Marco Referencial

### *Turismo de bienestar en Salou España*

El turismo es una industria que crece rápido de tal manera que para muchos países forma parte fundamental de la sustentabilidad económica del lugar, sin embargo por la pandemia del 2019 el turismo se ha visto perjudicado en gran medida; El turismo de bienestar es el sector del turismo que más crecimiento ha tenido, al introducir este tipo de turismo se crean más fuentes de empleo, infraestructuras que se relacionan entre sí para brindar una mejor experiencia de bienestar al turista y la economía crece.

#### **Figura 5**

*Mapa de la ubicación de Salou.*



*Nota.* Gráfico que representa la localización del Cabo de Salou que limita con el Mediterráneo en España. Tomado de: Andreu, Font-Barnet & Roca (2021, pg. 5).

El turismo en la comunidad de Cataluña, Salou – España ha visto la oportunidad post pandemia para impulsar sus destinos de sol y playa, pues se prevé que a pesar de la pandemia el turismo de bienestar siga en crecimiento predominando sobre los otros sectores del turismo debido a los cambios que tiene la mentalidad del turista actual, ya que estos tienen diferentes motivos para viajar en donde la salud, el bienestar físico y emocional son parte esencial del viaje.

Como lo indicaron Andreu et al. (2021):

La situación actual relacionado con la pandemia ha acelerado tendencias en el turismo que ya se estaban afianzando en el sector: una creciente preferencia por lugares menos concurridos; experiencias holísticas y de bienestar; y productos turísticos innovadores que consideren a las generaciones futuras, sean más conscientes de la sostenibilidad y respondan al nuevo paradigma de mayor atención global al cuidado y respeto del planeta y la humanidad (pg. 2)

Según datos proporcionados por el Patronato de Turismo de Salou mencionado en Andreu et al. (2021) muestra datos de los visitantes de la ciudad antes de la pandemia “Con más de 2 millones de visitantes al año que suman más de 8 millones de pernотaciones, concentrados principalmente en el periodo estival, Salou es uno de los principales destinos de sol y playa de España.” (pg. 5). Durante la pandemia por las restricciones de ingresos de turistas extranjeros el destino se vio afectado en la reducción masiva de visitantes y en las actividades de promoción, por lo que en los últimos meses la promoción del destino ha sido resaltar el lado natural y sostenible del lugar en cuanto a la evolución de los recursos de la ciudad (Andreu et al. 2021).

Como lo mencionaron Andreu et al. (2021):

Los aspectos naturales de Salou se apoyan en activos reconocidos como sus playas, junto con nuevos incentivos como la gastronomía, el paisaje y los lugares históricos, que se identifican como los principales recursos de desarrollo y diferenciación. Por ello, tratando de poner en valor el entorno natural y reducir la estacionalidad del turismo, el bienestar se ha planteado como una oportunidad para ofrecer un valor añadido diferencial coherente con la identidad del destino y sus recursos actuales, manteniendo la coherencia con las previsible nuevas motivaciones para el turismo en la era post-COVID-19. (pg. 7)

El gran impacto de la pandemia influyó en el caso de la ciudad de Salou, la cual crearon un plan basado en el turismo de bienestar costero (implica las sensaciones

que el ambiente marítimo brinda a los turistas, el paisaje, clima, actividades en el mar, entre otros) como estrategia principal para impulsar el destino ya que la ciudad está ubicada en la zona costera de Cataluña de España, esta comprende enormes playas de arena blanca fina en donde se pueden disfrutar de actividades marinas, balnearios naturales que brindan al turista una experiencia única que la diferencia de otros lugares cercanos.

“El origen del turismo en la localidad está asociado al descubrimiento de las propiedades terapéuticas asociadas al mar y al baño, lo que atrajo a grupos de personas que querían disfrutar de este saludable entorno.” (Andreu et al. 2021).

Salou dispone de recursos tangibles e intangibles que benefician a la salud, algunos los recursos no son aprovechados de manera efectiva, por lo que la ciudad ha creado estrategias para potenciar la oferta de sus productos, ha incrementado los servicios, mercados, para brindar una mejor experiencia a los turistas y que a su vez estos puedan incluir el bienestar dentro del viaje como: A lo que el alojamiento refiere, 13 de los 23 hoteles de cuatro y cinco estrellas del destino cuentan con servicios y tratamientos de spa y piscinas, las plazas hoteleras han sido remodeladas, cuentan con campings para toda la familia a precios cómodos y satisfaciendo todas las necesidades (Andreu et al. 2021).

Los salones de belleza y los gimnasios ofrecen diversidad en su oferta, incluyen conceptos de estética holística que trabajan el bienestar personal desde múltiples perspectivas como la meditación, el mindfulness, entre otros, como lo es el caso de “ Estmitica holaistica Beti Marti”, que cuenta con 25 años de existencia en Salou; Cuentan con certificaciones en deportes tales como fútbol, golf, cicloturismo, amplias zonas peatonales para correr, lo cual le permite al turista hacer deporte en la estadía y mantener un estilo de vida saludable que fomente el bienestar (Andreu et al. 2021).

El Patronato de Turismo de Salou ha propuesto ciertas acciones mencionadas en Andreu et al. (2021) para que Salou se convierta en un destino sostenible de

bienestar y no solo sea un modelo basado en el sol, la playa y el ocio, en las que el destino trabaja para desarrollar mercados en cuanto al deporte y el fitness, así como para la gastronomía saludable y para revalorizar los espacios verdes y azules.

Como lo indicaron Andreu et al. (2021) Uno de los puntos fuertes de Salou es la seguridad, los precios asequibles, el clima templado todo el año y los paisajes de la costa que reciben ayuda para su mantenimiento y mejora, estas son la base de actividades que se pueden vincular a un mayor bienestar.

### ***Turismo de bienestar en Chignahuapan e Izúcar de Matamoros, México***

México es el principal destino turístico de *wellness* en Latinoamérica con un valor en gastos de \$12.8 billones de dólares y posicionándose en el sexto lugar como receptor de este tipo de turismo mundialmente en 2017 (Global Wellness Institute, 2018). De esta manera el país busca mejorar la oferta en cuanto el turismo de bienestar se refiere debido al alto potencial del lugar.

Dentro de los mercados de bienestar que México ofrece son las aguas termales como las de Chignahuapan e Izúcar de Matamoros; Los centros estéticos en donde los tratamientos estéticos y corporales son demandados por los turistas y las grandes franquicias posicionan los salones de estética en las áreas urbanas; Y los centros de spa, los cuales se mantienen en constante renovación para ofrecer servicios enfocados en el cuidado de vida activo y de bienestar.

Como lo indicó el Global Wellness Institute (2018):

Estas iniciativas incluyen la construcción de nuevos centros turísticos/retiros de bienestar, así como el desarrollo de rigurosos programas y ofertas de bienestar holístico que se centran en la prevención y el desempeño humano, la medicina integral y las modalidades de curación autóctonas. (pg. 12)

La gran llegada de turistas que buscan de mantener el estilo de vida saludable en el país refleja un constante crecimiento económico y un mayor interés por parte de

los turistas al querer hacer uso de los servicios que ofrecen bienestar, por lo que muchos de los hoteles y resorts han implementado el servicio de spa y han incrementado la oferta que satisfaga a la demanda como por ejemplo la hidroterapia, meditación, programas holísticos, entre otros. También aprovechan la biodiversidad de la región para hacer uso de ingredientes locales y aplicarlos en los tratamientos de salud, belleza, de tal manera que hacen promoción de productos para el cuidado de la piel hechos localmente y tratamientos realizados por nativos en el spa. Global Wellness Institute (2018).

**Figura 6**

*Aguas termales de Chignahuapan*



*Nota.* Gráfico que representa uno de las aguas termales de México en el estado de Puebla. Tomado de: Papaqui, García & Piñón (2021, pg. 32).

Con respecto a las aguas termales, México ha renovado la infraestructura en cuanto a la oferta de servicios de hospedaje y bienestar complementando la zona de los manantiales para atraer a los turistas. Las aguas termales de Chignahuapan e Izúcar de Matamoros son las más reconocidas del estado de Puebla México y tienen una antigüedad de más de 30 años.

El propósito de las aguas termales para los turísticos que buscan el bienestar son las propiedades calmantes que estas tienen lo cual causa un estado de relajación, en estos lugares la oferta comprende los servicios de hotel, alimentos, baños, parqueo, piscinas con toboganes, zona de camping, spa y temazcal; así mismo se pueden

disfrutar de ciertas actividades como caminatas por el bosque, fogatas, actividades de aqua aerobics, música en vivo, canchas de básquetbol, tenis, entre otros (Papaqui, García & Piñón, 2021).

### ***Turismo de bienestar en Ecuador***

El Ministerio de Turismo considera que Ecuador debe ser impulsado como destino de bienestar, pues la biodiversidad que tiene hace que sea un país con gran capacidad turística para atraer a quienes quieran relajarse tanto física como mentalmente al disfrutar de los recursos naturales del país y hacer turismo de bienestar.

Gran parte la oferta de servicios en el Ecuador se ha centrado en responder a las necesidades de la demanda actual, la actividad turística se beneficia de estos que pueden incluirlos en la oferta turística, Muñoz (2020) redactó que:

En la actualidad, debido al incremento de los niveles de estrés en la población de las grandes ciudades y las tendencias de salud y belleza; encontramos a lo largo del país centros con una amplia oferta de actividades, tratamientos y terapias tales como: spas, balnearios, resort, etc. (pg. 883)

Como lo mencionó Muñoz (2020) Ecuador cuenta con varias opciones dentro de sus espacios naturales para que los turistas tanto nacionales y extranjeros aprovechen de las actividades que el país ofrece. Como ejemplos, Muñoz menciona que en el país existen montañas, llanuras, volcanes inactivos y otros destinos naturales cuya oferta se especializa en la satisfacción de este tipo de necesidades.

Dentro de los principales atractivos en donde se puede realizar turismo de bienestar en el Ecuador, Muñoz (2020) mencionaron los siguientes divididos por regiones: Costa, Sierra, y Amazonía, en donde los categoriza de la siguiente manera:

**Costa.** Región en donde se encuentran las playas del Ecuador donde son potencial para realizar actividades balnearias tales como la talasoterapia, spa, sauna y turco familiar, hidromasajes, sala de aroma terapia y masajes con técnicas orientales,

envolturas corporales, musicoterapia, masajes con piedras volcánicas, reflexología y shiatsu.

**Tabla 1**

*Playas del Ecuador que ofrecen turismo de bienestar*

<u>Nombres</u>	<u>Provincias</u>
Los Frailes	Manabi
Ayague	Sta.Elena
Puerto Lopez	Manabi
Playa Murcielago	Manabi
Atacames	Esmeraldas
Puerto Cayo	Manabi

*Nota.* Tabla que representa las diferentes provincias del Ecuador con sus destinos de sol y playa que ofrecen actividades relacionadas al turismo de bienestar. Tomado de: Muñoz (2020).

**Sierra.** Región en donde debido a la gran presencia de volcanes se destaca por su mayor posesión de fuentes termales que son potencial de bienestar en el país con propiedades minerales beneficiosos para la salud. En las termas, las aguas contienen diferentes tipos de sales como azufre, bicarbonatos, hierro, magnesio, entre otros, los cuales ayudan con los problemas de salud como el reumatismo, dolores de las articulaciones y de los huesos. Aparte del relax, también hay aventura, hay varios tours, caminatas guiadas, recorridos por senderos de las cascadas.

**Amazonía.** Esta región es considerada como destino de bienestar por sus abundantes plantas con propiedades medicinales y el shamanismo que es uno de los principales métodos de curación y sanación natural reconocido a nivel internacional, a su vez, las aguas termales y naturales de las cascadas que tienen algunas ciudades de esta región atraen a turistas que buscan el bienestar.

**Tabla 2**

*Aguas termales en Ecuador más visitadas por turistas*

<u>Nombres</u>	<u>Provincias</u>
Termas de Papallacta	Napo
Termas de Baños de Cuenca	Cuenca
Termas de Baños de Agua Santa	Tungurahua
Las Tres Lagunas	Azuay
Termas Cunuyacu	Cotopaxi

*Nota.* Tabla que representa las provincias amazónicas del Ecuador con sus aguas termales más frecuentadas por los turistas. Obtenido de: Muñoz (2020).

## **Capítulo II**

### **Análisis de la Demanda**

#### **Población**

El turismo de bienestar es un tipo de turismo que busca impulsar el bienestar de la persona que viaja, ya sea que esta se encuentre en un buen estado de salud o que solo desee mejorarlo. El interés por el bienestar personal o de seres queridos se ha incrementado con la pandemia del covid y las personas optan por cambios en sus vidas que les aporte bienestar y en cuanto al turismo buscan destinos en donde las actividades de bienestar estén presentes.

La realización de estas actividades requieren desenvolvimiento económico para poder pagar y hacer uso de ellas, por lo que la población estudiada toma en cuenta a personas en un rango de 18 – 75 años que pertenezcan a un estrato social medio – alto debido que este al ser un producto que ofrece bienestar a personas que no tienen alguna condición o enfermedad es percibido como no indispensable por lo que es necesario enfocarse en las personas que tienen sus necesidades más básicas satisfechas y que puedan acceder a este tipo de productos de bienestar.

De acuerdo con Redatam (2010) los datos obtenidos en el último censo realizado en Ecuador el número de Guayaquileños dentro del rango de edad establecido son 1'938.595 habitantes, de los cuales según una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) como lo cita Cruz & Peña (2021) los datos de la encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico señalan que en Guayaquil los habitantes con un poder adquisitivo medio-alto son las que presentan una economía estable los cuales son las A,B y C+ y entre ellas suman un porcentaje de 35,9% lo que representaría un total de 695,955.61 habitantes; Adicionalmente se agregan 290.479 turistas que tuvo la ciudad en el año 2021, lo que da un total de 986,434.61 personas para la población del estudio.

**Tabla 3**  
*Edades de los Guayaquileños. Parte 1*

<b>Edad</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
18	21,928	21,524	43,452
19	22,270	21,543	43,813
20	23,424	23,069	46,493
21	23,793	23,494	47,287
22	25,917	24,888	50,805
23	24,995	24,028	49,023
24	21,046	20,037	41,083
25	22,654	22,562	45,216
26	22,740	22,372	45,112
27	21,445	21,501	42,946
28	21,227	21,304	42,531
29	22,021	21,979	44,000
30	21,422	22,187	43,609
31	20,613	21,593	42,206
32	21,762	21,899	43,661
33	20,749	21,281	42,030
34	21,402	21,700	43,102
35	20,797	21,471	42,268
36	20,494	21,318	41,812
37	20,800	21,339	42,139
38	19,757	20,439	40,196
39	19,479	19,757	39,236
40	20,699	21,077	41,776
41	20,576	21,115	41,691
42	21,217	21,498	42,715
43	19,200	20,197	39,397
44	18,963	19,425	38,388
45	18,698	18,697	37,395
46	17,154	17,880	35,034
47	16,713	16,933	33,646
48	16,097	16,900	32,997
49	15,350	16,301	31,651
50	16,127	16,873	33,000
51	15,626	15,955	31,581
52	15,914	16,468	32,382

**Tabla 4**  
*Edades de los Guayaquileños. Parte 2*

<b>Edad</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
53	13,766	14,475	28,241
54	14,458	15,099	29,557
55	13,384	14,124	27,508
56	13,225	14,083	27,308
57	13,731	14,863	28,594
58	13,511	14,489	28,000
59	13,281	14,175	27,456
60	13,110	14,212	27,322
61	11,746	12,522	24,268
62	12,567	13,325	25,892
63	10,839	11,397	22,236
64	10,475	10,876	21,351
65	10,581	11,099	21,680
66	9,969	10,926	20,895
67	10,078	10,766	20,844
68	9,685	10,060	19,745
69	8,710	9,316	18,026
70	8,143	9,116	17,259
71	7,662	8,103	15,765
72	7,508	8,262	15,770
73	6,171	6,606	12,777
74	5,990	6,433	12,423
75	5,676	6,329	12,005
<b>Total</b>			1'938.595

*Nota.* Tabla que representa las edades de los Guayaquileños correspondientes a los datos del censo 2010, considerando las edades de entre los 6 a 63 años quienes en el año 2022 tendrían las edades requeridas para el estudio. Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).



$$n = 384.01$$

## **Encuesta**

La encuesta es una de las herramientas más utilizadas por su eficacia en las diferentes investigaciones, brinda resultados precisos de manera fácil de comprender, lo que es necesario para el análisis del tema a tratar.

Según López & Fachelli (2016) señalaron que:

En la investigación social, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (pg. 8).

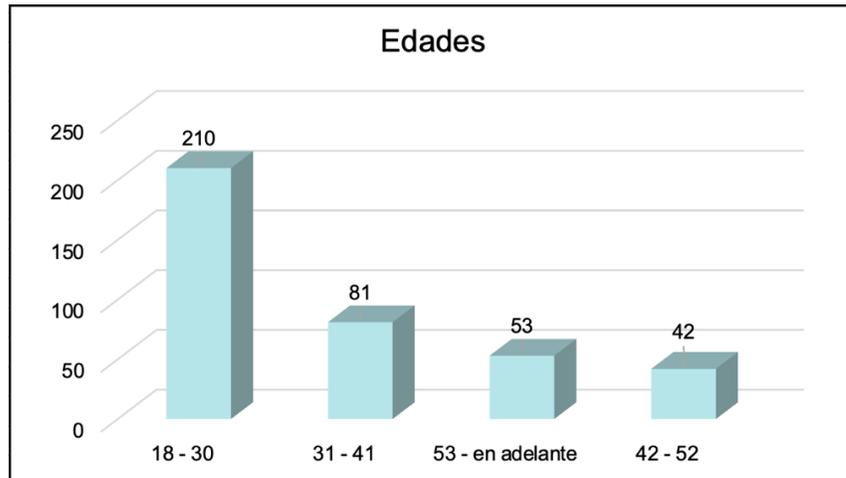
La encuesta realizada consta de cinco preguntas cerradas y una abierta con el propósito de determinar si la ciudad de Guayaquil cuenta con el potencial para ser un destino de bienestar, se llevará a cabo un total de 384 personas encuestadas por medio de google forms.

## Análisis De Resultados De Las Encuesta

### *Pregunta 1 Edad*

#### **Figura 7**

*Edades de los encuestados*



*Nota.* Tabla que representa los resultados de la encuesta sobre las edades. Fuente: Encuestas.

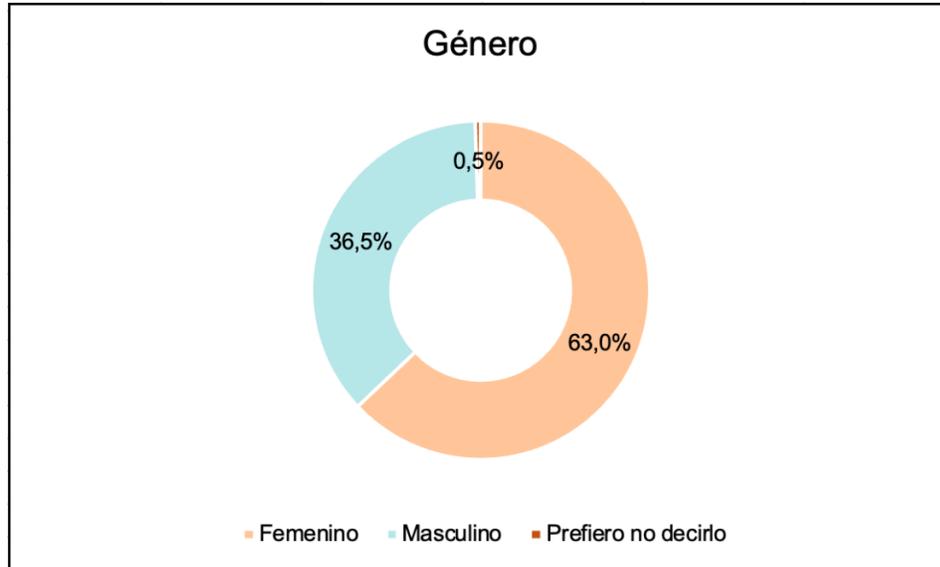
Para la elaboración de la encuesta se tomaron en cuenta los rangos de edades que se dividen en cuatro partes: de 18 a 30 años, de 31 a 41 años, de 42 a 52 años y por último de 53 en adelante. La encuesta arrojó los resultados que destacan al grupo de 18 a 30 años como los predominantes siendo un total de 210 personas tanto Guayaquileños como turistas de la ciudad.

Según se observa el diagrama de barras 81 personas corresponden al 21% en el grupo de 31 a 41 años, le prosigue 53 personas que son un 13,7% en el grupo de 53 años en adelante y el 10,9% que comprenden 42 personas que están dentro de los 42 a 52 años de edad. Quedando así, como la mayor cantidad de encuestas respondidas por el 54,4% de las personas que corresponden a 210 personas dentro del rango de 18 a 30 años, resultados con los cuales se tomarán en consideración más adelante para la elaboración del análisis de los resultados de las encuestas.

**Pregunta 2 Género**

**Figura 8**

*Género de los encuestados*



*Nota.* Tabla que representa los resultados sobre el género de los encuestados. Fuente: Encuestas.

Los resultados obtenidos en la encuesta demuestran que la mayor cantidad de respuestas son del género femenino, con un 63% lo cual corresponde a un total de 243 mujeres. Por consiguiente, el total de respuestas obtenidas del género masculino esto es el 36,5% lo conforman 141 hombres, de tal manera que un 0,5% está determinado por dos personas que prefieren no decir su género.

**Pregunta 3 ¿Estaría dispuesto a realizar actividades de bienestar en la ciudad de Guayaquil?**

**Figura 9**

*Disposición del encuestado por realizar actividades de bienestar en la ciudad de Guayaquil*



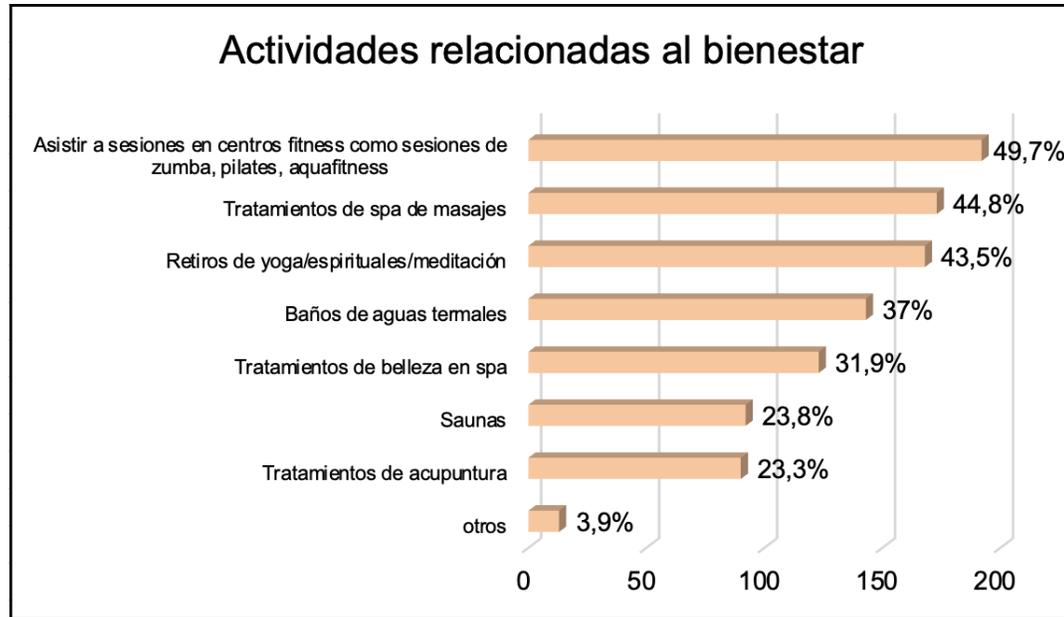
*Nota.* Tabla que representa los resultados sobre la disposición de los encuestados por realizar las actividades de bienestar en Guayaquil. Fuente: Encuestas.

Como se observa en el gráfico, la encuesta señala que la mayor parte de los encuestados están dispuestos a realizar actividades de bienestar en la ciudad de Guayaquil conformado por un 96,11% correspondientes a un total de 371 personas. Por otro lado, el 3,89% las personas que no están dispuestas a realizar dichas actividades suman un total de 15 personas, las cuales cinco son del género femenino y diez del género masculino, el restante prefiere no indicar su género.

**Pregunta 4 ¿Qué tipo de actividades relacionadas al bienestar preferiría realizar?**

**Figura 10**

*Actividades relacionadas al bienestar que el encuestado prefiere realizar*



*Nota.* Tabla que representa los resultados sobre el tipo de actividades relacionadas al bienestar que el encuestado prefiere realizar. Fuente: Encuestas.

En la presente encuesta se tomaron en cuenta las actividades que son esenciales para el desarrollo del turismo de bienestar, pregunta en la cual se dejó seleccionar tantas opciones como desee el encuestado; Entre las opciones están asistir a sesiones en centros fitness como sesiones de zumba, pilates, aquafitness, entre otros, la cual se destaca por ser la más escogida por los encuestados con un total de 192 personas en las cuales el rango de edad que prefiere esta actividad se encuentran entre los 18 a 52 años de edad.

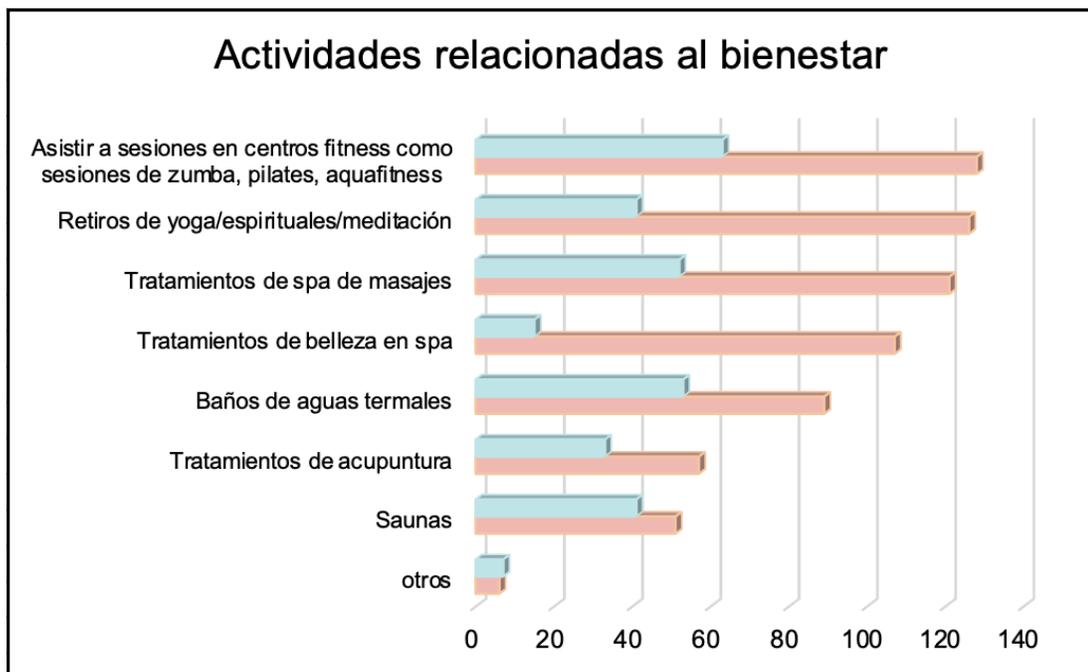
Las siguientes actividades más escogidas son los tratamientos de spa de masajes por 173 encuestados de las cuales todos los rangos de prefieren esa actividad, seguida de retiros de yoga, espirituales o meditación con 168 encuestados en los cuales el rango de edad que prefiere esta actividad son de 53 años en adelante los cuales no les es de mucho interés asistir a las sesiones en centros fitness; Los baños de aguas termales con 143 encuestados y los tratamientos de belleza en spa con 123 encuestados

son preferidas por el rango de 18 a 30 años; lo que quiere demuestra que tipo de actividades son las más importantes al momento de escoger un destino de bienestar por parte de los Guayaquileños y turistas de la ciudad.

Las actividades de saunas y tratamientos de acupuntura fueron los menos escogidos por parte de los encuestados, teniendo un total de 92 personas que desean acudir a saunas los cuales los menos interesados pertenecen al rango de 18 a 30 años; Y 90 personas que prefieren los tratamientos de acupuntura siendo esta preferida por las personas del rango de 53 años en adelante.

**Figura 11**

*Actividades relacionadas al bienestar que el encuestado prefiere realizar por géneros*



*Nota.* Tabla que representa los resultados sobre el tipo de actividades relacionadas al bienestar que el encuestado prefiere realizar divididas por géneros en el cual el color azul es para el género masculino y el rosa para el género femenino. Fuente: Encuestas.

Para la interpretación de los resultados clasificados por géneros se consideran las barras de color azul para representar las encuestas de obtenidas del género masculino y las barras de color rosa para categorizar al género femenino,

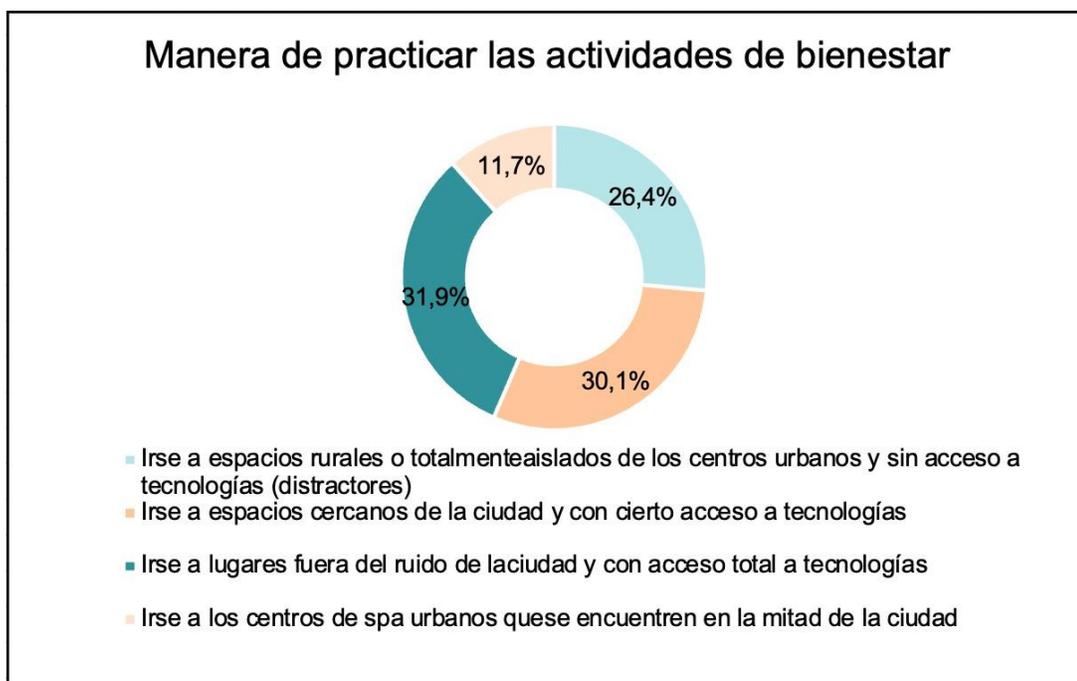
determinando así que tanto las mujeres como hombres prefieren las actividades de asistir a sesiones en centros fitness y tratamientos de spa de masajes.

Las actividades predominantes en el género femenino aparte de las sesiones fitness abarcan también los retiros de yoga, meditación y espirituales, a su vez le siguen los tratamientos de belleza en spa; Mientras que en el género masculino predominan los baños de aguas termales, retiros de yoga y los saunas.

**Pregunta 5 ¿De qué manera le gustaría practicar estas actividades de bienestar?**

**Figura 12**

*Maneras de practicar las actividades de bienestar por parte de los encuestados*



*Nota.* Tabla que representa los resultados sobre las maneras de practicar las actividades de bienestar por parte de los encuestados. Fuente: Encuestas.

Para determinar el modo en que los Guayaquileños y turistas prefieren practicar las actividades de bienestar se tomó en consideración la distancia con la ciudad ya que la mayoría de destinos de bienestar se encuentran en espacios naturales fuera de la ciudad, y el uso de tecnologías ya que es un factor que incide en la persona al momento de experimentar sensaciones relacionadas al bienestar como la tranquilidad o paz.

De tal manera que como factor más importante al momento de practicar estas actividades con un 31,9% lo que corresponde a 123 encuestados corresponde a irse a lugares fuera del ruido de la ciudad y con acceso total a tecnologías, seguido de irse a espacios cercanos de la ciudad con cierto acceso a tecnologías siendo esta preferida por las personas pertenecientes al rango de 53 años en adelante, lo que determina que la distancia ideal para los encuestados corresponde estar fuera del ruido de la ciudad pero al mismo tiempo que se encuentre cerca de esta; Así mismo, se puede analizar que es necesario para la persona que va a realizar estas actividades el acceso a tecnologías ya sea completa o parcialmente pero siempre estar al alcance de estas.

**Figura 13**

*Maneras de practicar las actividades de bienestar por géneros*



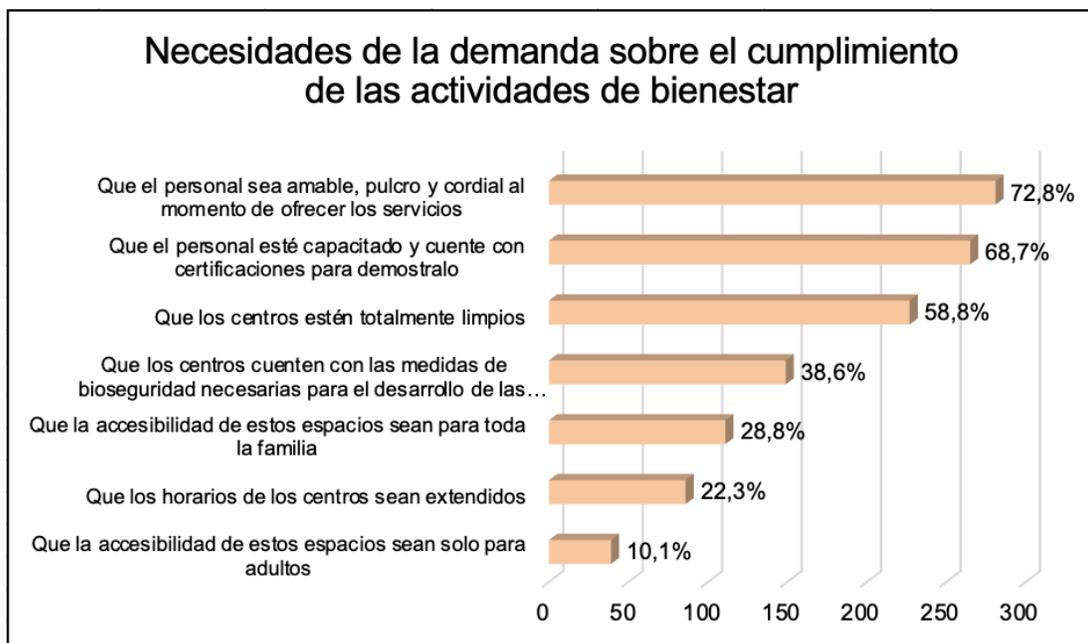
*Nota.* Tabla que representa los resultados sobre las maneras de practicar las actividades de bienestar dividido por géneros en el cual el color azul es para el género masculino y el rosa para el género femenino. Fuente: Encuestas.

En el presente gráfico de barras los resultados clasificados por géneros en los cuales las barras de color azul representan las encuestas obtenidas del género masculino y las barras de color rosa categorizan el género femenino, determinan que tanto las mujeres como hombres se mantienen en niveles similares en cuanto a la manera en que prefieren practicar estas actividades, predominando el irse a lugares fuera del ruido de la ciudad y así mismo el acceso total a tecnologías, seguido de irse a espacios cercanos a la ciudad y con cierto acceso a tecnologías.

**Pregunta 6 ¿Qué necesidades son esenciales para usted que estos lugares en donde se ofrezcan las actividades de bienestar cumplan?**

**Figura 14**

*Necesidades de la demanda sobre el cumplimiento de las actividades de bienestar*



*Nota.* Tabla que representa las necesidades de la demanda sobre el cumplimiento de las actividades de bienestar. Fuente: Encuestas.

Para determinar las necesidades de la demanda sobre el cumplimiento de las actividades de bienestar se toman en cuenta ciertas características que son requeridas por las personas en relación a la oferta de un destino turístico, estas están divididas según el personal, los centros y la parte operativa de la actividad de bienestar ofertada.

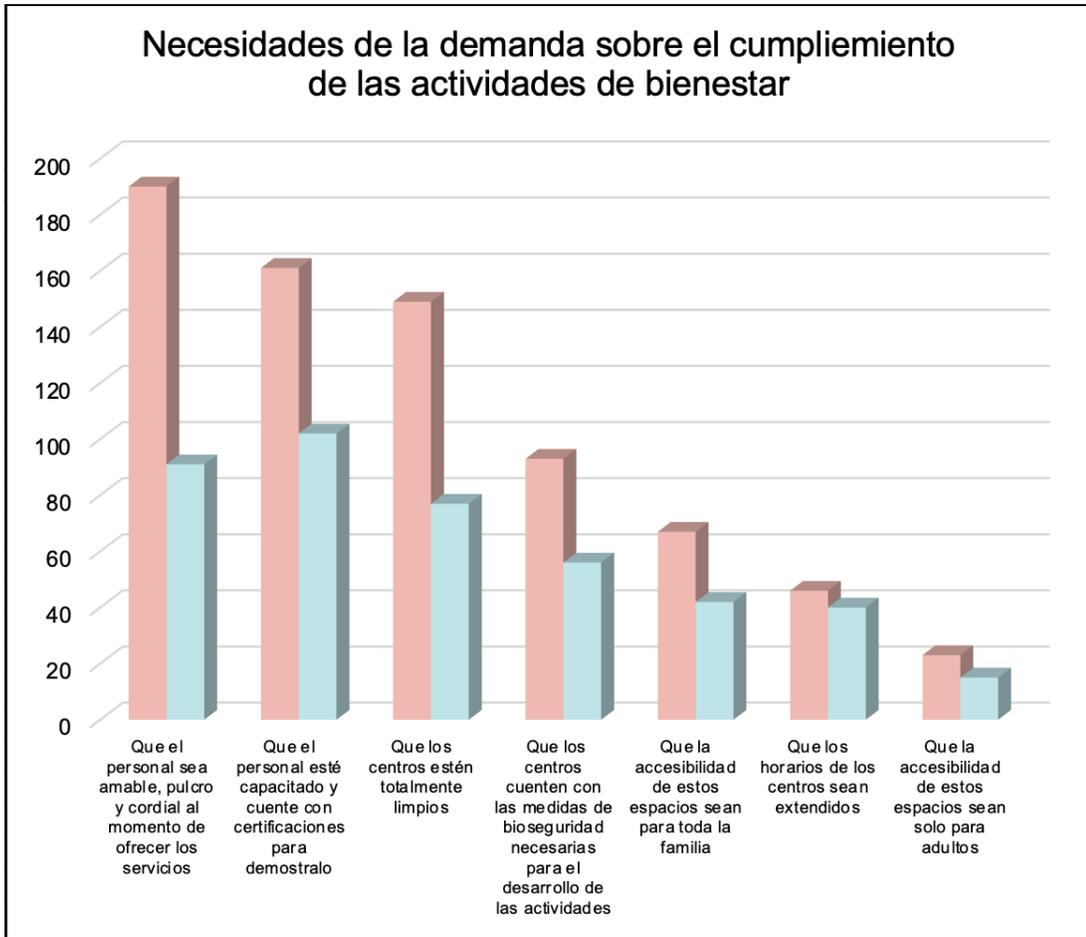
Se da como requisito señalar tres que sean las más relevantes por los turistas y Guayaquileños.

Obteniendo así, como resultado que es indispensable en cuanto al personal para la mayor parte de los encuestados siendo un total de 281 personas que este sea amable, pulcro y cordial al momento de ofrecer los servicios; Por otro lado, le sigue como las más relevante con un total de 265 personas que el personal esté capacitado y cuente con certificaciones para demostrarlo.

En cuanto a los centros donde se ofertan las actividades de bienestar un total de 227 personas requieren que estos estén totalmente limpios y 149 encuestados que los centros cuenten con las medidas de bioseguridad necesarias para el desarrollo de las actividades. Finalmente, en la parte operacional un total de 86 personas necesitan que los horarios sean extendidos y que la accesibilidad de estos espacios sean para toda la familia por 111 personas.

**Figura 15**

*Necesidades de la demanda sobre el cumplimiento de las actividades de bienestar dividido por géneros*



*Nota.* Tabla que representa las necesidades de la demanda sobre el cumplimiento de las actividades de bienestar, en el cual el color azul es para el género masculino y el rosa para el género femenino. Fuente: Encuestas.

En relación a la interpretación por géneros se puede denotar que las necesidades son similares en cuanto a las mujeres y los hombres. Tomando en cuenta que el género femenino está representado por el color rosa, su diferencia radica en cuanto al personal que la necesidad esencial es que estos sean amable, pulcros y cordiales al momento de ofrecer los servicios de bienestar; En cambio para el género masculino que está representado por el color azul, se evidencia que es más esencial que el personal esté capacitado y cuente con certificaciones para demostrarlo.

## **Interpretación de resultados**

Mediante la encuesta realizada a los Guayaquileños y turistas que visitan la ciudad de Guayaquil que a su vez pertenecen a un estrato social medio - alto, se pueden establecer las preferencias y necesidades de la demanda en cuanto al turismo de bienestar. Con los resultados obtenidos se tienen en cuenta qué necesita la demanda para que considere la ciudad de Guayaquil como una opción de destino donde puedan practicar el bienestar.

De acuerdo a los resultados se determina que la mayor cantidad de encuestados se concentran entre 18 a 30 años de edad, seguido de los de 31 a 41 años, los cuales a su vez están dispuestos a realizar actividades de bienestar en la ciudad de Guayaquil, siendo un punto a favor para determinar la potencialidad de la ciudad como destino de bienestar puesto a que gran parte de la población se encuentra interesado en realizar estas actividades, sin embargo, se deben analizar otros puntos para asegurar su potencialidad como en análisis de la oferta que brinde de la ciudad y que a su vez, cumpla con las necesidades de la demanda para determinar si esta cuenta o no con lo necesario para ser un destino de bienestar.

Dentro de las actividades ideales de bienestar para la demanda se encuentra el asistir a sesiones en centros fitness, los cuales ofrecen sesiones como zumba, pilates o aquafitness, así mismo los tratamientos de spa de masajes y los retiros de yoga, espirituales y de meditación, siendo estos preferidos por las mujeres; Los hombres prefieren los saunas y los baños de agua termales, actividad que la ciudad de Guayaquil no ofrece debido a su ubicación, por lo que en ese punto al ser uno de los más encogidos presenta una desventaja, sin embargo la ciudad puede completar su oferta con otros servicios que si posean y sean requeridos por la demanda.

En cuanto a la manera de practicar las actividades de bienestar se determina que es importante para la mayoría de las personas estar cerca de la ciudad pero que a su vez se encuentren lejos del ruido de esta y que puedan acceder a los diferentes tipos de tecnología ya sea completamente o de manera parcial, tanto el género femenino como masculino mantienen las mismas preferencias en cuanto a la distancia y el uso

de los distractores. En relación a la oferta de Guayaquil se tendrá que determinar si existen estas actividades que se encuentren dentro de la distancia requerida por los encuestados, como ejemplo cabe destacar el Centro de Bienestar y Salud NovaVita, que se encuentra 40 minutos de la ciudad y cumple con las necesidades antes mencionadas de la demanda.

Para que las actividades de bienestar se puedan llevar a cabo satisfactoriamente se analiza por medio de la encuesta las necesidades de la demanda, las cuales referente al personal que labora en los centros de bienestar en la ciudad de Guayaquil se requiere que sea amable, pulcro y cordial al momento de ofrecer los servicios, este requerimiento es más importantes para el género femenino que para el masculino, también se necesita que el personal se encuentre capacitado y posea certificaciones para demostrarlo, de tal manera que puedan ofrecer eficazmente los servicios.

La pandemia del virus del Covid-19 trajo consigo preocupación por los posibles contagios y se buscó una forma para poder realizar las actividades cotidianas de tal manera que el riesgo por contagiarse sea mínimo siguiendo los protocolos de bioseguridad, actualmente para el año 2022 la mayoría de las personas ya están vacunadas y tienen una mejor respuesta inmune ante la enfermedad, por lo que los resultados de la encuesta refleja que el punto de la bioseguridad ya no es tan esencial para el desarrollo de las actividades por parte de las personas en los centros de bienestar.

Así mismo se observa la importancia que tiene para la persona que estas actividades puedan ser desarrolladas en espacios para toda la familia y que les permita asistir en horarios accesibles ya que factores como el tiempo ocupado por el trabajo, obligaciones o el cruce de horarios entre los familiares o amigos les resulta en ciertas ocasiones imposible poder acceder a estos lugares, por lo que se requiere que los centros de bienestar en la ciudad de Guayaquil tengan horarios extendidos.

### **Capítulo III**

#### **Evaluación de la oferta y potencial de Guayaquil como destino de turismo de bienestar**

De acuerdo a lo mencionado en el marco referencial donde se toma de referencia los destinos como Salou de España, Chignahuapan e Izúcar de Matamoros de México y los destinos del Ecuador donde las actividades de bienestar han sido esenciales para el desarrollo e impulso del turismo; se establece una lista de parámetros básicos que se han escogido en función de lo establecido por los destinos clásicos y desarrollados para este tipo de actividades, sumando los requerimientos mínimos de la demanda en cuanto a sus necesidades específicas para el desarrollo de las actividades de bienestar en la ciudad de Guayaquil obtenidos del estudio de la población.

La determinación de estos parámetros será expresada mediante una tabla la cual permitirá comprender de manera precisa lo que un lugar necesita para que sea considerado como destino de bienestar, si el destino cumple con los requerimientos básicos lo que podrá determinar si Guayaquil cuenta o no con el potencial para serlo.

#### **Parámetros**

##### ***Diversidad de productos y servicios que incluyan el bienestar***

La oferta turística no solo comprende directamente los negocios dedicados al turismo, sino que pertenecen también otros negocios y servicios en su entorno que juntos se suman para conformar la oferta turística y el valor del destino, por lo que es necesario que el destino cuente con amplia oferta para lograr captar al cliente.

Para que un sitio sea considerado como destino de bienestar, se necesita que cumplan con ciertos requisitos como contar con una amplia oferta de actividades creando alianzas con otros mercados que contribuyan al bienestar personal para mejorar la oferta turística de tal manera que el visitante pueda incluir el bienestar dentro de su viaje, tales actividades son:

- Tratamientos estéticos
- Tratamientos de belleza
- Tratamientos corporales
- Tratamientos de masajes
- Tratamientos de acupuntura
- Balnearios
- Baños de aguas termales
- Terapias como la hidroterapia, talasoterapia
- Saunas
- Retiros como los espirituales, yoga o meditación – mindfulness
- Sesiones en centros fitness: Zumba, pilates aguafitness

***Perfil del personal que brinda los servicios de bienestar***

El sector turístico demanda de contacto constante y directo con las personas por lo que se requiere que su personal cumpla con ciertas cualidades y requisitos para poder formar parte de la industria y a su vez, brindar la mejor calidad en cuanto a servicios turísticos.

En cuanto al área del bienestar según el estudio de la demanda realizado determinó que se necesita que el personal demuestre ciertas capacidades que apunten más al lado empático con el cliente, puesto a que las personas que acuden a este tipo de servicios demandan tratos específicos que les transmita paz y tranquilidad al cliente, además de la hospitalidad, dinámica, entre otros. Parte de estos requisitos son:

- Que el personal esté capacitado y cuente con certificaciones para demostrarlo
- Que el personal sea pulcro, amable y cordial al momento de ofrecer los servicios

### ***Características de los centros donde se ofertan los servicios de bienestar***

Los espacios adecuados a la oferta de los servicios turísticos deben de llamar la atención del cliente por su originalidad, brindar un entorno único donde la persona se sienta cómoda y tranquila de estar, los cuales son factores importantes para poder manifestar el bienestar. Así mismo, la pandemia del Covid-19 trajo consigo un cambio en las operaciones de las actividades, y los lugares en donde se ofrecen los servicios puesto que se vieron obligados a adoptar medidas que eviten la propagación del contagio en lo posible.

De acuerdo a la teoría del bienestar y al estudio de mercado en cuanto a los centros donde se ofertan los servicios de bienestar se determinó la necesidad de ciertos requisitos para el desarrollo de las actividades:

- Que los centros estén totalmente limpios
- Que los centros cuenten con las medidas de bioseguridad necesarias para el desarrollo de las actividades
- Que la accesibilidad de los espacios sea para toda la familia
- Que los horarios sean extendidos
- Que los espacios sean seguros
- Que los centros se encuentren aclimatados
- Que el entorno donde se encuentre el centro sea atractivo a la vista

### ***Distancia y uso de tecnologías (distractores)***

La importancia en cuanto a la distancia o lejanía que tiene un destino al que se visitará varía de persona a persona; mientras que unos prefieren estar completamente alejados de su lugar de residencia sin importar las horas de viaje, otros prefieren ir a lugares más cercanos donde se pueda acceder de manera rápida, todo depende del tipo de persona y del tiempo disponible que esta tenga.

Así mismo, el uso de distractores tecnológicos como los celulares, laptops, televisores, entre otros, al momento de viajar ciertos turistas buscan salir de la rutina y desconectarse del mundo exterior para enfocarse en sí mismo por lo que limitan este tipo de distractores o se proponen a no usarlos; mientras que otro tipo de turistas no pueden despegarse de estos, siendo indispensable visitar lugares donde haya buena conexión o señal.

El estudio de la demanda realizado determina el tipo de turista que está interesado por realizar las actividades de bienestar en la ciudad y su preferencia al realizar este tipo de turismo en cuanto a la distancia y el uso de tecnologías en Guayaquil determinando ciertos requisitos a cumplir:

- Lugares cercanos a la ciudad
- Lugares fuera del ruido de la ciudad
- Acceso parcial o total a tecnologías

### ***Renovación de la infraestructura de los establecimientos de alojamiento***

La oferta turística de una ciudad dedicada al turismo de bienestar debe de contar con infraestructuras diseñadas para ofrecer estos servicios en todos los establecimientos de alojamiento de la ciudad, puesto que es importante que el lugar donde la persona pernocte cuente con las instalaciones y servicios que permitan al turista mantener el bienestar en su viaje como se ha visto en los casos del marco referencial, así mismo, contar con elementos naturales que influyan en la percepción relajante del ambiente y el estado de ánimo. Para esto, los establecimientos de hospedaje deben de contar con al menos uno de estos servicios:

- Spas
- Saunas
- Gimnasio
- Área de comida con menú saludable
- Espacios verdes

- Piscinas

### ***Contar con financiamiento para poder desarrollar los proyectos y las actividades ofrecidas***

Se deben evaluar la condición de la ciudad que tiene en cuanto al apoyo económico por parte de las entidades públicas y privadas las cuales son de gran importancia debido a la ayuda que ofrecen al financiar y así poder desarrollar los diferentes proyectos y actividades que se van a ofertar. Se necesita contar con líneas de créditos para este tipo de proyectos relacionados al turismo de bienestar como mejoras de infraestructuras para los hoteles como saunas, áreas fitness, la creación de spas, entre otros, y así obtener financiamiento por parte de la banca a través de:

- Entidades bancarias públicas
- Entidades bancarias privadas

### **Matriz**

Dentro de la presente matriz se evalúan los siguientes parámetros previamente establecidos teniendo en cuenta lo siguiente:

### ***Ponderación***

A cada parámetro se le ha asignado un porcentaje de relevancia en función de qué tan importante son para declarar al destino como turismo de bienestar. Teniendo en cuenta que:

**Contar con financiamiento para poder desarrollar los proyectos y las actividades ofrecidas.** Parámetro el cual obtendrá una ponderación del 23% lo que lo posiciona como el más importante a cumplir debido a que si no existe apoyo financiero no se podrían llevar a cabo los diferentes proyectos como la renovación de las infraestructuras de alojamiento, o la mejora y creación de los establecimientos de bienestar, entre otros. Para medir la calificación obtenida se toma en cuenta las dos variables antes mencionadas siendo que el total de su cumplimiento sumen el 23% las cuales son:

- Entidades bancarias públicas: **11,5%**
- Entidades bancarias privadas: **11,5%**

**Perfil del personal que brinda los servicios de bienestar.** Parámetro con ponderación de **20%** teniendo en cuenta que a pesar de la existencia de establecimientos donde se oferten las actividades de bienestar es de mayor importancia el perfil del personal que los ofrece, puesto a que como se demuestra en el estudio de la demanda, es la necesidad más alta entre todas, demuestra que puede existir gran oferta de las actividades, pero si no cuentan con las características mencionadas en cuanto al personal el turista no acudirá al establecimiento. Siendo que el total de su cumplimiento sumen el 20%:

- Que el personal esté capacitado y cuente con certificaciones para demostrarlo: **10%**
- Que el personal sea pulcro, amable y cordial al momento de ofrecer los servicios: **10%**

**Distancia y uso de tecnologías (distractores).** Parámetro con ponderación del **18%** puesto que la distancia y el uso de tecnologías en cuanto a la preferencia por la persona interesada a realizar las actividades de bienestar en Guayaquil es de mayor importancia al momento de escoger donde realizar las actividades, se considera que si dichas actividades se encuentran en una distancia en la cual el turista no pueda acceder o realizar las actividades según lo demandado, entonces no importará la existencia de estos establecimientos en otras zonas ya que no se acudirá o será poco frecuentado. Se pondera de la siguiente manera sus variables siendo que el total de su cumplimiento sumen el 18%:

- Lugares cercanos a la ciudad: **6%**
- Lugares fuera del ruido de la ciudad: **6%**
- Acceso parcial o total a tecnologías: **6%**

### **Renovación de la infraestructura de los establecimientos de alojamiento.**

Su ponderación corresponde al **15%** tomando en cuenta que luego de cumplir con contar con financiamiento, con el perfil del personal requerido y con la distancia demandada, se necesita que los destinos donde se realice el bienestar cuente con las instalaciones apropiadas para la realización de dichas actividades, debido a la necesidad del turista por mantener el bienestar durante su estancia ya que es de suma importancia que si bien existan pocos o varios establecimientos dedicados a brindar bienestar, es necesario que el lugar donde se aloje el turista al menos cuente con las facilidades para hacerlo. Se pondera de la siguiente manera siendo que el total de su cumplimiento sumen el 15%:

- Spas: **2.5%**
- Saunas: **2.5%**
- Gimnasio: **2.5%**
- Área de comida con menú saludable: **2.5%**
- Espacios verdes: **2.5%**
- Piscinas: **2.5%**

**Diversidad de productos y servicios que incluyan el bienestar.** La ponderación correspondiente para este parámetro se considera un **12%** puesto que con la existencia de diversidad en la oferta de los productos y servicios de bienestar, se complementa con los parámetros antes mencionados para poder brindar un mejor servicio y ser un destino capaz de competir con los demás destinos reconocidos de bienestar y satisfacer la demanda que busca este tipo de turismo. Si la ciudad no cuenta con las suficientes actividades y establecimientos no será lo suficientemente atractivo hacia el turista. Se pondera de la siguiente manera siendo que el total de su cumplimiento sumen el 12%:

- Tratamientos estéticos: **1.09%**
- Tratamientos de belleza: **1.09%**

- Tratamientos corporales: **1.09%**
- Tratamientos de masajes: **1.09%**
- Tratamientos de acupuntura: **1.09%**
- Balnearios: **1.09%**
- Baños de aguas termales: **1.09%**
- Terapias como la hidroterapia, talasoterapia: **1.09%**
- Saunas: **1.09%**
- Retiros como los espirituales, yoga o meditación – mindfulness: **1.09%**
- Sesiones en centros fitness: Zumba, pilates aguafitness: **1.10%**

**Características de los centros donde se ofertan los servicios de bienestar.**

La ponderación para este parámetro corresponde al **12%** puesto que va de la mano con los establecimientos donde se ofertan los productos y servicios mencionados en el parámetro anterior, juntos son de importancia para que los turistas acudan y se sientan a gusto con lo ofrecido, debido a que a pesar de la existencia de estos establecimientos si no se cumplen con las características requeridas por la demanda, el lugar no brindará un servicio competente y el turista no se llevará una buena impresión de dicho lugar. Se pondera de la siguiente manera siendo que el total de su cumplimiento sumen el 12%:

- Que los centros estén totalmente limpios: **1.8%**
- Que los centros cuenten con las medidas de bioseguridad necesarias para el desarrollo de las actividades: **1.7%**
- Que la accesibilidad de los espacios sea para toda la familia: **1.7%**
- Que los horarios sean extendidos: **1.7%**
- Que los espacios sean seguros: **1.7%**

- Que los centros se encuentren aclimatados: **1.7%**
- Que el entorno donde se encuentre el centro sea atractivo a la vista:  
**1.7%**

**Tabla 5***Parámetros de la ciudad de Guayaquil en el destino de bienestar. Parte 1*

<b>Parámetros</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Observación</b>
Contar con financiamiento para poder desarrollar los proyectos y las actividades ofrecidas	<b>23%</b>	Puntuación alcanzada: 23	El destino cumple con todos los criterios requeridos
Perfil del personal que brinda los servicios de bienestar	<b>20%</b>	Puntuación alcanzada: 10	Dentro de los dos criterios para este parámetro el destino cumple parcialmente con ellos
Distancia y uso de tecnologías (distractores)	<b>18%</b>	Puntuación alcanzada: 12	El destino cumple parcialmente con los criterios debido a que no cuenta con los suficientes establecimientos para el bienestar cercanos y fuera del ruido de la ciudad

*Nota.* Tabla que representa los parámetros que la ciudad de Guayaquil debe de cumplir para ser un destino potencial de bienestar.

Fuente: elaboración propia

**Tabla 6***Parámetros de la ciudad de Guayaquil en el destino de bienestar. Parte 2*

<b>Parámetros</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Observación</b>
Renovación de la infraestructura de los establecimientos de alojamiento	<b>15%</b>	Puntuación alcanzada: 7,5	No todos los establecimientos de hospedaje cumplen con los criterios de este parámetro, solo las grandes cadenas hoteleras
Diversidad de productos y servicios que incluyan el bienestar	<b>12%</b>	Puntuación alcanzada: 10,91	El destino cumple parcialmente con los criterios establecidos debido a que no cuenta con baños de aguas termales
Características de los centros donde se ofertan los servicios de bienestar	<b>12%</b>	Puntuación alcanzada: 8,6	El destino no cumple con ciertos criterios como contar con horarios extendidos y contar con seguridad
<b>Porcentaje de cumplimiento</b>	<b>100%</b>	<b>72,01%</b>	El destino cumple con el 72,01% de los parámetros establecidos

*Nota.* Tabla que representa los parámetros que la ciudad de Guayaquil debe de cumplir para ser un destino potencial de bienestar.

Fuente: elaboración propia.

## **Interpretación de la matriz**

Las calificaciones obtenidas de los parámetros establecidos en la matriz se los midió de acuerdo a la oferta que tiene la ciudad de Guayaquil en cuenta a cada variable especificada. Siendo de la siguiente manera:

### ***Contar con financiamiento para poder desarrollar los proyectos y las actividades ofrecidas***

El puntaje obtenido en dicho parámetro es el total de puntos establecidos: 23, debido a que el destino cumple con todos los criterios requeridos que son las dos variables: contar con entidades bancarias públicas y privadas para el financiamiento de las actividades o establecimientos de bienestar.

### ***Perfil del personal que brinda los servicios de bienestar***

El puntaje obtenido en dicho parámetro es 10 de los 20 puntos requeridos, debido a que no todo el personal está capacitado y cuenta con certificaciones para demostrarlo o no todo el personal es pulcro, amable y cordial al momento de ofrecer los servicios; Por lo que se considera la mitad de puntos de cada variable siendo: cinco puntos para si el personal está capacitado y cuenta con certificaciones para demostrarlo, y cinco puntos para si todo el personal es pulcro, amable y cordial al momento de ofrecer los servicios.

### ***Distancia y uso de tecnologías (distractores)***

El puntaje obtenido en dicho parámetro es 12 de 18 puntos, debido a que cumple parcialmente con las variables. Siendo que hay lugares cercanos a la ciudad donde se ofertan los servicios de bienestar, sin embargo, la mayoría de estos están dentro de la ciudad y por lo tanto tampoco cumple completamente con encontrarse fuera del ruido de la ciudad, con lo que se le da la mitad de puntos a la variable: lugares cercanos a la ciudad con tres puntos; la mitad de puntos para lugares que se encuentren fuera del ruido de la ciudad con tres puntos. Para la variable: acceso parcial o total a tecnologías su puntaje es de seis puntos.

### ***Renovación de la infraestructura de los establecimientos de alojamiento***

El puntaje obtenido en dicho parámetro es 7.5 de 15 puntos siendo la mitad de los puntos requeridos, ya que los establecimientos que cuentan con este tipo de facilidades son las grandes cadenas hoteleras en la ciudad de Guayaquil, sin embargo, la mayoría de los establecimientos de alojamiento con cuentan o cuentan en su parcialidad con las variables requeridas como: spas, saunas, gimnasio, área de comida con menú saludable, espacios verdes o piscinas.

### ***Diversidad de productos y servicios que incluyan el bienestar***

El puntaje obtenido en dicho parámetro es 10.91 de 12 puntos, ya que de todas las actividades de bienestar que se requieren para el cumplimiento de este parámetro la ciudad de Guayaquil no cumple con uno, siendo este los baños de aguas termales, por lo que se le resta el puntaje de esa variable teniendo en cuenta que el valor de la variable es 1.09 puntos.

### ***Características de los centros donde se ofertan los servicios de bienestar.***

El puntaje obtenido en dicho parámetro es 8.6 de 12 puntos, ya que de todas las variables establecidas la ciudad de Guayaquil no cuenta con que los horarios sean extendidos y así mismo, no cuenta con seguridad en todos los establecimientos, con lo que restando los puntajes establecidos por las variables siendo 1.7 puntos por cada uno, da un total de 8.6 puntos.

Finalmente, sumando los puntos obtenidos por parámetros, se puede determinar que la ciudad de Guayaquil cumple con el 72,01% de los puntos establecidos para considerarse como destino de bienestar.

### **Conclusión de la matriz**

Como se observa en la matriz, los resultados determinados por los parámetros en base a la demanda y la oferta sobre los productos o actividades de bienestar demuestran que la ciudad de Guayaquil cumple con cierta parte de los criterios establecidos por los parámetros.

No todos los establecimientos del destino están adecuados a las necesidades de la demanda como contar con seguridad en cada centro, o que estos cuenten con horarios extendidos para que las personas que tenga su tiempo limitado por las diferentes obligaciones como el trabajo o estudio puedan acceder sin problema a estos centros; Así mismo, hace falta por parte del personal evidencia de certificaciones que acrediten los servicios ofrecidos, y se necesita por parte de la demanda que todo el personal que labora en el sector turístico y de bienestar cumpla con características como ser amables, empáticos y brindar hospitalidad a los clientes.

Del mismo modo, la ciudad carece de ciertos establecimientos que cumplan con encontrarse cerca y al mismo tiempo fuera del ruido de la ciudad, puesto que la mayoría de hoteles, spa, centros fitness se encuentran justo la urbe de esta, a excepción de establecimientos como Novavita que ofrecen una gran variedad de actividades relacionadas al bienestar y se encuentra en Vía a la costa, no tan cerca de la urbe y perfecta por poder acceder fácilmente; Establecimientos para hacer retiros espirituales, de meditación o yoga también se los puede encontrar en Vía a la costa. Así mismo, estos establecimientos cuentan con una buena calidad de señal perfecto para el uso de los dispositivos electrónicos.

La evaluación de los parámetros determina que la ciudad de Guayaquil cumple con el 72,01% de los criterios establecidos, con lo que finalmente se puede identificar que la ciudad cuenta con la potencialidad para ser un destino de bienestar puesto a que el porcentaje es un valor positivo superando más de la mitad de lo requerido para determinar si un destino cuenta o no con el potencial para realizar turismo de bienestar.

## **Conclusiones**

El turismo de bienestar es uno de los tipos de turismo que más rápido crece y el que más ingresos económicos trae en un destino debido a la creación y alianzas estratégicas de diferentes servicios que juntos forman una gran oferta en la cual el turista genera gastos por invertir en su salud tanto emocional como física dentro de su viaje.

La implementación de los productos o actividades relacionadas al bienestar en los destinos se ve como una opción por los lugares la cual aprovecha los acontecimientos actuales como la pandemia del Covid – 19 que han cambiado la forma de pensar y de vivir del turista que busca mantener el bienestar en todo momento, por lo que es de gran interés por parte de las ciudades que deseen aumentar sus ingresos económicos y mejorar la reputación del lugar.

Este tipo de turismo motiva al turista viajar hacia los diferentes lugares donde ofrezcan servicios de bienestar, Guayaquil tiene una gran oportunidad debido a que es un destino de interés por parte de los ciudadanos tanto mujeres como hombres que hayan cumplido su mayoría de edad y se encuentran en un estrato social medio – alto, así mismo por turistas interesados en realizar actividades de bienestar.

La ciudad se encuentra bien encaminada a ser un destino de turismo de bienestar con un cumplimiento del 72,01% de los parámetros lo cual le permite considerarse como destino potencial, porcentaje que ofrece un importante punto de referencia para determinar que debe desarrollarse en este tipo de turismo; Guayaquil necesita evolucionar e implementar ciertos cambios para poder ser realmente competitivos y ubicarse en el mapa de los destinos de bienestar.

## **Recomendaciones**

Para que el desarrollo del turismo de bienestar en la ciudad de Guayaquil logre cumplir con todos o la mayoría de los parámetros que definen a un destino como potencial destino de bienestar es necesario que se lleven a cabo ciertos cambios los cuales se recomienda que el destino diversifique la oferta turística creando alianzas con los diferentes tipos de comercios que les permita brindar bienestar a sus turistas como los centros de spa, balnearios, entre otros.

También deben de mejorar las infraestructuras de los hoteles de la ciudad para que puedan estar aptos para ofertar de manera eficiente el turismo de bienestar como la implementación de spas, gimnasios, áreas verdes, piscinas, saunas, entre otros. Así mismo asegurarse de que todo el personal cuente con certificaciones que demuestren que son aptos y están calificados para ofrecer los servicios.

Otra recomendación que surge de la necesidad de la demanda es que los establecimientos donde se oferten los servicios de bienestar les permita acceder a diferentes horas, por lo que es necesario que cuenten con horarios extendidos. Y por último, agregar seguridad en las diferentes instalaciones como guardianía que vele por la seguridad de sus clientes y estos se sientan tranquilos y puedan tener una mejor experiencia de bienestar.

## Referencias

- Andrade, T. (2016). Perfil del turista que visita la ciudad de cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad. Obtenido de: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26148/1/Proyecto%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Andreu, M., Font-Barnet, A., Roca, M. (2021). Wellness Tourism—New Challenges and Opportunities for Tourism in Salou. Obtenido de: <file:///Users/dayannazamoramoreira/Downloads/sustainability-13-08246-v2.pdf>
- Cruz, M., Peña M. (2021). Análisis del nivel de aceptación de los Guayaquileños para realizar actividades relacionadas al enoturismo en modalidad virtual. Obtenido de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/17262/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-618.pdf>
- De La A, N. (2022). Estudio para la inclusión del turismo industrial en la oferta turística de Guayaquil. Obtenido de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/18089/1/T-UCSG-PRE-ESP-TUR-5.pdf>
- Diez, V. (2019). El modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos: vigencia, críticas y adaptaciones al modelo Butler. Tomado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/235204367.pdf>
- Franco, A., Giraldo, C., López, L., Palmas, Y. (2019). Modelos turísticos desde la teoría general de sistemas. Obtenido de: <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=906003110081095001095067065082095066060078093038088005118066116066006073095017121065018054125121048100034099102122101083091075047019027054010112023110096083004008024069002010096006121066068001109110122007107124088102068026116021093117072124124083002107&EXT=pdf&INDEX=TRUE>

- García, B., Reinares, E. y Armelini, G. (2013). Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. Obtenido de: <file:///Users/dayannazamoramoreira/Downloads/DialnetCicloDeVidaDeLosDestinosTuristicosYEstrategiasDeCo-4261295.pdf>
- Global Wellness Institute (2018). Global Wellness Tourism Economy. Obtenido de: [https://globalwellnessinstitute.org/wpcontent/uploads/2018/11/GWI\\_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wpcontent/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf)
- Global Wellness Institute (2021). The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID. Obtenido de: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2021/11/GWI-WE-Monitor-2021\\_final-digital.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2021/11/GWI-WE-Monitor-2021_final-digital.pdf)
- Gunn, A., Var, T. (2002). Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. Obtenido de: [https://books.google.com.ec/books?id=6S6e44VhObMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=6S6e44VhObMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Ibarra, E., Domínguez, R. (2017). La psicología positiva: Un nuevo enfoque para el estudio de la felicidad. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199551160035.pdf>
- INEC (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. Obtenido de: <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?BASE=CPV2010>
- Khaw, D., Kern, M. (2015). A Cross-Cultural Comparison of the PERMA Model of Well-being. Obtenido de: [https://www.peggykern.org/uploads/5/6/6/7/56678211/khaw\\_\\_kern\\_2015\\_-\\_a\\_cross-cultural\\_comparison\\_of\\_the\\_perma\\_model\\_of\\_well-being.pdf](https://www.peggykern.org/uploads/5/6/6/7/56678211/khaw__kern_2015_-_a_cross-cultural_comparison_of_the_perma_model_of_well-being.pdf)
- Kun, A., Balogh, P., Gerákné, K. (2017). Desarrollo del Cuestionario de Bienestar Relacionado con el Trabajo Basado en el Modelo PERMA de Seligman. Obtenido de:

file:///Users/dayannazamoramoreira/Downloads/9326-Article%20Text%20PDF-24202-2-10-20161222.en.es%20(1).pdf

López P., Fachelli S. (2016). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. Obtenido de: [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)

Lupano, M., Castro, A. (2010). PSICOLOGÍA POSITIVA: ANÁLISIS DESDE SU SURGIMIENTO. Obtenido de: [http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1688-42212010000100005#Seligman3](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-42212010000100005#Seligman3)

MINTUR (6 de Mayo de 2022). Entradas y Salidas internacionales. Obtenido de: <https://servicios.turismo.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales>

Muñoz, M. (2020). 5.28 EMPRENDIMIENTO COMO FACTOR PARA EL AUMENTO DE LA DEMANDA EN EL MERCADO INTERNACIONAL DEL TURISMO DE BIENESTAR EN EL ECUADOR. EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: OPORTUNIDADES PARA TODOS. Obtenido de: [https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Garcia-Rojas/publication/348083473\\_Formacion\\_academica\\_e\\_iniciativa\\_emprendedora\\_de\\_los\\_estudiantes\\_de\\_educacion\\_superior\\_tecnologica/links/604562424585154e8c83bf6d/Formacion-academica-e-iniciativa-emprendedora-de-los-estudiantes-de-educacion-superior-tecnologica.pdf?\\_sg%5B0%5D=started\\_experiment\\_milestone&origin=journalDetail#page=895](https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Garcia-Rojas/publication/348083473_Formacion_academica_e_iniciativa_emprendedora_de_los_estudiantes_de_educacion_superior_tecnologica/links/604562424585154e8c83bf6d/Formacion-academica-e-iniciativa-emprendedora-de-los-estudiantes-de-educacion-superior-tecnologica.pdf?_sg%5B0%5D=started_experiment_milestone&origin=journalDetail#page=895)

Papaqui, A., García, A., Piñón, M. (2021). Inventario de dos centros de aguas termales con un enfoque de turismo de bienestar en Puebla. Obtenido de: <file:///Users/dayannazamoramoreira/Downloads/34-Texto%20del%20art%C3%ADculo-106-1-10-20210420.pdf>

- Sempere, J., Acosta, A., Abdallah, S., Ortí, M. (2010). Enfoques sobre bienestar y buen vivir. Tomado de: [https://www.fuhem.es/media/ecosocial/File/Dossieres/Dossier%20bienestar%20y%20buen%20vivir\\_jul10.pdf](https://www.fuhem.es/media/ecosocial/File/Dossieres/Dossier%20bienestar%20y%20buen%20vivir_jul10.pdf)
- Socatelli, M. (2013). La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. Obtenido de: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. Obtenido de: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Vásquez, E. (2016). Mindfulness: Conceptos generales, psicoterapia y aplicaciones clínicas. Obtenido de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/rnp/v79n1/a06v79n1.pdf>
- Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A. y Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. Obtenido de: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones\\_Turisticas\\_05\\_01.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones_Turisticas_05_01.pdf)
- Vázquez, G., Pérez, L., Martínez, R. (2012). Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso: Una comparación de estudios de caso. Tomado de: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39824503011.pdf>
- Vázquez M. (2017). MUESTREO PROBABILÍSTICO Y NO PROBABILÍSTICO. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>

## Apéndice A

### Modelo De La Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la potencialidad de Guayaquil como destino de bienestar. Se entiende por turismo de bienestar a un viaje asociado con la búsqueda de mantener o mejorar el bienestar personal, esto puede ser físico o mental. Las actividades pueden ser espirituales, físicas o psicológicas, pero todas promoverán la salud de alguna manera.

#### Indique su edad

18 – 30 años ( )    31 – 40 años ( )    41 – 52 años ( )    53 años en adelante ( )

#### Indique su género

Femenino ( )    Masculino ( )    Prefiero no decirlo ( )

#### ¿Estaría dispuesto a realizar actividades de bienestar en la ciudad de Guayaquil?

Si ( )    No ( )

#### ¿Qué tipo de actividades relacionadas al bienestar preferiría realizar? (seleccionar todas las que desee).

Actividades	X
Baños de aguas termales	
Saunas	
Retiros de yoga/espirituales/meditación	
Tratamientos de spa de masajes	
Tratamientos de acupuntura	
Tratamientos de belleza en spa	
Asistir a sesiones en centros fitness como sesiones de zumba, pilates, aquafitness	

Otros: \_\_\_\_\_

**¿De qué manera le gustaría practicar estas actividades de bienestar?  
(seleccionar una)**

<b>Manera de practicar las actividades</b>	<b>X</b>
Irse a espacios rurales o totalmente aislados de los centros urbanos y sin acceso a tecnologías (distractores)	
Irse a espacios cercanos de la ciudad y con cierto acceso a tecnologías.	
Irse a lugares fuera del ruido de la ciudad y con acceso total a tecnologías.	
Irse a los centros de spa urbanos que se encuentren en la mitad de la ciudad.	

**¿Qué necesidades son esenciales para usted que estos lugares en donde se ofrezcan las actividades de bienestar cumplan? Marque las 3 que para usted sean más relevantes.**

<b>Necesidades</b>	<b>X</b>
Que el personal esté capacitado y cuente con certificaciones para demostrarlo	
Que el personal sea amable, pulcro y cordial al momento de ofrecer los servicios.	
Que los centros estén totalmente limpios.	
Que los centros cuenten con las medidas de bioseguridad necesarias para el desarrollo de las actividades.	
Que los horarios de los centros sean extendidos.	
Que la accesibilidad de estos espacios sea para toda la familia.	
Que la accesibilidad de estos espacios sea solo para adultos.	



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Zamora Moreira, Dayana Daniella**, con C.C: **0929565208** autora del trabajo de titulación: **Análisis de la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar** previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

**Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2022**

---

Nombre: **Zamora Moreira, Dayana Daniella**

C.C: **0929565208**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

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

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Análisis de la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>Zamora Moreira Dayana Daniella</b>		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Gutiérrez Northia Aline</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Turismo		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado/a en Turismo		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>20 de septiembre de 2022</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>69 páginas</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Bienestar general, Desarrollo económico y Calidad de vida</b>		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Bienestar, Turismo de bienestar, Guayaquil, Oferta turística, Actividades de bienestar.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	El turismo de bienestar es uno de los tipos de turismo que más rápido crece y el cual genera más ingresos económicos en el sector turístico. Su objetivo es mantener o mejorar el bienestar personal del turista durante el viaje con lo cual, las ciudades optan por mejorar la oferta turística e implementar actividades relacionadas al bienestar en sus destinos para atraer al turista. El presente estudio busca determinar la potencialidad de la ciudad de Guayaquil como destino de bienestar, el cual, mediante el análisis de la oferta y la demanda a través de encuestas realizadas a 384 personas que residen y son turistas de la ciudad de Guayaquil y así mismo, mediante el análisis de seis parámetros específicos obtenidos de las encuestas y del marco referencial - teórico, se concluyó que la ciudad de Guayaquil tiene potencial para ser un destino de bienestar cumpliendo con un 72,01% del 100% de los parámetros establecidos, sin embargo, la ciudad necesita mejorar y cumplir con ciertos criterios para poder ubicarse en el mapa como destino de bienestar.		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593998070597	<b>E-mail:</b> dayannadzm@live.com dayana.zamora@cu.ucsg.edu.ec	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana</b>		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			