



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO
“OPERADOR TURÍSTICO VIAJERO
VALIOSO”:**

GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

MARTHA KARINA ROMERO HURTADO

Tutoría por: **VIVIANA JANETH ARROYO BAQUERO**

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas


Guayaquil, Ecuador
Agosto, 2022

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Romero Hurtado Martha Karina** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Operador Turístico “Viajero Valioso: Gerencia de Investigación de mercado”**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Viajero Valioso**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Lucia Barrera, Mónica Mite, María Pala Vergel, María Fernanda Villacis.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



Romero Hurtado Martha Karina

0918002858

Declaro que

Yo, Romero Hurtado Martha Karina en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio Operador Turístico “Viajero Valioso: Gerencia de Investigación de mercado”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Romero Hurtado Martha Karina

0918002858

3. RESUMEN EJECUTIVO.

Viajero Valioso es un proyecto de Operador turístico dedicado a brindar servicios de entretenimiento turístico, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos. Todo esto nace de una necesidad latente del adulto mayor y de sus deseos de sentirse vivo, activo, viajar, conocer nuevos lugares y disfrutar al compartir con sus pares; cabe recalcar que no se han encontrado operadores turísticos enfocados en este nicho específico. Los lugares de destinos fueron correctamente identificados y testeados en el estudio de mercado con el fin de ofrecer alternativas atractivas y de fácil acceso. Así mismo entre las características del servicio está el manejo de grupos de 12 a 15 personas, visitas pausadas, distancias cortas, guía turística y acompañamiento de una enfermera durante el recorrido.

El equipo está conformado por personas con experiencia en el sector turístico y personas con experiencia en servicio de calidad, buen trato y amabilidad.

Nuestro nicho objetivo son adultos mayores hombres y mujeres entre 60 y 84 años, generación conocida como los “Baby Boomers”, con un estrato económico B y C+, por ello se obtiene el número de 99.443 personas, por tal motivo la muestra calculada es de 383 encuestas y de las cuales el 96,8% de los encuestados les gusta viajar dentro del país, el 91% de los adultos mayores están dispuestos a contratar un servicio exclusivo de entretenimiento; en el segundo estudio de validación se muestra que al 95.9% de los encuestados les gusta realizar paseos por un día. Nuestro cálculo de la demanda se obtiene con un número total de personas de 5,675 anuales, y según las estadísticas el crecimiento del turismo en el Ecuador en el año 2021 fue del 25% y un 17% de crecimiento en el Continente Americano; por ello hemos proyectado un crecimiento en nuestra demanda del 10% anual siendo conservadores.

El nicho de mercado de adultos mayores está en expansión y en nuestro proyecto consideramos al adulto mayor como un “adulto valioso”, a quien ofreceremos vivir nuevas experiencias, y con acceso al turismo local. Lo más importante para nuestro proyecto es ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad y generar emociones positivas para que continúen viajando con nosotros, por lo tanto, definimos nuestro slogan como **“La Libertad de Viajar”**.

Tanto en el estudio de mercado y de marketing identificamos los servicios que brinda la

competencia, al mismo tiempo seleccionamos a proveedores con un alto estándar de servicio, guías turísticos con experiencia en turismo local y con gran habilidad y trato con el adulto mayor; al mismo tiempo seleccionamos enfermeras que nos acompañarán durante los viajes, quienes estarán pendientes de cualquier necesidad médica que se presente. Referente a los lugares y comunidades a visitar se han diseñado rutas accesibles, con un tiempo máximo de viaje de 01H30, con la finalidad que el recorrido sea corto y puedan disfrutar de la naturaleza y actividades detalladas en el itinerario, estableciendo el precio de venta considerando los costos regulares y el poder adquisitivo recabado en la encuesta, ya que más del 59.2% de los encuestados están dispuestos a pagar por un paseo de un día un rango de \$66,00 a \$80,00; por tal motivo, nuestro precio de venta está fijado en \$ 70,00 por persona por cada viaje, el mismo que incluye: transporte, guía turístico, almuerzo, bebidas, actividades varias en cada opción de destino, asistencia con una enfermera durante el viaje y con las siguientes rutas turísticas: “escape ruta del cacao hacienda las Cañas” en Naranjal, escape a la hacienda la Gerarda “manada equina” en Chongón, escape Nobol “Santuario Nacional de Santa Narcisa de Jesús”, escape a balneario general Playas Villamil, escape a Bucay en Pachakay hacienda San Rafael.

Nuestra estrategia corporativa se basa en “Calidad de servicio, seguridad, seriedad, comodidad, tranquilidad” y “enfocados en un nicho específico de adultos mayores”. Nuestra fortaleza competitiva está en las alianzas estratégicas con nuestros colaboradores, proveedores y los diferenciales que harán de Viajero Valioso la mejor opción turística para los clientes adultos mayores; será de vital importancia concretar acuerdos con nuestros proveedores fijando costos especiales como operador, brindando calidad en los servicios durante la estadía en el lugar turístico y con el cumplimiento de tiempos ofertados.

Llegaremos a nuestros clientes a través de un equipo comercial de ventas directas, por medio de canales digitales, y realizando convenios con geriátricos, asociaciones de jubilados, clubes de jubilados, entre otros; contamos con un plan de marketing agresivo con el fin que exista conocimiento de la marca y la empresa se pueda posicionar en la mente del consumidor directo que es el adulto mayor e indirecto que sería su círculo familiar; el presupuesto anual para el plan de marketing se fija en \$15.000,00.

Nuestra visión es ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible para la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el adulto mayor; bajo esta misión nuestro objetivo es determinar la viabilidad operativa, administrativa y financiera de nuestro segmento de mercado, para

crecer económicamente como operador turístico; a través de las ventas de oferta turística, con altos estándares de servicio y calidad y así mantener la confiabilidad y lealtad comercial de nuestros clientes.

La inversión inicial tendrá una fuente de financiamiento al 100% por el aporte del capital de accionistas, por lo que no se realizarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto. Inicialmente se recibirán pagos en efectivo y transferencias, definiendo como días de Cobro y pagos (1) y cero días de inventario.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio, se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de \$397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49 hacemos de “Viajero Valioso” un proyecto viable.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Lucía Barrera, Karina Romero, Mónica Mite, María Paola Vergel, María Fernanda, y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Operador Turístico Viajero Valioso”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. PALABRAS CLAVE

Turismo tercera edad, adultos mayores, viajes tercera edad, actividades recreativas para adultos mayores, entretenimiento para adultos mayores.

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta de modelo de negocio “Viajero Valioso”, nace de las ideas de un trabajo colaborativo conformado por un grupo de cinco integrantes, bajo las consideraciones éticas y el respeto a la propiedad intelectual.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

1. PORTADA.....	1
2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	4
4. PALABRAS CLAVES	6
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	6
6. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	7
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	8
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.....	9
8.1 OBJETIVO GENERAL.....	9
8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	10
9.1 GERENCIA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	10
9.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	13
9.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
9.1.3 POBLACIÓN.....	14
9.1.4 MUESTRA.....	14
9.1.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
9.1.6 DESARROLLO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN (ENCUESTAS, ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD, GRUPOS FOCALES)	15
9.1.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
9.2 ANÁLISIS DE LAS 5 CS.....	28
9.2.1 CONTEXTO.....	28
9.2.2 CLIENTES.....	37
9.2.3 COMPETENCIA.....	38
9.2.4 COLABORADORES.....	38
9.2.5 COMPAÑÍA.....	39
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42
12. ANEXOS.....	43

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Nuestra propuesta nace de la falta de opciones de entretenimiento turístico orientado o dirigido a las preferencias y necesidades de adultos mayores. Nuestro nicho objetivo cuenta con el tiempo suficiente para el disfrute de diversas actividades turísticas de entretenimiento, sin embargo, en nuestro medio no existe una oferta especial diseñada para ellos. Por eso nos preguntamos ¿Cómo ofrecer un servicio turístico para que el adulto mayor se relacione con otras personas, se mantenga activo, entretenido y seguro de acuerdo con sus necesidades? Nosotros visualizamos la oportunidad de negocio, apegándonos al cumplimiento de las normativas establecidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador y a una investigación de las características generales del turismo para el adulto mayor.

Según la teoría del ciclo de vida familiar en la etapa de retiro las personas mayores tienen menos obligaciones familiares al haberse emancipado los hijos, lo que, unido a la jubilación o retiro del mercado laboral, les deja más tiempo libre para el disfrute del ocio en general. En este sentido, en comparación con grupos de edad más jóvenes, los mayores realizan frecuentemente viajes de mayor duración, fuera de temporada alta y muestran mayor preocupación por cuestiones de seguridad en sus viajes (PATTERSON, 2006: 4). Se considera habitualmente que algunas variables demográficas y socioeconómicas como la edad, el género, el estado de salud, nivel de ingresos y la situación familiar condicionan el consumo de las personas en general. Estas variables se pueden calificar de objetivas, a las que se añaden otras variables subjetivas como son los valores y actitudes personales (BÓDALO, 2003: 93). Entre las barreras más importantes para acceder al turismo en general destaca el tiempo libre y una capacidad presupuestaria suficiente (MU: &IZ, 2001; NYAUPANE et al., 2008).

Debemos tener en cuenta que las personas mayores no constituyen un gran grupo homogéneo. En relación con la demanda turística se puede observar cierta heterogeneidad dentro del grupo de personas mayores, siendo posible segmentar este colectivo en grupos más homogéneos con diferentes comportamientos turísticos en base a sus motivaciones turísticas (SHOEMAKER, 1989; BOKSBERGER y LAESSER, 2009) o sus necesidades y estilos de vida (MOSCHIS y ÜNAL, 2008). Las próximas generaciones de mayores “baby boomers” se caracterizan normalmente como más activos, con mayores niveles de formación y, sobre todo, más viajeros (PATTERSON, 2006). Estas nuevas generaciones de mayores tienen más experiencia viajera que las generaciones previas, por lo que es posible

que las experiencias demandadas en sus viajes en la etapa de retiro presenten rasgos diferentes a las generaciones anteriores. Los cambios generacionales pueden tener efectos importantes en los destinos turísticos que tradicionalmente han contado con una importante demanda entre las personas mayores, ya que las nuevas generaciones de mayores probablemente se inclinen por otros destinos (OPPERMANN, 1995; PRIDEAUX, 2007).

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar un modelo de negocio como Operador Turístico identificado como Viajero Valioso. Nuestra oferta turística presenta cinco opciones de destino que, de acuerdo con el estudio de mercado realizado, cumplen con las preferencias de viajes cortos, contacto con la naturaleza, clima agradable de acuerdo con las preferencias de nuestro segmento de mercado. Más que turismo ofrecemos un servicio de entretenimiento enfocado en el adulto mayor, para que puedan socializar, compartir con sus pares y mantenerse activos viviendo nuevas experiencias en esta etapa de su vida. De acuerdo con esto presentamos nuestra propuesta de valor: “Viajero Valioso” que te ofrece los mejores paquetes turísticos locales, lugares hermosos, viajes cortos, experiencias con personas afines generacionalmente y en contacto con la naturaleza. Tendrás un viaje cómodo, seguro, disfrutarás de alimentación típica del lugar visitado, asistencia médica con una enfermera y la guía de un profesional de turismo que permitirá que tengas un viaje memorable.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO “VIAJERO VALIOSO”

8.1. Objetivo general

Brindar entretenimiento turístico enfocados en adultos mayores; con un excelente servicio que brinde asesoría y organice viajes, que motiven al cliente para realizar diversas actividades de ocio y entretenimiento en nuestras rutas turísticas.

8.2. Objetivos específicos

- Diseñar y organizar rutas turísticas, ofreciendo una atención y gestión adecuada a las necesidades de nuestro nicho de clientes.
- Cumplir los protocolos y políticas de Viajero Valioso, entregando una oferta turística de calidad, efectiva y segura, cubriendo las necesidades de nuestros clientes.
- Fortalecer nuestra marca en el sector, ser reconocidos como un Operador Turístico enfocado en el adulto mayor garantizando la rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

- Ser para nuestros clientes la mejor opción de servicio turístico para adultos mayores, que marque la diferencia y nos recuerden como su operador turístico de confianza.
- Ampliar nuestro catálogo de destinos turísticos, al menos con 4 destinos adicionales, en un lapso no mayor a 12 meses que sean del interés de nuestros clientes.

9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

A través de Design thinking desarrollamos el customer journey map, donde se detalló las fases del proceso de experiencia del cliente, en base a esto se formuló el desarrollo técnico de la propuesta. El nicho de mercado que hemos encontrado va dirigido a hombres y mujeres adultos mayores, entre 60 y 84 años de edad, con un estrato económico B y C+ los mismos que son activos e independientes en sus finanzas y a quienes les gusta viajar y destinar un presupuesto para viajes y entretenimiento. Los principales hallazgos de información obtenida en la investigación de mercado se centraron en que están deseosos de conocer nuevos entornos, interactuar con más personas, realizar algo distinto y ocupar su tiempo libre en diversas actividades que los haga sentirse vivos, disfrutar momentos de ocio y vivir nuevas experiencias a plenitud. Además, buscan un equilibrio entre calidad y precio, que estos viajes sean accesibles, que les otorguen un buen trato, realizar viajes cortos y que tengan un clima agradable en donde desenvolverse.

En la investigación de mercado realizada, todos los participantes coinciden que para contratar una empresa que brinde servicio de entretenimiento turístico esta debe ser seria, tener seguridad jurídica, cumplir con el contrato; que para disfrutar del viaje deben ofrecer tranquilidad, calidad en el servicio, y contar con seguridad en el lugar que visitarán. Ninguno de ellos ha escuchado de un servicio de entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor; es por esto, que nuestra fortaleza competitiva está en las alianzas estratégicas con nuestros proveedores, con quienes nos aseguraremos que cuenten con las seguridades, espacios, adecuaciones para que nuestros adultos mayores se sientan seguros y confortables disfrutando de un día agradable y los diferenciales que hacen de Viajero Valioso la mejor opción turística para el segmento de adultos mayores, ya que van interactuar con personas de su misma edad, contarán con un guía totalmente capacitado y con toda la experiencia en tratar a esta generación, quien los acompañará en todo el trayecto y mostrará el lugar que están visitando, también, tendrán la asistencia de una enfermera profesional desde el inicio, durante y fin del viaje, estará atenta a sus necesidades en cuanto a medicamentos, situación o malestar que presenten. Para fijar los precios se investigó el mercado y se manejarán costos basados en valores referenciales de costo del producto de \$48,00, con un margen de

utilidad de 31,43%, y un precio de venta de \$70,00, ya que los adultos mayores están dispuestos a pagar por este servicio hasta \$100,00 y el 59,51% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$66,00 a \$80,00 dólares. Viajero Valioso dentro de su estrategia promocionará sus servicios a través del marketing digital (redes sociales y página web) para posicionar su marca y establecer una cercanía con sus potenciales clientes a través de: Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp y también el marketing tradicional, prensa y radio. Así también contará con personal comercial quienes realizarán ventas personalizadas, se gestionarán alianzas estratégicas con: empresas privadas, geriátricos, asilos de ancianos, asociaciones y clubes de jubilados.

Somos una empresa que brinda un servicio de entretenimiento turístico para el adulto mayor y como base de diseño de producto tenemos paquetes turísticos con cinco destinos locales. El proceso de producción se plasma en el flujo del servicio, tanto de venta presencial como a través de la web, donde se destaca la asesoría permanente y acompañamiento de personal calificado de la empresa, durante todas sus etapas, desde la elección del destino, hasta la prestación del servicio.

La capacidad productiva de Viajero Valioso se determina en base a la demanda del nicho identificado, esto es 9.944 clientes potenciales, lo que nos da como resultado la cobertura de 5 viajes por día a cualquiera de las 5 rutas disponibles.

Nuestra Página Web está diseñada con fácil acceso, se presupuestó un CRM para registrar SAC y un ERP para integrar trámites administrativos. Nuestro punto de atención al cliente estará ubicado en una oficina coworking en el centro comercial Alban Borja, por ser un lugar de distracción tradicional de la ciudad y debido al potencial de clientes en la zona al encontrarse junto a un centro gerontológico; cuenta con espacios distribuidos de acuerdo a las necesidades de la operación y con una distribución en vertical.

La estructura de costos para la producción del servicio se compone de software, equipos, costos indirectos, costos variables, muebles y enseres, lo que da un valor total de \$8.924,00, el plan de inversión es de \$9.191,50.

El proyecto Viajero Valioso evaluará su vida útil en períodos de 5 años.

Nuestra identidad corporativa tiene como misión ser una empresa ecuatoriana que brinda servicios de entretenimiento turístico, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias, ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos; así mismo nuestra visión en el tiempo es lograr ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible con la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el

adulto mayor. Los valores corporativos que tenemos son el respeto, calidad, honestidad, responsabilidad, ética, trabajo en equipo y puntualidad.

Se utilizaron fuentes claras y fáciles de memorizar, que transmiten alegría, gozo, claridad y creatividad y como valor agregado el slogan *“La libertad de viajar”*. En cuanto a la estructura de nóminas se contratarán 7 talentos de áreas operativas, comerciales, y administrativas. Se aplicará una estructura organizacional “funcional”, jerárquica, a su vez definiendo KPI’s financieros, operativos, servicio y tecnológicos. Se definieron los stakeholders internos y externos como base para el desarrollo de programa de RSE que también forma parte de nuestros valores corporativos. Se implementarán programas de RSE destinados a cada grupo de interés. Para los Stakeholders internos diseñamos el Programa Educación Valiosa para colaboradores e hijos y seguro médico co-pagado para colaboradores; para los stakeholders externos tenemos el programa “Mi huella verde” orientado a la comunidad turística y a nuestra comunidad digital. Nuestros programas se alinean con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible: ODS #4 Educación de calidad, ODS #3 Salud y bienestar y ODS #15 Vida de Ecosistemas terrestres.

El proyecto tendrá como estructura jurídica la figura de Persona Jurídica de derecho privado denominada “Sociedad por Acciones Simplificadas – SAS”. De acuerdo al Art 18, el proyecto turístico Viajero Valioso se clasifica como Operador e Intermediación Turística; se contempla regular la empresa por propiedad intelectual para preservar la marca, el nombre, el logo y slogan por medio del SENADI, además de cumplir las regulaciones del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, “COMEXI” y la protección de datos personales: información sensible y de confidencialidad.

Viajero Valioso aplicará a sus colaboradores un contrato de trabajo con relación de dependencia a “plazo fijo” por 1 año con período de prueba de 90 días. Se establecerán acuerdos por escrito con los proveedores, a fin de garantizar la calidad del servicio ofrecido y suscribirá un contrato de servicio con el cliente determinando condiciones enmarcadas en la Ley Orgánica de defensa del consumidor.

El plan de inversión es importante porque nos permite tener un mapa de ruta que marque el camino que habrá de tener el dinero dentro de la gestión financiera. La inversión inicial con los que se debe de contar para poder implementar el negocio es de \$ 9.151,00 y tendrá una fuente de financiamiento al 100% por aporte de capital de los socios; por ello no se realizarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto. Inicialmente el cliente realizará pagos en efectivo y transferencias previas a la prestación del servicio turístico, y en relación a los proveedores el pago se realizará un día antes o durante la prestación del servicio, por

lo cual se define como días de cobro y pagos (1) y cero días de inventario.

El capital de trabajo evaluado debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades inmediatas y así evitar atrasos en la operatividad de la empresa.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio; se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de \$397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49 se concluye que Viajero Valioso es un proyecto viable. Se presentan tres escenarios de sensibilidad todos negativos para la empresa, por ende, debemos cuidar y reforzar las estrategias para que el proyecto se mantenga viable y rentable en el tiempo.

9.1. GERENCIA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

9.1.1. Objetivo General

Evaluar la aceptación de un servicio de entretenimiento turístico, dirigido a los adultos mayores que residen en la ciudad de Guayaquil en Ecuador.

9.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar los gustos y preferencias de entretenimiento, paseos y viajes en adultos mayores.
- Determinar la necesidad que tienen los adultos mayores de buscar servicios de entretenimiento.
- Determinar la capacidad de pago del adulto mayor en servicios turísticos o entretenimiento.
- Definir la oferta de valor que entrega la competencia en este segmento y el nivel de satisfacción que tienen los adultos mayores.
- Analizar los destinos turísticos o lugares más visitados o preferidos por los adultos mayores con el fin de entretenerse.
- Determinar los canales de comunicación tradicionales y no tradicionales preferidos por los adultos mayores.
- Conocer si los adultos mayores utilizan la tecnología para comunicarse y para realizar compras de servicios, y cuáles son los medios que usan.
- Mapear aliados estratégicos en el sector (entretenimiento turístico) para identificar sus características, ofertas de valor y percepción sobre temas de inclusión del adulto mayor.

9.1.3. Población

En Guayaquil existen 292,481 personas entre los 60 hasta los 84 años según el INEC, esto corresponde al 8% de la población en la Ciudad de Guayaquil.

Nuestro proyecto va dirigido a los segmentos B que corresponde al 11.20% y C+ al 22.80%, total de la población considerada será 99.443,54 personas.

Tabla 1: RANGOS DE EDAD DE POBLACION DE GUAYAQUIL

RANGO DE EDAD	2010	%
De 80 A 84 años	25.924	8,9
De 75 A 79 años	37.219	12,7
De 70 A 74 años	53.901	18,4
De 65 A 69 años	56.752	19,4
De 60 A 64 años	118.685	40,6
TOTAL POBLACIÓN POR EDAD	292.481	100
TOTAL POBLACIÓN	3.645.483	8%

TOTAL POBLACIÓN POR EDAD	292.481	
ESTRATO SOCIO-ECONOMICO B	11,20%	32.757,87
ESTRATO SOCIO-ECONOMICO C+	22,80%	66.685,67
TOTAL EXTRACTO SOCIO ECONOMICO	34,00%	99.443,54

Fuente: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

9.1.4. Muestra

La muestra estadística se obtiene del resultado de la población para poder realizar el estudio u entrevistas y conocer las preferencias de dicha población.

La fórmula que se utiliza para sacar la muestra es:

Ilustración 1: FORMULA DE CALCULO PARA MUESTRA ESTADISTICA

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

n= tamaño de la muestra
Nivel de confianza 95%
Margen de error= 5%

Nivel de confianza:
[95% ▼]

Tamaño de la población:
[99443]

Margen de error:
[5% ▼]

Tamaño ideal de la muestra:
[383]

Fuente: www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigación/calcular-tamaño-muestra/

El resultado de la muestra de acuerdo con el cálculo realizado es 383 encuestas a la población del rango de 60 a 84 años, de nivel socioeconómico Medio Alto y Medio típico (B y C+) de la ciudad de Guayaquil.

9.1.5. Diseño de la Investigación

La investigación tiene un alcance exploratorio y utilizará una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa).

Las técnicas de investigación que se desarrollarán constan de 5 entrevistas a expertos en el sector turístico y dos focus group con adultos mayores entre 60 y 80 años de edad, con el objetivo de conocer su comportamiento, sus gustos y preferencias, sus deseos e identificar aliados estratégicos y características importante para nuestro modelo de negocio.

9.1.6. Desarrollo de técnicas de investigación

Para un mejor entendimiento de las características y comportamientos de la población escogida para poder establecer los mecanismos de introducción, diseño y venta del producto planteado, se seleccionaron los siguientes tipos de recolección de datos:

- 5 entrevistas a profundidad
- 2 focus group presencial y virtual
- 400 encuestas (Anexo: Formulario de entrevista online)
- 173 encuestas de validación

9.1.7. Resultados de la investigación de focus group

Resultado de entrevistas a expertos: personas a entrevistar:

Mgs. Cecilia Cárdenas – Ex directora de Turismo de Portoviejo, ex Gerente de Puerto Parques, actualmente propietaria de Happy home solution.

Mgs. Nelly Pullas – concejala de Turismo Guayaquil.

Lcda. Pamela Sotomayor – Agente de Viajes.

Psic. Carola Dito – Psicóloga con experiencia laboral en un Centro Gerontológico.

Sr. Fernando Rivera – Aficionado al turismo y bróker de seguros.

Entrevistas a profundidad:

Para la obtención de información, se realizaron entrevistas semiestructuradas a profundidad a expertos relacionados con el entretenimiento turístico y el servicio para el adulto mayor.

Se entrevistó a:

- Mgs. Cecilia Cárdenas – Ex directora de Turismo de Portoviejo, ex Gerente de Puerto Parques, actualmente propietaria de Happy home solution
- Mgs. Nelly Pullas – concejala de Turismo Guayaquil.
- Lcda. Pamela Sotomayor – Agente de Viajes.

Ellas manifestaron que, en base a sus experiencias, al adulto mayor le gusta mucho viajar y conocer nuevos sitios, a pesar de que recién se están retomando las actividades cotidianas

después del estado de emergencia, ellos se ven muy interesados en salir de la rutina diaria y hacer viajes que no han tenido la oportunidad de hacer mientras estuvieron activos laboralmente.

El entretenimiento turístico para el adulto mayor se ve enfocado básicamente en visitar la playa, la provincia de Azuay, Ambato, no obstante, mencionaron viajes un poco más largos como ir a la ciudad de Loja, Galápagos y el Oriente.

Así mismo afirman que la tendencia son viajes en los que se destaque la cultura, ecoturismo, la aventura, “algo que ha venido tomando fuerza es el turismo por medio de crucero, tienes todas las comodidades a la mano y con precios muy accesibles” indica Pamela Sotomayor, Agente de Viajes.

Las tres personas entrevistadas coincidieron que en la ciudad no existe un servicio de entretenimiento turístico exclusivo para atender las necesidades que requiere el adulto mayor.

Así mismo se buscó analizar un poco más a profundidad el comportamiento del adulto mayor como consumidor de un servicio de entretenimiento turístico, para esto se entrevistó a: Psic. Carola Dito – Psicóloga con experiencia laboral en un Centro Gerontológico; Sr. Fernando Rivera – Aficionado al turismo y bróker de seguros.

La Psic. Dito, manifestó su punto de vista referente al efecto positivo sobre viajar y en el estado de ánimo del adulto mayor, así mismo indicó que ellos necesitan sentirse vivos. Actualmente vivimos en una sociedad, donde no involucramos al adulto mayor; es por ello, que al ofrecer un servicio exclusivo para este nicho le estamos dando un espacio para sentirse libres y valorados, ellos sienten que vuelven a vivir y a tener un rol protagónico.

De igual manera indica “Este tipo de actividades hace que ellos tengan ganas de vivir, una persona nunca deja de tener motivaciones o nunca deja de realizar proyectos, porque de hecho con ellos se trabaja proyectos de vida y puedes incluir los viajes en ese proyecto.”

En este mismo sentido, Fernando Rivera, manifiesta que existe un buen grupo de adultos mayores que tiene el poder adquisitivo para asumir los costos de un viaje, considerando que este segmento cuenta en su mayoría con pensiones por jubilación y otros son aun laboralmente activos, inclusive muchos de ellos utilizan canales digitales para informarse, en general los entrevistados indican que en la actualidad los adultos mayores son usuarios de plataformas digitales tales como: Facebook, Instagram, WhatsApp y YouTube.

Analizando el modelo de negocio, la Mgs. Pullas destaca la importancia de que las operadoras de turismo, hoteles que brindan estos espacios de turismo, deben contar con atención para personas con discapacidad, y que cuenten con la accesibilidad para cubrir sus

necesidades. Acota además que la característica que debe tener el servicio de entretenimiento turístico para el adulto mayor es sobre todo la asistencia, que cuente con un programa de asistencia en salud ante cualquier emergencia y que los medios de transportes sean bastantes confortables y seguros.

Finalmente, la Mgs. Cárdenas, recomienda que para poder generar una oferta turística estructurada de manera adecuada para los adultos mayores es necesario que exista una alianza entre el sector público y privado. El sector público para que genere la infraestructura turística necesaria y accesible a este segmento y el sector privado como los hoteles, restaurantes y agencias operadoras para que adapten sus servicios a las necesidades y cuidado que requiere los adultos mayores al desarrollar estos viajes; inclusive expone las siguientes consideraciones que se deben tener en cuenta, al momento de realizar viajes turísticos con adultos mayores:

Visitar lugares que involucre la realización de actividades que demande poco esfuerzo y que sean accesibles.

Disponer de un botiquín con medicinas de acuerdo con el estado de salud de los viajeros.

Armar itinerarios flexibles.

Estos viajes deben considerar la presencia de un médico que permita brindar la seguridad en caso de una emergencia.

Tener mucho cuidado con la alimentación brindada a los adultos mayores, que puedan disfrutar de la gastronomía local, pero de manera adecuada.

En conclusión, todos los entrevistados coinciden y manifiestan la importancia de contar con un servicio de entretenimiento turístico direccionado al adulto mayor, y que cuente con la cobertura de todas las necesidades y exigencias que demanda una persona de edad avanzada.

Así mismo la importancia de garantizar la seguridad, seriedad y calidad de atención a ofrecer mediante este servicio.

Focus group 1: Resultados.

El primer focus group se realizó el viernes 27 de mayo del presente año, en el centro comercial Albán Borja, se logró contar con la presencia de tres participantes que salían del Gerontológico municipal Dr. Arsenio.

Conclusiones de grupo focal presencial:

La experiencia de haber vivido un grupo focal presencial fue bastante enriquecedora, en esta ocasión tuvimos el placer de compartir con 3 señoras muy agradables que pertenecen al Gerontológico municipal Dr. Arsenio y su aporte fue muy importante para este proyecto

de titulación enfocado al entretenimiento turístico para el adulto mayor.

Se recalcó en algunas ocasiones lo relevante que es conocer nuevas culturas y personas, aprovechar en hacer cosas que de jóvenes no podían hacer.

Vivir con intensidad el tiempo libre para disfrutarlo con los amigos, conocer sitios turísticos, museos, restaurantes, iglesias.

Nos decían que les agrada mucho asistir a actividades que muestren el folklore de cada ciudad, temas culturales, conocer lugares nuevos.

Como atributo principal fueron muy enfáticas que un servicio turístico debe tener las 3 BBB (bueno, bonito y barato), que sea una compañía seria, con trayectoria, que cumpla con lo que ofrece, y respete los descuentos por tercera edad, una empresa que ofrezca seguridad, reconocida, que tenga referencias del servicio, que se cumpla el presupuesto y precios ofrecidos.

Nos manifestaron que es necesario tener un rubro asignado a entretenimiento turístico, disfrutar de una copa de vino, actividades para la distracción, hacer ahora lo que no se pudo hacer de jóvenes, siempre hay que considerarlo, tener el presupuesto y usar tarjetas de crédito u otros medios de financiamiento.

Es muy importante saber que no conocen de una empresa como tal que ofrezca servicios de entretenimiento turístico, comentaron que lo que conocen son congregaciones, iglesias, etc. Que se unen para viajar en grupos o en familia, pero no conocen sitios que provean del servicio, solo grupos (homogéneos) de amigos y familia que comparten los mismos intereses.

Como destinos favoritos la provincia del Azuay y Oriente; playas de la provincia de Esmeraldas, lugares que ofrezcan entretenimiento en actividades típicas que permitan conocer la cultura y recalcan que cualquier sitio es bueno para conocer, no conocen el Oriente.

Como medio para estar informados utilizan Google para encontrar información de sitios a visitar, también buscan ayuda en familiares jóvenes que manejen mejor la tecnología, así también la ayuda de sus hijos para organizar viajes, así como también Facebook, WhatsApp, y sobre todo recomendaciones de amigos y familiares.

Por último, manifiestan que después de realizar un viaje se sienten cansadas pero satisfechas de la experiencia vivida, felices del tiempo disfrutado, satisfechas, entre risas nos dijeron “que durante el paseo no duele nada, y para el retorno están las medicinas”.

Focus group 2: Resultados

El día lunes 30 de abril se realizó el segundo focus group con seis participantes adultos mayores por medio de plataforma zoom.

Conclusiones de grupo focal por plataforma zoom:

Los focus group fueron muy enriquecedores, para los adultos mayores lo principal es la calidad de vida, se cuidan mucho en su salud, todos coinciden en gustos y preferencias; así mismo, disfrutaban de viajar dentro o fuera del país, en estos dos últimos años por la pandemia Covid-19 no han podido viajar.

Les gusta conocer los museos, iglesias, zoológicos, ciudades y disfrutar de los paisajes.

El viajar es muy valioso tanto para conocer nuevos lugares o visitar sus lugares favoritos, así como también hacer amistades, coinciden que nuestro país tiene diversidad de sitios hermosos para disfrutar, todo ecuatoriano debe conocer el país.

Todos los participantes coinciden que para contratar una empresa que brinde servicio de entretenimiento turístico debe ser seria, tener seguridad jurídica, cumplir con el contrato, para disfrutar del viaje, ofrecer tranquilidad, calidad en el servicio, contar con seguridad en el lugar donde estarán, es básico.

La frecuencia en realizar viajes al año varía de acuerdo con el lugar, si es la playa van casi todos los fines de semana, o por lo menos 5 veces al año, no van en días de feriados, otros lugares que visitan es la Sierra como Ambato, Quito, Esmeraldas, Baños, Cuenca, entre otros. Internacionalmente si han viajado, en el tiempo de la pandemia no lo pudieron hacer, los diferentes viajes que realizan lo hacen con familiares o amigos.

Algunos sí tienen un presupuesto destinado para los viajes, otros no, pero a pesar de ello organizan viajes.

Ninguno de ellos ha escuchado de un servicio de entretenimiento turístico exclusivo para adulto mayor, se manejan con agencias de viajes o por referidos, han escuchado que de pronto no hay este servicio porque al ser direccionado para adultos mayores no tendrían una ganancia considerable ya deben aplicar el descuento de adulto mayor, indican que hay una cantidad importante en el Ecuador de adultos mayores que si estuviesen gustosos.

De conocer una empresa que brinde este tipo de servicios. Normalmente organizan los viajes ellos mismo ya que económicamente les resulta mejor.

Sus lugares favoritos coinciden, en la playa por lo que es cerca, como Ballenita porque es tranquilo, Playas, también coinciden en ciudades como: Ambato, Cuenca, Riobamba, los que tienen mascotas indican que es importante que el lugar les permita llevarlas, a uno de ellos le gustaría conocer Esmeraldas, el Oriente, Latacunga, Loja, Galápagos.

Todos coincidieron que investigan y realizan búsquedas a través de internet, para realizar reservas o contactar agentes u operadores a fin de organizar sus viajes y conocer un poco más sobre los lugares turísticos para visitar; también se informan por medios escritos tales como el periódico o a través del boca a boca.

Expusieron también que les gustaría realizar paseos dentro de Guayaquil y realizar turismo ecológico, paseos a la Isla Santay, Manglar el Churute, Cerro Blanco, museos e iglesias.

Después de realizar paseos y viajes indicaron que se sienten, renovados, felices, con ganas de seguir trabajando para volver a viajar.

Resultados: encuesta online a clientes potenciales (2):

Se realizó la encuesta a 400 personas que se encuentran en la franja de tercera edad, se la realizó online en colaboración con un familiar. Producto de esta encuesta se analiza la información más relevante de cada pregunta, ya que nos permite visualizar la realidad de la mayoría absoluta en cuanto a sus gustos, preferencias, hábitos y anclajes emocionales por viajar.

Adicional se realizó una encuesta a 173 personas enfocada a gustos, preferencias de ofertas turísticas, enriqueciendo los resultados del proyecto.

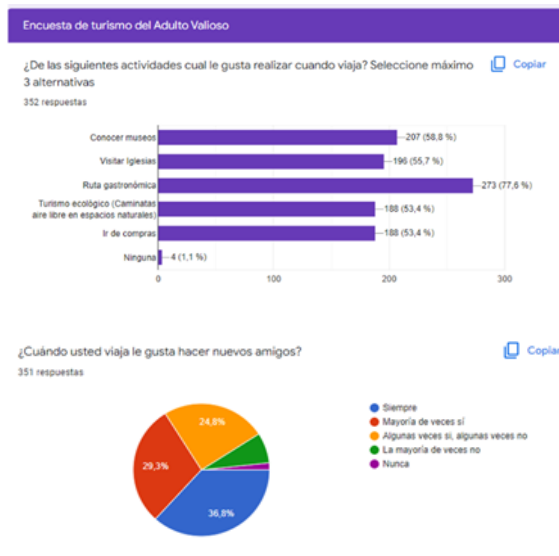
Resultados de encuesta para adulto mayor online:

Preguntas de encuestas 1-2



- El 96,8% de los encuestados les gusta viajar dentro del país.
- El 91% de los adultos mayores están dispuesto a contratar un servicio exclusivo de entretenimiento.

Preguntas de encuestas 3-4:

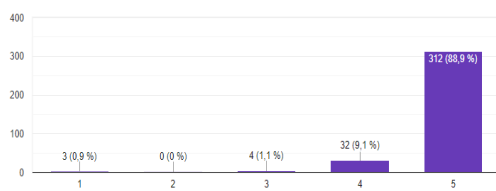


- Cuando viaja le gusta hacer nuevos amigos, el 36.8% de los encuestados aseguro que sí, mientras un 29.30% asiente que la mayoría de veces sí, los demás se encuentra indecisos.
- Las actividades que más les gusta realizar son:
 - Ruta Gastronómica 77,6%
 - Conocer Museos 58,8%
 - Visitar Iglesias 55,7%
 - Turismo ecológico 53,4%
 - Ir de compras 53,4%
 - Ninguna 1,1%

Preguntas de encuestas 5 –Respuesta 1:

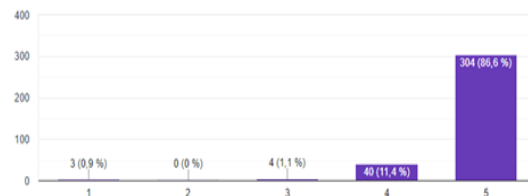
Califique del 1 al 5 las características que debería brindar un servicio turístico para que Ud. lo contrate (siendo 1 menos importante y 5 más importante) [Copiar](#)

351 respuestas



Calidad en el servicio. [Copiar](#)

351 respuestas

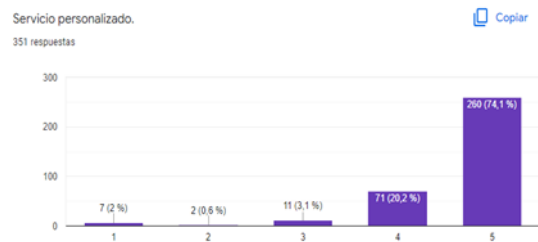
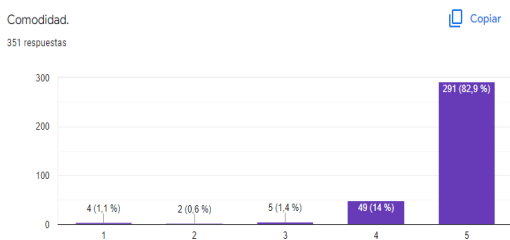
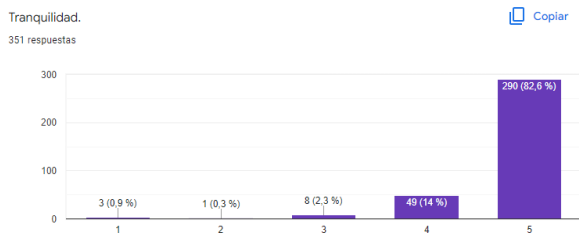
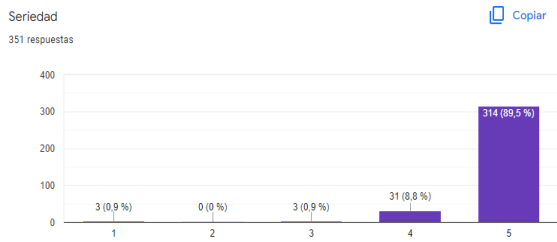


Características más importantes de un prestador turístico:

- Calidad en el Servicio
- Seriedad
- Tranquilidad
- Comodidad

▪ Servicio personalizado

Preguntas de encuestas 5 respuesta 2-3-4-5:

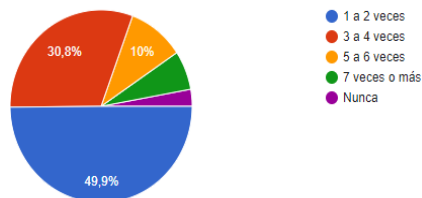


Dentro de la encuesta quisimos conocer cuáles son las principales características que el adulto mayor valora al momento de solicitar un servicio turístico, dentro de las 5 opciones tenemos con un 89,5% la seriedad, como segundo más importante con un 88,9% seguridad y en tercer lugar tenemos calidad de servicio con un 86,6%

Preguntas de encuestas 6-7:

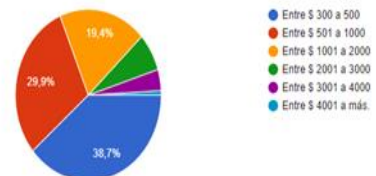
Indique cuántas veces al año Ud. viaja localmente

351 respuestas



¿Cuál sería el presupuesto anual que Ud. considera para el rubro de entretenimiento turístico?

351 respuestas



La encuesta arroja las siguientes preferencias:

- 1 a 2 veces 49,90%
- 3 a 4 veces 30,80%
- a 6 veces 10%
- veces o más 6,60%
- Nunca 2,80%

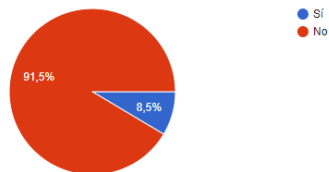
Los encuestados tienen un ingreso mensual promedio entre:

- Entre \$300 a \$500 38,70%
- Entre \$501 a \$1000 29,90%
- Entre \$1001 a \$2000 19,40%
- Entre \$2001 a \$3000 7,10%
- Entre \$3001 a \$4000 4%
- Entre \$4001 a más 0,1%

Preguntas de encuestas 8-9:

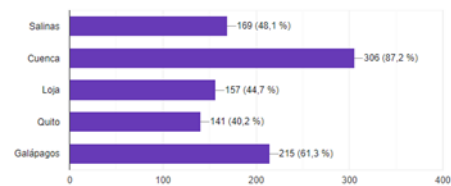
¿Conoce Ud. alguna empresa que ofrece servicios de entretenimiento turístico exclusivo para adultos mayores en Ecuador?

351 respuestas



9. ¿Cuáles de los siguientes destinos turísticos escogería para viajar? Seleccione máximo 3 alternativas

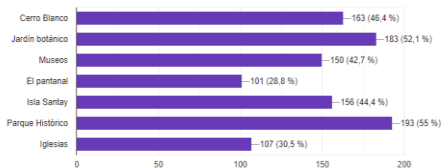
351 respuestas



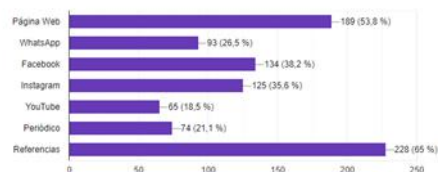
- El 91,50% indica que no conoce una empresa de entretenimiento turístico y el 8,50% sí.
- Las preferencias de lugares de turísticos en Ecuador son:
 - Cuenca 87,20%
 - Galápagos 61,30%
 - Salinas 48,10%
 - Loja 44,70%
 - Quito 40,20%

Preguntas de encuestas 10-11:

10. ¿Qué lugares dentro de Guayaquil le gustaría conocer? Seleccione máximo 3 alternativas
351 respuestas



11. ¿Cuál es el medio que Ud. utiliza para buscar servicios o destinos turísticos? Seleccione máximo 3 alternativas
351 respuestas



Las actividades turísticas foráneas preferidas en Guayaquil:

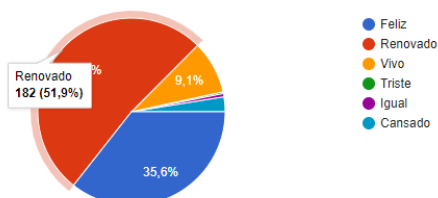
- Parque Histórico 55%
- Jardín Botánico 52,10%
- Cerro Blanco 46,40%
- Isla Santay 44,4%
- Museos 42,70%
- Iglesias 30,50%
- El Pantanal 28,80%

Preferencia de uso de redes sociales para buscar destinos turísticos:

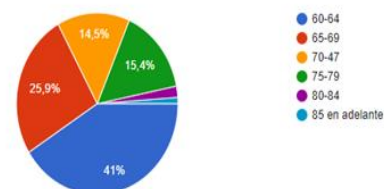
- Referencias 65%
- Página Web 53,80%
- Facebook 38,20%
- Instagram 35,60%
- WhatsApp 26,50%
- Periódico 21,10%
- YouTube 18,50%

Preguntas de encuestas 12-13:

12. ¿Después de realizar un viaje por turismo o paseo Ud. se siente?
351 respuestas



13. ¿Su rango de edad es?
351 respuestas



Estado de los viajeros adultos mayores después de un viaje.

- Renovado 51,90%
- Feliz 35,60%

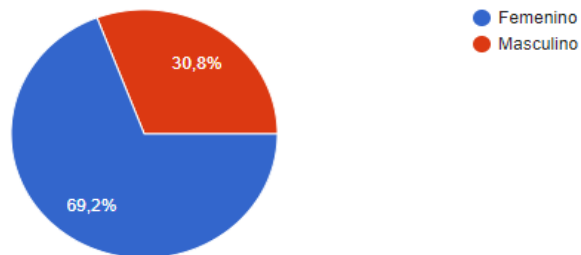
- Vivo 9,10%
- Cansado 2,60%
- Igual 0,60%
- Triste 0,30%

Rangos de edades de los entrevistados:

- 60-64 = 41%
- 65-69 = 25,90%
- 70-74 = 14,50%
- 75-79 = 15,40%
- 80-84 = 2%
- 85 en adelante = 1,1%

Preguntas de encuestas 14:

14 ¿Cuál es su sexo?
351 respuestas



Sexo de encuestados:

- femenino 69,20%
- masculino 30,80%

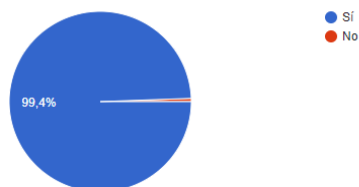
Encuesta online #2 a 173 potenciales clientes.

173 respuestas

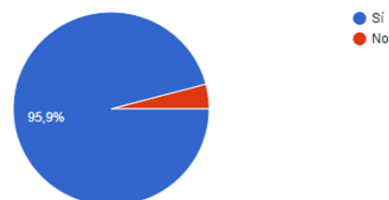


Anexo 1: pregunta encuesta 2 # 1 y #2

¿Le gusta viajar dentro país?
173 respuestas



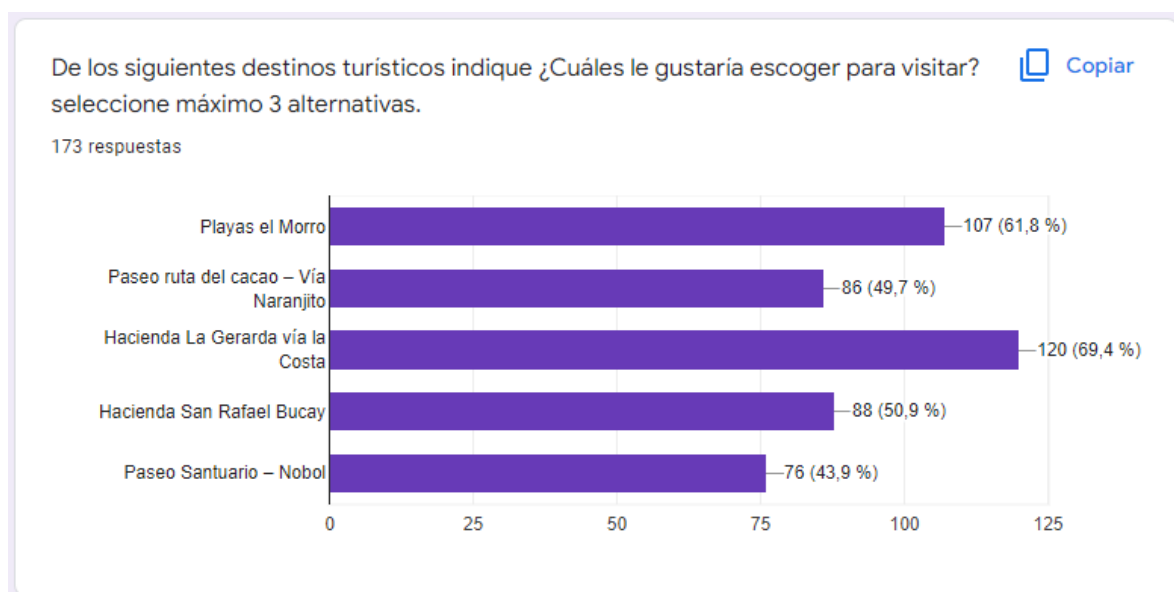
¿Le gusta realizar paseos por un día?
170 respuestas



Al 99.4% de los encuestados les gusta viajar dentro del país, esto refleja la apertura a oferta turística nacional.

Al 95.9% de los encuestados les gusta realizar paseos por un día.

Anexo 2: pregunta encuesta 2 #3



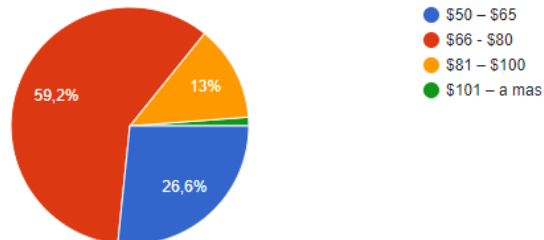
Nuestras propuestas de rutas turísticas tienen aceptación en el siguiente orden de preferencia.

- Hacienda La Gerarda con 69.4%
- Playas El Morro con 61.8%
- Hacienda San Rafael con un 50.9%
- Paseo Ruta del Cacao con un 49.7%
- Paseo Santuario- Nobol con un 43.9%

Anexo 3: pregunta encuesta 2 #4

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para realizar un viaje turístico por el día que incluya: "Transporte, comidas, guía turístico, enfermera y entradas a sitios turísticos"?

169 respuestas



El 59.2% está dispuesto a pagar por un paseo de un día un rango de \$66 a \$80.

El 26.6% está dispuesto a pagar por un paseo de un día un rango de \$50 a \$65.

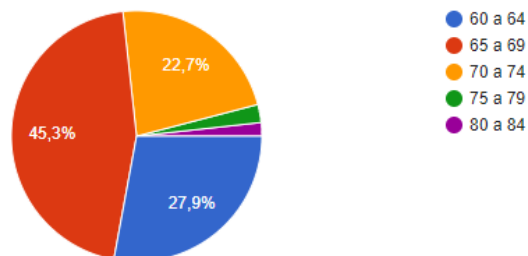
El 13% está dispuesto a pagar por un paseo de un día un rango de \$81 a \$100.

El 1.2% está dispuesto a pagar por un paseo de un día un rango de \$101 a más.

Anexo 4: pregunta encuesta 2 #5

Su rango de edad es

172 respuestas



De los encuestados el 45.33% esta en la franja etaria de 65-69 años.

De los encuestados el 27.9% esta en la franja etaria de 60-64 años.

De los encuestados el 22.7% esta en la franja etaria de 70-74 años.

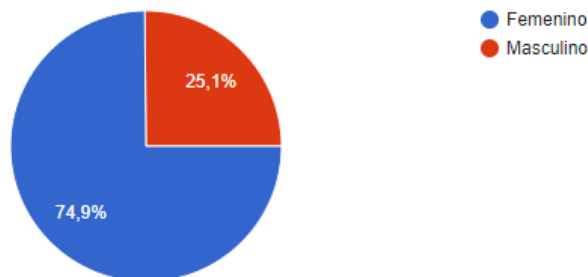
De los encuestados el 3% esta en la franja etaria de 75-79 años.

De los encuestados el 1.7% esta en la franja etaria de 80-84 años.

Anexo 5: pregunta encuesta 2 #6

¿Cuál es su sexo?

171 respuestas



De los encuestados el 74.9% de los encuestados son de sexo femenino.

De los encuestados el 25.1% de los encuestados son de sexo masculino.

9.2. ANÁLISIS 5C'S

9.2.1. Contexto Pastel

9.2.1.1. Entorno Político

El Ministerio de Turismo, presenta su Plan de Promoción elaborado por la institución para el año 2022, así como las metas hasta 2025. Previamente se expuso el Plan, tanto de manera presencial como virtual, ante gremios, asociaciones y diversos actores de la industria, en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, de quienes se recogieron sugerencias y observaciones. El presupuesto asignado para la inversión desde 2022 hasta 2025 es de 47,3 millones de dólares, divididos para los cuatro años, de los cuales, de 41,6 millones de dólares, se destinarán a la promoción del país en el mismo periodo, mientras que 5,6 millones de dólares serán para innovación y nuevos productos.

Postura del Gobierno hacia el control de oligopolios y monopolios: Existe la Ley Orgánica de regulación y control de poder del mercado, que en el artículo 304 numeral 6 de la Carta Fundamental establece que la política comercial tendrá como objetivo evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. Postura del Gobierno hacia la inversión extranjera: La Ley de Promoción y Atracción Productiva de la Inversión Extranjera fue aprobada el 21 de agosto de 2018 y es una de las principales declaraciones del gobierno ecuatoriano que expresa su intención de hacer crecer la economía, reducir el desempleo, cubrir la brecha fiscal y lograr un desarrollo continuo del país.

APA: Información tomada de <https://www.bizlatinhub.com/es/inversion-extranjera-nueva-legislacion-ecuador/#:~:text=agosto%20de%202018.->

9.2.1.2. Entorno Económico

El presidente Guillermo Lasso, dentro de su plan de gobierno, considera un descanso tributario hacia el turismo, exonerando el cobro y el pago de IVA a todos los servicios turísticos por 3 años y otorga los siguientes beneficios a través del Servicio de Rentas Internas:

- Tarifa 0% IVA.
- Reducción de la tarifa del IVA.
- Facilidades de pago.
- Compensación de pérdidas tributarias.

Actividades turísticas sujetas a la reducción de la tarifa

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada, de modo habitual, a una o más de las siguientes actividades (Art. 5 Ley de Turismo):

- Alojamiento.
- Servicio de alimentos y bebidas.
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- Operación turística, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- La actividad de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones.
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

Condiciones para la aplicación de la reducción de la tarifa del IVA

Para aplicar la tarifa reducida del IVA, el prestador del servicio deberá cumplir las siguientes condiciones:

- El prestador del servicio debe constar en el Registro de Turismo el cual estará publicado en el portal web institucional del Ministerio de Turismo.
- La tarifa reducida aplica para las actividades turísticas de conformidad con el artículo 5 de la Ley de Turismo.
- El servicio turístico debe ser prestado en las fechas establecidas mediante el Decreto Ejecutivo y sustentado en comprobantes de venta válidos, emitidos en tales fechas.

Excepción: Debido a la naturaleza del servicio, en el caso de adquisición de boletos aéreos, se aplicará la tarifa de IVA reducida respecto del servicio prestado en las fechas señaladas en el Decreto Ejecutivo, sin perjuicio de la fecha de emisión del boleto.

Emisión de comprobantes de venta físicos

Se deberá incorporar la tarifa reducida del IVA que corresponda mediante registro manual, sello o cualquier otra forma de impresión, así como calcular y registrar el monto del IVA de acuerdo con dicha tarifa.

APA: Información tomada y adaptada de <https://www.sri.gob.ec/beneficios-tributarios-para-el-sector-turistico>

Indicadores laborales

A nivel nacional, los principales resultados del mercado laboral reflejan que la tasa de participación global fue de 66,5%, la de empleo adecuado de 32,5%, el subempleo de 23,9%, el otro empleo no pleno de 28,1%, el empleo no remunerado fue de 10,6%, mientras que, el empleo no clasificado se ubicó en el 0,2%. El desempleo, a nivel nacional alcanzó una tasa de 4,7% de la Población Económicamente Activa (PEA).

Ilustración 2: INDICADORES NACIONALES DE EMPLEABILIDAD ACTIVA PEA



Resumen Una visión general de los indicadores laborales

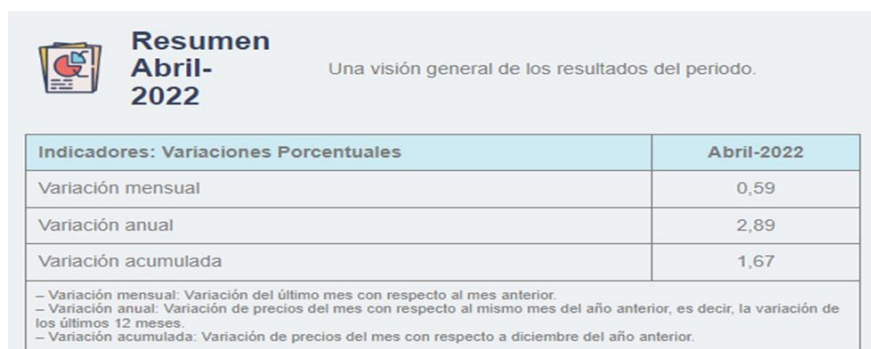
Indicadores Nacionales (en % respecto a la PEA)	mar-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22
Tasa de participación global	63,8	67,4	66,6	66,3	64,9
Tasa de empleo adecuado	31,6	33,9	33,1	31,7	32,7
Tasa de subempleo	23,0	23,0	22,6	23,4	23,0
Tasa de desempleo	4,9	4,1	5,4	4,3	4,8

Fuente: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-marzo-2022/>

Inflación

La inflación mensual en abril 2022, respecto a marzo 2022, fue de 0,59%. La inflación anual de precios de abril de 2022, respecto a abril de 2021, alcanzó 2,89%; como referencia, en abril de 2021 fue de -1,47%. Finalmente, en abril de 2022 el costo de la Canasta Familiar Básica (CFB) se ubicó en USD 728,68, mientras que, el ingreso familiar mensual de un hogar tipo fue de USD 793,33, lo cual representa el 108,87% del costo de la CFB.

Ilustración 3: INDICADORES DE VARIACIONES PORCIENTUALES



Fuente: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Abril-2022>

Resultados e índices de pobreza

Ilustración 4: RESULTADOS DE INDICE DE POBREZA



Fuente: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Diciembre-2021/202112_PobrezayDesigualdad.pdf

9.2.1.3. Entorno Social

Estructura de la población en la Ciudad de Guayaquil

Población de adultos mayores: En Guayaquil existen 291,671 personas entre los 60 hasta los 84 años según el INEC, esto corresponde al 8% de la población en la Ciudad de Guayaquil. Los adultos mayores experimentan una serie de sentimientos y emociones como la angustia, la tristeza, el miedo, el estrés, la impotencia, la desesperanza y el aislamiento, los cuales dan cuenta de una nueva perspectiva que lleva a entender aún más cómo la experiencia del envejecer impacta en todas las dimensiones de los participantes. Esta mezcla de emociones sugiere un posterior agotamiento físico y mental en el adulto mayor

despojándolo de toda su energía y arrastrándolo a experimentar emociones negativas que agudizarán sus síntomas y afectarán a otras funciones normales de su cuerpo. En relación con lo descrito se evidencia que el cambio repentino en el estado de ánimo da como resultado una agudización del síntoma o una mayor predisposición al dolor; esto predispone a que algunos adultos mayores tengan dificultad para reconocer y reportar sus sentimientos por temor a ser rechazados.

Cambio de estilo de vida y preferencias del consumidor: El envejecimiento de la población, una tendencia cada vez más marcada en el mundo y de manera pronunciada en América Latina y el Caribe, está dando paso a la llamada economía plateada. Los adultos mayores están impulsando uno de los mercados más rentables y dinámicos de los últimos años, convirtiendo un gran desafío en oportunidad. Sus necesidades y preferencias influyen en la oferta de casi todos los sectores, incluyendo “la salud y la nutrición, el ocio y el bienestar, las finanzas y el transporte, la vivienda, la educación y el empleo”, según un informe de la Comisión Europea, desarrollado por el Grupo Technopolis y Oxford Economics. Hablamos de un amplio catálogo de productos y servicios destinados al consumo de los adultos mayores, que puede alcanzar en Europa los 5,7 billones de euros en el año 2025 y que hoy en día, en Estados Unidos, tiene un valor de ocho billones de dólares.

Se trata, además, de un grupo poblacional cuyo poder de compra en América Latina y el Caribe, sin alcanzar los niveles de Europa o Estados Unidos, no es nada desdeñable: el 52% de los adultos mayores de 50 años de la región pertenece hoy en día a la clase media o alta, frente a un 32% de los menores de dicha edad. El mundo digital en los adultos mayores ha provocado que estos pasen de la resistencia a la confianza, cuando el mundo se cerró a causa de la pandemia provocada por el virus del COVID 19, los mayores se vieron obligados a conectarse en línea, ahora están familiarizados y cómodos con la tecnología. Los adultos mayores digitales están empoderados para hacer compras, informarse y utilizar servicios a través de este canal.

APA: Información tomada de <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/euromonitor-revelo-las-10-principales-tendencias-globales-de-consumo-para-2022/>

Afectación en turismo a causa de inseguridad: La recuperación del turismo en Guayaquil es evidente después de ser uno de los sectores más golpeados por la pandemia y el que más ha tardado en reactivarse, aunque está todavía lejos de los números de 2019, el turismo local ya está activo en un 70% y el extranjero en un 30%. Sin embargo, la inseguridad ya

impactó en el turismo con la alerta que emitieron los gobiernos de Estados Unidos y Canadá por considerar a Ecuador como uno de los países de mayor tránsito o producción de drogas ilícitas a escala mundial, asegura Holbach Muñetón, presidente de la Federación de **Cámaras de Turismo:**

“Apenas dieron ese anuncio, las reservas que había a través de los portales web se cayeron”, explica. “De 1,5 millones de turistas que tuvimos hasta el año 2019, 480.000 son norteamericanos y 37.000 canadienses, eso es el 50% de los turistas que llegan al país vía aérea”, dice Muñetón.

APA: Información tomada de <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/inseguridad-restringe-turismo-nocturno-guayaquil/>

9.2.1.4. Entorno Tecnológico:

En relación a las tendencias y nuevas oportunidades, en el ámbito tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador), podemos destacar que el turismo se ha convertido en uno de los principales sectores para el sustento de la economía a nivel mundial, principalmente para aquellos países en vías de desarrollo. El alto crecimiento de servicios y productos turísticos, y la exigencia constante de visitantes y consumidores, han demandado transformaciones e innovaciones necesarias basadas en el desarrollo tecnológico. Las tecnologías de la información y las comunicaciones constituyen el pilar fundamental para impulsar importantes avances en la nueva concepción del turismo, y son los medios y métodos para lograr la satisfacción y fidelización de sus clientes. En el sector del turismo ecuatoriano, y particularmente guayaquileño, las TIC's se han convertido en un factor clave para el desarrollo empresarial, la toma de decisiones estratégicas y la definición de nuevos modelos de negocio. En este entorno, se han diversificado las formas en que los turistas y clientes interactúan con los servicios en línea, y la manera en que las agencias de viajes y tour operadores gestionan la información, todo ello tomando como eje la nueva estructura tecnológica del sistema de distribución del turismo.

De manera particular la innovación en la actividad turística, se convierte en una herramienta clave para adaptándose al entorno cambiante mediante la introducción de novedades o mejoras en los productos, procesos u organización. Los distintos campos de innovación y tecnología turística responden a parámetros establecidos, de este modo la innovación puede ser:

- En el producto o servicio cuando se orienta a la mejora de los existentes o bien otros complementarios.

- De proceso, se identifica con el cambio en los métodos de producción y distribución, o incluso si es radical en la introducción de un nuevo método; los materiales, las técnicas.
- Más reciente se identifica también con la introducción de los programas informáticos, sobre todo el uso de Internet y correo electrónico, Intranet, Extranet, página Web, servicio de conexión a los clientes).
- La organización que conllevan a los cambios puede afectar tanto al aspecto interno de la organización como a las relaciones externas. Incluye, por tanto, lo que respecta a la utilización de nuevos conocimientos y su difusión, la estimulación de la motivación de los trabajadores y con ello la productividad.
- También incluye los cambios en la cadena de producción y comercialización, en el modelo de gestión los sistemas de producción las nuevas formas de relación con la sociedad, con el entorno, con otras empresas, con instituciones públicas, entre otras que delinean un perfeccionamiento parcial o total de la organización.
- De en la promoción y la comercialización (o mercadotecnia) que conllevan nuevos posicionamientos de productos, nueva identidad e imagen, cambios en la promoción y la comercialización Para que exista realmente innovación en la mercadotecnia la organización en el diseño, de un producto, pero también incluye la utilización de materiales o canales que antes no utilizaba, o el lanzamiento de una nueva imagen de marca, así como cambios en la promoción personalizada; y las acciones de fidelización de clientes.
- Innovación medioambiental: que vislumbra la posibilidad de crear sistemas de ahorro de consumos, utilizar de manera óptima la energía, la vigilancia ambiental y contribuir a la concienciación clientes.

9.2.1.5. Entorno Legal

Ley de turismo Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 Ultima modificación: 29-dic.-2014 Estado: Vigente CONGRESO NACIONAL Considerando: Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997 , a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República; Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación

turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía; Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

APA: información tomada de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Estudio de Agencias de Viajes en el Ecuador (Sector Turismo): De conformidad con el Art. 2, del reglamento para la aplicación de Ley Orgánica de Control del Poder de Mercado, el cual textualmente indica: “Art 2. Publicidad. - Las opiniones, lineamientos, guías, criterios técnicos y estudios de mercado de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, se publicarán en su página electrónica y podrán ser difundidos y compilados en cualquier otro medio, salvo por la información que tenga el carácter de reservada o confidencial de conformidad con la Constitución y la ley. Las publicaciones a las que se refiere el presente artículo y la Disposición General Tercera de la Ley, se efectuarán sin incluir, en cada caso, los aspectos reservados y confidenciales de su contenido, con el fin de garantizar el derecho constitucional a la protección de la información.” A continuación, se presenta la versión pública del Estudio de Agencias de Viajes en el Ecuador (Sector Turismo), desarrollado por la Intendencia Zonal 1 de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, debiendo indicar que el texto original del estudio o informe especial no ha sido modificado en su esencia, únicamente en su estructura y omitido información confidencial y reservada de los operadores económicos involucrados en el presente análisis.

APA: Información tomada de https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/Agencias-de-Viajes-en-Ecuador_Sector_Turismo.pdf

Ley de protección al consumidor de servicios turísticos: Uno de los objetivos fundamentales de la Ley de Turismo, a más de la determinación del marco legal para la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico, es el de normar las obligaciones y derechos de los prestadores de servicios turísticos y los usuarios. Es decir, la Ley de Turismo procurará establecer los parámetros de la relación proveedor- usuario, dentro de la rama económica del turismo.

El proveedor del servicio: El proveedor de servicios turísticos puede definirse como la persona natural o jurídica que se dedique a la prestación remunerada y habitual de una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transporte, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el de alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. Los actos contratos que se celebren para estas actividades estarán sujetas a las disposiciones de la Ley de Turismo y normatividad conexas.

APA: Información tomada de <https://derechoecuador.com/proteccion-al-consumidor-de-servicios-turistico>

9.2.1.6. Entorno Ambiental

En cuanto a la legislación ambiental, la visión contextual, la estructura de la producción ecuatoriana, en especial la orientada a las exportaciones se ha concentrado en una fuerte explotación de sus recursos naturales, y particularmente del petróleo a partir de 1972. Estas actividades han generado elevados costos ambientales. La política ambiental se refiere a las acciones que el gobierno toma para cuidar o proteger el medio ambiente, como resultado de la interacción de los intereses políticos económicos y sociales, para conservar las bases naturales de la vida humana y conseguir un desarrollo sostenible.

APA: <https://aleph.org.mx/cuales-son-las-principales-politicas-ambientales-en-el-ecuador>

Mientras que en lo que respecta a la responsabilidad social en el Ecuador actualmente la es un tema de interés para todos, pero ciertamente las organizaciones aun no aceptan el reto de implementar un sistema de gestión basado en esta normativa en sus organizaciones. Estas normativas son apoyadas, en su mayoría, por grandes empresas o multinacionales que operan localmente y promueven el carácter de voluntario de la RS a sus proveedores o aliados estratégicos al igual que lo hacen a escala mundial. La Responsabilidad Social que las empresas en el Ecuador poseen es un modelo de gestión, a través de cuyas actividades las empresas pueden rendir su aporte para un mundo mejor, contribuyendo activa y voluntariamente al mejoramiento social, económico y ambiental y al mismo tiempo generando beneficios para todos.

Como parte de los incentivos ambientales el Punto Verde es la Marca Institucional que otorga el Ministerio del Ambiente, a través de sus incentivos a toda actividad del desarrollo

nacional que optimiza los recursos naturales en sus procesos, demostrando cumplir más allá de la normativa legal con el fin de reducir los impactos ambientales negativos hacia el entorno natural, en especial ecosistemas sensibles y con ello mejorar la calidad de vida de nuestros ciudadanos. El Acuerdo Ministerial 140 detalla los requisitos y pasos a seguir para cada tipo de Incentivo Ambiental al que se requiera acceder. El incentivo tributario está dirigido a empresas que realicen una actividad productiva y que implementen maquinaria, equipo o tecnología que sea destinada al cumplimiento de los ejes temáticos: Mecanismos de producción más limpia, generación de energía de fuente renovable (solar, eólica o similares), reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y/o reducción del impacto ambiental de la actividad productiva.

Requisitos:

- Permiso ambiental vigente.
- Implementación de maquinaria, equipo o tecnología (MET) que cumpla con criterios técnicos y cuente con indicadores de eficiencia (Antes y después de la maquinaria) en los ejes temáticos de evaluación.
- Medios de verificación de evaluación de MET.
- Indicadores de eficiencia o ficha técnica que especifique la eficiencia de recursos.

Incentivos ambientales: El Ministerio del Ambiente a través del Acuerdo Ministerial No. 140 «Marco Institucional para Incentivos Ambientales», publicado en Registro Oficial Edición Especial No. 387 del 04 de noviembre de 2015, contempla los mecanismos de incentivos ambientales bajo la marca «Punto Verde».

Beneficios:

- Reconocimiento de la Autoridad Ambiental Nacional (Evento de entrega)
- Uso del logo en productos (Certificación)
- Criterio para ser parte de compras públicas en SERCOP
- Acceso a beneficios de la Ley de Fomento Productivo (Resolución 0001)

9.2.2. Clientes

El nicho de mercado que hemos encontrado va dirigido a hombres y mujeres adultos mayores, entre 60 y 84 años de edad. Luego de realizar el estudio de mercado, podemos evidenciar que este nicho de adultos mayores disfruta a plenitud la libertad de poder compartir, conocer nuevas experiencias e incluso hacer nuevas amistades, así como disfrutar del turismo, paisajes y cultura que ofrece nuestro país. Para ello esperan contar

con un servicio que ofrezca seriedad, seguridad y calidad de servicio, que se adapte y ajuste a las necesidades y cubra las condiciones especiales que puedan presentarse en cuanto a movilización.

9.2.3. Competencia: Mapa de la competencia

Tabla 2: MAPA DE LA COMPETENCIA-REFERENTE DE LAS AGENCIAS DE TURISMO DE ECUADOR

RANKING	EMPRESA	INGRESOS TOTALES	% PARTICIPACIÓN DE MERCADO
1	METROPOLITAN TOURING	\$ 20.577.777	25%
2	XPTOURS S.A.	\$ 8.829.407	11%
3	VALANGO S.A.	\$ 5.960.622	7%
4	MAXITRAVEL	\$ 4.664.208	6%
5	ISLAS GALAPAGOS TURISMOS Y VAPORES C.A.	\$ 3.952.783	5%
6	KIESEL S.A.	\$ 3.679.359	5%
7	METROHOTEL CIA. LTDA.	\$ 3.310.651	4%
8	BUDGET RENT A CAR	\$ 2.880.127	4%
9	AKDMC	\$ 2.652.651	3%
10	KLEINTURS Y REPRESENTACIONES C. LTDA	\$ 9.123.307	11%
11	OPERADORA DE TURISMO ANDEANTRAVEL COMPANY CIA. LTDA.	\$ 5.543.696	7%
12	SERVICIOS INTERNACIONALES TURISTICOS SITUR S.A.	\$ 5.309.679	7%
13	PANAKRUZ S.A.	\$ 4.478.749	6%
TOTAL DE INGRESOS		\$ 80.963.016	

Fuente: <https://www.ekosnegocios.com/sector/servicios-turisticos>

Nuestro objetivo es captar un 0.5% del mercado total, es decir proyectamos un nivel de ingresos para el primer año de \$ 404.815.08 (cuatrocientos cuatro mil ochocientos quince con 08/100 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica).

9.2.4. Colaboradores

- Agencias de viajes (Metropolitan Touring y Xptours S.A.).
- Operadores turísticos (Ecole Travel Ecuador, Go Galapagos Ecuador, Eco ventura)
- Empresas de transporte (aéreo Ecuair, marítimo, terrestre Cooperativa de Transporte Equinoccial Aventura y Atlas).
- Hoteles y Restaurantes (Hoteles 3 y 5 estrellas y Restaurantes reconocidos a nivel nacional).

9.2.5. Análisis FODA de la compañía:

Ilustración 5: ANALISIS FODA DE LA EMPRESA

ANÁLISIS FODA DE VIAJERO VALIOSO S.A.	
Fortalezas	Debilidades
F1 Flexibles para adaptarnos e innovar en nuevos servicios de entretenimiento turístico.	D1 Servicios con destinos limitados.
F2 Atender necesidades especiales.	D2 Poco conocimiento de la empresa en el mercado.
F3 Servicio enfocado al nicho de adultos mayores.	D3 Servicios de entretenimiento poco diversificados.
F4 Servicio de calidad personalizado en adultos mayores.	D4 Desconocimiento del entorno digital.
F5 Valores ecológicos (turismo responsable).	D5 Escasez de RRHH especializado
F6 Guías turísticos especializados y preparados para la atención del nicho de mercado.	D6 Escasa inversión.
F7 Contar con aliados estratégicos alineados a la misión de la empresa.	D7 Nuevo emprendimiento con servicio diferenciado.
F8 Productos asequibles de acuerdo con la economía del cliente.	D8 Poca experiencia de la empresa en el mercado.
F9 Contamos con oficinas físicas para la atención y servicio al cliente.	D9 Competencia concentrada con precios bajos.
F10 Desarrollamos una plataforma tecnológica amigable para usuario.	
Oportunidades	Amenazas
O1 Desarrollo de nuevas tecnologías de la información enfocada en atender necesidades especiales.	A1 Posibilidad de que exista otra pandemia que limite la movilidad de las personas.
O2 Oportunidad de ser una empresa innovadora en el mercado sin competidores similares	A2 Surgimiento de nuevos competidores que quieran dirigirse a nuestro nicho.
O3 Crecimiento de usuarios adultos mayores con poder adquisitivo.	A3 Inseguridad en el país.
O4 Ser reconocida como una empresa enfocada en el turismo para el adulto mayor.	A4 Desastres naturales (inundaciones, terremotos, lluvias torrenciales).
O5 Mayor crecimiento y apoyo del Gobierno en acelerar las actividades turísticas nacionales.	A5 Surgimiento de nuevos competidores con precios más económicos.
O6 Tendencia de turismo al alza.	
O7 Penetración de la tecnología en el segmento de adultos mayores.	

Fuente: elaboración propia

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES (1-2 páginas) (CADA INTEGRANTE LO DESARROLLA)

“Viajero Valioso” nace de un abanico de ideas enfocadas al bienestar del adulto mayor, en primera instancia se pretendía abarcar diversas actividades para su ocio, sin embargo, fuimos aterrizando las ideas; y en base a un profundo análisis considerando todas las aristas, decidimos enfocar nuestro modelo de negocio en un operador turístico enfocado y dirigido al adulto mayor, para que estos puedan socializar entre sí, se familiaricen con sus pares, se sientan activos y vivan nuevas experiencias a plenitud.

Para que esto fuera posible se realizó una investigación de mercado, la cual tiene como objetivo principal ser referentes del mercado y brindar opciones turísticas innovadoras enfocadas a los adultos mayores; con un excelente servicio que asesore al cliente y les ofrezca viajes confortables Full Day, para motivarlos a realizar diversas actividades de entretenimiento en nuestras rutas turísticas.

“Viajero Valioso” con su slogan *“La libertad de viajar”* está dirigido a hombres y mujeres de 60 a 84 años de edad con un nivel socio económico B, C+, independientes en sus finanzas que les guste viajar, los cuales hemos categorizado en perfiles en los que en primera instancia todos sean jubilados y/o emprendedores, independientes económicamente, teniendo ciertas características que los diferencien entre sí bajo 3 perfiles analizados para ofrecerles la atención adecuada: con total facilidad de desplazarse sin ayuda de instrumentos ni acompañantes, solo ayuda con un instrumento y ambas.

A través de nuestro diseño de investigación mixta y de alcance exploratorio, tuvimos experiencias muy enriquecedoras como las entrevistas a los expertos los cuales, en base a su trayectoria, nos nutrieron de información relevante para esta investigación, tuvimos el honor de entrevistar a la Conseja del turismo de Guayaquil Mgs. Nelly Pullas, así como también a la Mgs. Cecilia Cárdenas Ex directora de Turismo de Portoviejo, quienes con su amplio conocimiento en el tema nos dieron datos significativos como destacar la importancia que las operadoras de turismo y hoteles que brindan estos espacios de turismo, deben contar con atención para personas con discapacidad, y que cuenten con la accesibilidad para cubrir sus necesidades, que tengan un programa de asistencia en salud ante cualquier emergencia y que los medios de transportes sean bastantes confortables y seguros, así como también que exista una alianza entre el sector público y privado.

Algo que también cabe recalcar fueron los grupos focales y las encuestas, donde vemos lo relevante que es conocer nuevas culturas y personas, aprovechar en hacer cosas que de jóvenes no podían hacer, participar del folklore de cada ciudad, temas culturales, entre risas

nos dijeron “*que durante el paseo no duele nada, y para el retorno están las medicinas*”. Como contexto, tenemos el respaldo del Ministerio de turismo con la promoción de metas planteadas hasta el 2025, así como la Ley de protección al consumidor de servicios turísticos.

El presidente de la república, dentro de su plan de gobierno, considera un descanso tributario hacia el turismo, exonerando el cobro y el pago de IVA a todos los servicios turísticos por 3 años, así también hay que considerar la Afectación en el turismo a causa de inseguridad, las TIC's se han convertido en un factor clave para el desarrollo empresarial finalmente contamos con incentivos ambientales lo que nos motivó a nuestro plan de responsabilidad social. Nuestro objetivo es captar un 0.5% del mercado total de nuestros competidores y nuestros colaboradores serían las agencias de viajes, operadores turísticos, empresas de transporte, hoteles y restaurantes.

Es así como a través del plan de marketing en el cual resaltamos nuestras 5 rutas turísticas Escape a la ruta del cacao; Puerto El Morro -General Villamil Playas; Bucay-Pachakay - San Rafael; Paseo al Santuario de Narcisca de Jesús; Escape a la Hacienda Manada Equina Chongón, determinamos que se manejarán precios basados en valores referenciales de costo del producto, margen de utilidad y precios de la competencia, parte de estos resultados fueron arrojados en la investigación de mercado que se realizó, así también teniendo presencia en redes sociales, lograremos el posicionamiento proyectado.

Es por esto que el objetivo inicial de nuestro proyecto es perdurar en el tiempo y dejar un legado como marca, realizar una inversión que tenga utilidad infinita, pero no podemos asegurar el éxito al 100% del proyecto. Viajero Valioso está estructurado con base en investigación de datos, los cuales son influenciados y sujetos a cambios por diversos factores externos: sociales, económico, tecnológicos, ambientales y legales, evaluando la vida útil del proyecto en periodos de 5 años en 5 años, velamos por nuestra visión, misión, valores corporativos, protegemos nuestro nombre, logo y slogan, tenemos un amigable plan de responsabilidad social que va ligado con nuestra propuesta de modelo de negocio y nuestro enfoque al adulto mayor para preservar la naturaleza y los valores humanos a través de nuestros stakeholders tanto internos como externos y los objetivos de desarrollo sostenible, así como tener la figura jurídica de Sociedad por acciones simplificada SAS.

En conclusión, con toda la información recopilada y analizada a detalle, podemos recomendar que, de acuerdo a la investigación efectuada y analizando todos los escenarios sobre todo en el ámbito financiero nuestro proyecto “Viajero Valioso” es viable y se recomienda su ejecución, sosteniendo la importancia de contar con un servicio de

entretenimiento turístico direccionado al adulto mayor, y que cuente con la cobertura de todas las necesidades y exigencias que demanda una persona de edad avanzada, de una manera responsable y segura.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

[www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigación/calcular-tamaño-muestra/](http://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigacion/calcular-tamaño-muestra/)

<https://www.bizlatinhub.com/es/inversion-extranjera-nueva-legislacion-ecuador/#:~:text=agosto%20de%202018.->

<https://www.sri.gob.ec/beneficios-tributarios-para-el-sector-turistico>

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-marzo-2022/>

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Abril-2022>

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Diciembre-2021/202112_PobrezayDesigualdad.pdf

<https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/euromonitor-revelo-las-10-principales-tendencias-globales-de-consumo-para-2022/>

<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/inseguridad-restringe-turismo-nocturno-guayaquil/>

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/Agencias-de-Viajes-en-Ecuador_Sector_Turismo.pdf

<https://aleph.org.mx/cuales-son-las-principales-politicas-ambientales-en-el-ecuador>

<https://www.ekosnegocios.com/sector/servicios-turisticos>

12. ANEXOS

Entrevistas a profundidad con los expertos (5 entrevistas)

Anexo 1: Entrevista a profundidad con expertos #1

ENTREVISTA 1	
Entrevista a:	Carola Dito
Profesión:	Psicóloga
Ocupación:	Trabajos en Psicología para Gerontológico
Entrevistado (a) Por:	María Fernanda Villacís

1. ¿Considera Ud. que a los adultos mayores les gusta viajar?

Les encanta viajar, todo lo que tenga que ver con las actividades que lo saque de su rutina, que los saquen del encierro que ellos le llaman. De hecho, hay un grupo de adulto mayores que una vez que se jubilan comienzan a hacer viajes que no han tenido la oportunidad de hacer mientras estuvieron activos laboralmente.

Ahora hay una realidad, mucho de ellos empezaron a viajar depende también de los ingresos que ellos tengan luego de su jubilación.

Hay personas que tienen hijos viviendo fuera del país y viajan por menos una vez al año dependiendo si los tienen en varios destinos.

En la edad de 60 a 75 años se manejan solos, Por lo general siempre salen en grupo, con alguien conocido.

2. ¿Qué actividades pueden catalogarse como entretenimiento turístico para los adultos mayores?

Podrías encontrar actividades locales, son personas que cuando se jubilan pasan a tener mucho tiempo disponible, eso quiere decir que cualquier plan interesante es bueno para ellos, todo lo que tú les puedas ofrecer, por ejemplo le haces un paseo al orquidiario es fantástico se te anotan un monto de personas, los llevas al malecón les encanta porque van a pasear, después les dices nos reunimos aquí para el cafecito y ellos felices de la vida, normalmente cuando somos activos laboralmente no tenemos tiempo y la parte de ocio te queda bastante limitada. Con ellos es lo contrario, quieren ocupar todo ese tiempo con actividades que les represente diversión o que les represente algún tipo de significado. También hacen el turismo local, por ejemplo, hoy se van a playas y se reúnen 10 o 15 personas, de repente se van a Bucay, se organizaban en un bus y pasaban todo el día allá. También local como país, todos estos sitios que pueden considerar turísticos es interesante

poderlo hacer, ahora te miran mucho también la parte económica, a diferencia de una persona que viva en el extranjero y que pueda pagar un viaje triple A, los que vive acá buscan un viaje en termino intermedio, ya que el tema de jubilación debe de considerarlos para sus gastos (medicina, alimentación, citas médicas) adicional sus actividades como cumpleaños, etc., debe sacarlo de ese dinero.

3. En base a su experiencia ¿cuáles son las tendencias en el sector de turismo de entretenimiento?

Creería que lo relacionado con la cultura, ecoturismo, la aventura, algo que ha venido tomando fuerza es el turismo por medio de crucero, tienes todas las comodidades a la mano y con precios muy accesibles.

3.1 Y ¿en servicios para adultos mayores?

Considero que los cruceros, tienes todo y ellos se pueden distraer muchos, es más me atrevo a decir que hay un gran porcentaje de adultos mayores que les gustaría ir en cruceros.

4. ¿Ud. considera que en Ecuador existe un servicio entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor? ¿por qué?

Mmm sabes que yo no lo he escuchado realmente, no, y yo estuve muy cerca de ellos estuve en un centro gerontológico donde realmente si hacían algunos paseos es como los que te mencione, que si se iban un día a la playa, se los llevaban al Ocean Club, pero por ejemplo ahí no se podían bañar en el mar, tal vez no era muy atractivo para ellos, también escuche alguna vez a una hacienda en Bucay bueno ahí si la disfrutaron algunos grupos, Mmm pero grupos exclusivos que se dedique a ellos muy poco y es algo que se puede explotar.

5. ¿Cree Ud. que cuando un adulto mayor realiza entretenimiento turístico mejora su estado anímico? ¿Por qué?

Muchísimo, muchísimo, ellos necesitan sentirse vivos, nosotros vivimos en una sociedad a nivel mundial donde al adulto mayor no se lo visibiliza entonces cuando tú empiezas a devolverles ese protagonismo ellos es como ellos vuelven a vivir, vuelven a tener ese rol protagónico en la vida.

Este tipo de actividades hace que ellos tengan ganas de vivir, una persona nunca deja de tener motivaciones o nunca deja de realizar proyectos, porque de hecho con ellos se trabaja proyectos de vida y puedes incluir los viajes en ese proyecto.

Se apegan mucho a la parte espiritual, por ejemplo, querer ir a conocer Israel, me quiero ir a México y quiero visitar la Virgen de Guadalupe, esos puntos son bastante importantes porque se relacionan mucho con la parte espiritual que ellos tienen.

Para este tipo de actividades hay que tener en cuenta sitios que sean de fácil acceso, hay

que tener lugares que no les representen caminar mucho, por ejemplo, si se los lleva a un paseo como Galápagos a tortuga bay donde hay que caminar 3 o 4 kilómetros, no todos van a ir, hay que considerar espacios para ellos, no pueden ir a cualquier parte, debe ser un entorno amigable para ellos.

6. ¿Cree Ud. que el adulto mayor tiene poder adquisitivo y pagaría por un servicio exclusivo de entretenimiento turístico?

No todos, muy pocos, esto se dejaría para un estrato social alto, que sí los hay, los que tiene un estrato social de vida alto por lo general la salida las hacen con su familia y se van de paseo y lo planifican una vez al año, para este otro grupo de adultos mayores que se encuentran en un nivel socio económico medio y que no han tenido la oportunidad de conocer muchos lugares y que lo quieren hacer en esta etapa de la vida.

Ahora hay realidades y realidades, pueden tener el poder adquisitivo para hacerlo y de repente no cuentan con el apoyo, la realidad del adulto mayor es muy diverso, puede tener el poder adquisitivo pero su estado de salud no se lo permite, son muchas condiciones, todos envejecemos, pero cada uno tiene una particularidad y dependiendo de su historia de vida y de su estilo de vida también.

7. ¿Qué destinos o lugares considera Ud. que pueden ser los más solicitados por adultos mayores?

Nacionales, hay que buscar lugares cerca, por ejemplo, si se los van a llevar en transporte para un viaje a Quito van a llegar adoloridos, cansados, no es el objetivo, hay que buscar destinos cercanos, mm tal vez Cuenca, igual hay que considerar varias paradas, por ejemplo, a Cuenca después de un par de horas de viajes debes parar en un lugar donde ellos puedan bajar, puedan ir al baño, donde puedan regular su presión, porque los llevas de una presión de costa a una presión de sierra. Vas a viajar con muchas personas hipertensas, deben considerar llevar una enfermera, esa es la consideración que deben tomar en cuenta por tema de seguridad, de ahí destinos cercanos, todos los que vean novedosos, bonito, cómodo, confort, oportunidad de divertirse son destinos potenciales para ellos, con una buena promoción lo pueden hacer.

8. ¿Cree Ud. que los adultos mayores hoy en día usan canales digitales para estar informados? ¿detallar que medios?

A ver la pandemia abrió una puerta bastante grande y esa fue la tecnología, hay un gran grupo de adulto mayor que se quedó fuera de la tecnología, pero sabemos que nosotros entramos a una nueva era y esta nueva era fue la comunicación a través de las redes sociales eso lo marco la pandemia, la única forma de comunicarse con el mundo exterior, fuera de

sus casas eran los teléfonos, las tabletas, las computadoras, entonces adquirieron mucha habilidad para el manejo de estos recursos.

¿Qué medios tú creer que ellos más utilizan, que son más atractivos para ellos, que son más fáciles? Tu puede utilizar WhatsApp porque cadenas van cadenas viene, les encantan, todos los grupos, como plataformas ellos se quedaron con Facebook, en Instagram los encuentras muy pocos, Facebook es una buena red donde los encuentras mayoritariamente.

9. ¿Cuántos días en promedio viaja por turismo un adulto mayor? ¿con que frecuencia? ¿En qué temporada?

Un fin de semana si es local, si es fuera del país unos 15 días.

La frecuencia depende de los costos, cuando los empaquetas sale mejor, pero todo depende del grupo objetivo al que quieran apuntar.

Si es actividades por ejemplo de un día, puede ser que los tengas todos los meses haciendo las actividades.

Si es un viaje como Quito donde son más días y que sería como unos 1.000 ellos lo pensarían más.

Hay muchos lugares en la playa donde se los puede llevar y no saldría tan caro. Hay que ver el tema del transporte que no es barato.

Pueden hacer un mix de viajes, uno corto como la playa y otro más largo como Quito.

En cualquier temporada del año, menos diciembre, de ahí cualquiera, por ejemplo, mayo mes de la madre ellos se reúnen y hacen actividades.

Ellos les encantan hacer actividades, por ejemplo, una tarde en Guayaquil y los llevas a un café. Siempre armado todo el paseo.

En los viajes, considerar actividades para que vayan entretenidos, que vayan cantando, recitando, que se les explique de pronto la historia del lugar donde van.

Hay que generarles entretenimientos, que cuando se termine el paseo y se bajen del bus digan que increíble que pasamos, todo el tiempo nos estuvieron motivando hacer cosas diferentes. Hay que mantener el grupo integrado, hacerlos sentir que ellos son el centro de todo.

Hay que promover el envejecimiento activo, hay que considerar actividad cerebral para que no exista una muerte neuronal temprana, hacer actividad física, aprender regularte emocionalmente.

10. ¿Qué opina si en el mercado aparece una empresa que brinde un servicio de turismo para adulto mayor, sería interesante?

Sería muy interesante, considero que tendría una gran acogida porque a ellos les gusta

viajar, conocer, hacer actividades que los distraiga, contar con un servicio así pensado y enfocado en el adulto mayor lo valoraran mucho, ellos se sentirán integrados a la sociedad.

11. ¿Qué características debería tener este negocio para que sea exitoso?

Que realmente esté enfocado para el adulto mayor, los lugares deben ser de fácil acceso para que realmente sea placentero y lo disfruten, las personas que brinden el servicio en las diferentes posiciones tengan un trato amable y hacerlos sentir importantes.

12. ¿Cuáles cree que deberían ser los aliados estratégicos para ofrecer servicios de entretenimiento turístico para el adulto mayor?

Mira todo lo que tú le puedas ofertar a ellos dentro de ese paseo que vas a organizar es válido, por ejemplo si vas hacer el viaje a Cuenca y te encuentras con el restaurante de parada de todo el mundo lo puedes hacer un aleado estratégico y te comunicas como un grupo de viaje, entonces tú te contactas con ellos he indicas que vas a llegar con un grupo de personas de estas características e indicar que necesitas que en el desayuno o hacer el contrato incluyendo el desayuno para que ellos no estén gastando, es preferible que le armen un solo paquete de todo y dices “vamos a para en la estación del km 50 en medio de la carretera y vamos servirnos un desayuno”, puedes tener este tipo de agencias que se dediquen actividades turísticas, les gusta mucho los paseos por la ciudad, les gustaría mucho recorrer las Iglesias, debe considera como aliado un prestador de servicios médicos que es importante, cuando tu vayas hacer el viaje al lugar donde se vayan a dirigir si tienen que saber por ejemplo con que hospitales cuentan o que dispensarios, cuáles son las facilidades de salud con las que podemos contar, porque puedes tener una baja de presión de cualquiera de ellos, ellos se emocionan y la presión se les puede subir, siempre de la mano con un profesional médico y cualquier actividad que quieran hacer, lo que se les ocurra, una visita a restaurantes, un operador turístico va hacer un gran aliado estratégico porque él va a manejar las actividades de la zona.

Lo más recomendable es tener todo el paquete armado para que ellos no tengan que desembolsar en el viaje ningún valor extra y que todo este organizado es preferible, por tiempo.

Pueden considerar viajes entre 15 a 20 personas, si se promociona de manera individual es más difícil que se anime, mejor es promocionarlo en un centro geriátrico, en algunos centros gerontológico y puedan promover en clubes de jubilados, clubes de personas con diabetes, hipertensión, entonces van organizando, puedes incluir clubes de personas con alzheimer, el IESS tiene algunos grupos, ahí se puede ofrecer este servicio.

Cuando trabajaba en le gerontológico había una agencia de viaje que les ofrecía este paseo,

de hecho, era un bus entero de personas que se iban, era un paquete de un día y los llevaron a la finca en Bucay, otro día a la playa. Anteriormente si lo hacían estos grupos paseos, pero no se toman en cuenta estas consideraciones de salud y comenzó a convertirse esto en un riesgo para el Centro Gerontológico por eso ellos la directora desistió de hacerlo, pero ellos se inscribían mucho en este tipo de actividades, pagaban un valor bastante reducido (realmente no me acuerdo).

13. ¿Qué recomendaciones especiales debemos tener en cuenta para realizar viajes turísticos con adultos mayores?

Consideración importante, tener a un doctor llevar un seguro médico que les permita viajar con ellos con tranquilidad, recomendaciones antes del viaje que son importantísimas, ellos deben mantenerse hidratados todo el tiempo, el adulto mayor no siente la necesidad de tomar agua pero necesita tomar agua así no quiera, porque la deshidratación los puedes descompensar, para las actividades o paseos que quieran hacer antes de eso deben preparar una lista de recomendaciones, tiene que llevar sus medicamentos, que lleven repelentes, sombreros, que lleven bloqueador, todas las recomendaciones necesarias. Le creo que deberían hacer un descargo de responsabilidad eso también es importante, cuanto viajan con un adulto mayor, ellos se dejan llevar por la emoción del paseo y a veces se olvidan un poco de su condición de salud. Un adulto mayor joven tiene menos probabilidades de que se descompense o se te enferme, pero si viajan con un adulto mayor de más edad tiene más probabilidades de que tengan dificultades, también los viajes largos no son muy recomendados para ellos si es por transporte ahora si es por avión es otra cosa, pero también tienes que considerar ahí sus condiciones. Se debe considerar las condiciones de cada uno, por ejemplo, la alimentación, no todos pueden comer lo mismo, si comen frutas no pueden comer mucha fruta porque van a viajar con un gran número de diabético.

El llegar armar este paquete (condiciones de los adultos mayores) puede ser complicado, pero cuando realmente ya lo sacas van a tener un gran número de personas interesadas en hacerlo, es como cuando viajan familias con niños, también debes considerar un seguro médico para niños, hoy en día a todos se nos recomienda tener un seguro médico para viajes.

Los adultos mayores te van a observar cada cosa, ellos son muy cuidadosos con sus gastos, pero si tú lo empiezas a desglosar ello te van a decir, pero si estoy bien, tenemos los controles médicos; iguales por seguridad para ustedes como agencia más que para ellos mismo por cualquier eventualidad.

<https://drive.google.com/file/d/1wBL4j->

[ZhsiURBM4CC01_3_w55ixAY1kL/view?usp=sharing](https://www.researchgate.net/publication/351144441/ZhsiURBM4CC01_3_w55ixAY1kL/view?usp=sharing)

Anexo 2: Entrevista a profundidad con experto #2

ENTREVISTA 2	
Entrevista a:	Fernando Rivera
Pasatiempo:	Viajar y conocer el Ecuador
Ocupación:	Bróker de seguros
Entrevistado (a) Por:	Paola Vergel Costa

1. ¿Considera Ud. que a los adultos mayores les gusta viajar?

Si, por que la misma esencia de la persona es tener actividades, a veces existen ciertas condiciones que le puedan estar impidiendo que puedan realizar actividades.

2. ¿Qué actividades pueden catalogarse como entretenimiento turístico para los adultos mayores?

Las actividades que puedan hacer quizás lo más básico, el caminar por que es una actividad que va a ayudar a su estado mental, emocional y físico, para que el día a día pueda sentirse en la mejor forma.

3. En base a su experiencia ¿cuáles son las tendencias en el sector de turismo de entretenimiento?

Considero que la tendencia en este sector es a través de plataformas digitales, por ejemplo, ventas a través de Facebook, páginas web en la actualidad muchos navegamos e internet en busca de servicios turísticos, ya la forma de comprar ha cambiado.

3.1. Y ¿en Servicios para adultos mayores?

Plataformas digitales o espacios virtuales que faciliten al adulto mayor acceder de forma sencilla y que incluyan todo para simplificar el viaje; así mismo que inviertan en ofrecer una buena experiencia con ese servicio.

4. ¿Ud. considera que en Ecuador existe un servicio entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor? ¿por qué?

No, a menos que se haya difundido, pero no he escuchado.

5. ¿Cree Ud. que cuando un adulto mayor realiza entretenimiento turístico mejora su estado anímico? ¿Por qué?

Por supuesto, porque ya científicamente se ha comprobado que el ejercicio es una medicina más en para la persona, activa la energía de las células y eso hace que la persona pueda sentirse mejor.

6. ¿Cree Ud. que el adulto mayor tiene poder adquisitivo y pagaría por un servicio exclusivo de entretenimiento turístico?

Dependiendo de ese adulto mayor, en que ciudad viva, en Guayaquil si existe un segmento de personas que puede tener ese recurso económico para desarrollar esas actividades y pagar por eso.

En Guayaquil si existe un segmento de personas que pueden tener ese recurso económico para desarrollar esas actividades.

7. ¿Qué destinos o lugares considera Ud. que pueden ser los más solicitados por adultos mayores?

Dependiendo del estado de salud de las personas, pero el Ecuador tiene todos los recursos y todos los climas para que las personas puedan hacer actividades, vuelvo a repetir dependiendo de su estado de salud lo podrían hacer, como primera opción la Región Amazónica y también la Región Insular a otro nivel si es que pueden acceder.

Yo disfruto en todas las regiones del país, costa, sierra, Región amazónica, cada sector tiene su importancia y sus recursos hacen que uno pueda disfrutar de todas esas regiones.

Riobamba donde se hizo la primera Constitución del país, y tiene un entorno donde se pueden llevar a cabo actividades muy importantes, Chimborazo se ha convertido en un punto turístico nacional y más internacional, aunque parezca contradictorio, porque lo visitan más extranjeros; Cuenca también es una bonita ciudad, tiene sitios para conocer y actividades varias.

En las Costa el perfil costero, la ruta del sol o ruta del Spondylus que se puede disfrutar en cada punto.

Quito como capital tienen bastantes lugares históricos, la arquitectura de las iglesias de la época de la colonia de España, la mitad del mundo que es una ciudad en escala que se hizo, y los sectores aledaños Cayambe que es una ciudad que tiene bastante importancia y por sus recursos y el volcán.

8. ¿Cree Ud. que los adultos mayores hoy en día usan canales digitales para estar informados? ¿detallar que medios?

No todos, bueno los canales quizás Facebook, Instagram, WhatsApp.

9. ¿Cuántos días en promedio viaja por turismo un adulto mayor? ¿con que frecuencia? ¿En qué temporada?

3 días en promedio, con una frecuencia de 1 vez cada dos meses si es a otra Ciudad y si es un viaje corto podría ser 1 vez al mes; ninguna temporada en especial durante todo el año diría yo, quizás en especial los feriados en caso viajen con sus familiares.

10. ¿Qué opina si en el mercado aparece una empresa que brinde un servicio de turismo para adulto mayor sería interesante?

Sería una gran idea que una empresa de servicio turístico enfocada al adulto mayor empiece a funcionar en Ecuador, lo visualizo como un avance para el país, es un paso adelante como sociedad y definitivamente me gustaría usar dicho servicio.

11. ¿Qué características debería tener este negocio para que sea exitoso?

Rutas viables y con acceso para el adulto mayor, quizás rutas gastronómicas o paseos culturales y a iglesias; que tengan un trato amable y paciente para el adulto mayor y que cumplan con todo lo que ofrecen, que sean puntuales y siempre respondan al cliente.

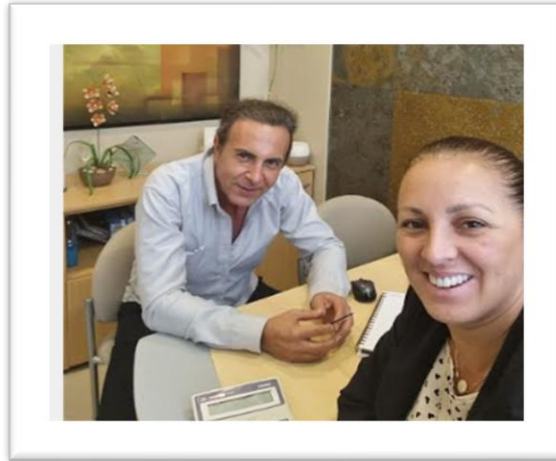
12. ¿Cuáles cree que deberían ser los aliados estratégicos para ofrecer servicios de entretenimiento turístico para el adulto mayor?

Operadores turísticos, que son empresas dedicadas a llevar y hacer conocer los lugares más importantes, ya que ellos cuentan con una infraestructura y guías que hacen que presenten los lugares más importantes de cada sitio que se pueda visitar.

13. ¿Qué recomendaciones especiales debemos tener en cuenta para realizar viajes turísticos con adultos mayores?

Deben tener mucha atención a personas mayores con preexistencias, es importante un botiquín y tener ubicadas clínicas más cercanas a cada ciudad donde realizan turismo; deben ser puntuales y escuchar al cliente.

<https://drive.google.com/drive/folders/1zYujfUkqEWeWK4SevOpeNJ8g6oRCU661?usp=sharing>



Anexo 3: Entrevista a profundidad con experto #3

ENTREVISTA 3

Entrevista a: **Lcda. Pamela Sotomayor**

Ocupación **Agente de Viajes (20 años de experiencia en el sector de turismo).**

Entrevistado (a) Por: **Mónica Mite**

1. ¿Considera Ud. que a los adultos mayores les gusta viajar?

Absolutamente si, les encanta viajar dentro y fuera del país.

2. ¿Qué actividades pueden catalogarse como entretenimiento turístico para los adultos mayores?

Les encanta viajar en cruceros, puesto que estos ofrecen servicios personalizados y precios convenientes, tales como comida, hospedaje, atracciones, etc.

3. En base a su experiencia ¿cuáles son las tendencias en el sector de turismo de entretenimiento?

La tendencia de turismo en lo nacional se inclina mucho hacia las playas, Ruta del Spondylus, Esmeraldas, Galápagos. También en la sierra, tiene mucha acogida Cuenca, Baños de Ambato y Loja.

3.1Y ¿en Servicios para adultos mayores?

Ellos se inclinan hacia los climas cálidos como las playas y en climas fríos buscan valles como en la Provincia de Azuay.

4. ¿Ud. considera que en Ecuador existe un servicio entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor? ¿por qué?

Existe, pero muy poco y no cubren totalmente las necesidades que ellos demandan.

5. ¿Cree Ud. que cuando un adulto mayor realiza entretenimiento turístico mejora su estado anímico? ¿Por qué?

Por supuesto, desde que lo planifican mejoran sus ánimos, se predisponen a disfrutar de su viaje, les genera mucha ilusión.

6. ¿Cree Ud. que el adulto mayor tiene poder adquisitivo y pagaría por un servicio exclusivo de entretenimiento turístico?

Por supuesto que sí, ellos suelen gastar sus ahorros en viajar, además de que en su mayoría son personas jubiladas que reciben pensiones mensuales. Ellos lo ven como una inversión en sus vacaciones, además que por su edad requieren de ciertas comodidades y exigencias acorde a sus necesidades.

7. ¿Qué destinos o lugares considera Ud. que pueden ser los más solicitados por adultos mayores?

Les gusta mucho viajar a lugares tranquilos, con el clima cálido, fuera del país buscan conocer países europeos y dentro del país prefieren la playa.

8. ¿Cree Ud. que los adultos mayores hoy en día usan canales digitales para estar informados? ¿detallar que medios?

Utilizan mucho Facebook o Instagram, pero solo para conocer acerca de algún servicio, al momento de comprar prefieren hacerlo de manera personal en una agencia de viajes o por medio de familiares, son muy temerosos de realizar pagos en línea, además que muy pocos saben cómo hacerlo.

9. ¿Cuántos días en promedio viaja por turismo un adulto mayor? ¿con que frecuencia? ¿En qué temporada del año?

- Si es fuera del país, y viajan a visitar a familiares, podría ser hasta por 2 meses, 1 vez en el año.
- En casos de viajes internacionales por turismo o compras, aproximadamente 10 días, 2 veces por año.

- Viajes dentro del país, los realizan en feriados o fines de semana y en promedio 3 veces al año.

10. ¿Qué opina si en el mercado aparece una empresa que brinde un servicio de turismo para adulto mayor sería interesante?

Sería de mucha acogida por parte de los adultos mayores la propuesta de viajar con grupos de personas a fines a ellos, en edad, salud, y preferencias, puesto que hay muchos que no tienen la compañía de familiares ya que ellos no disponen del tiempo libre para hacerlo y esto los limita a viajar

11. ¿Qué características debería tener este negocio para que sea exitoso?

Brindar asesoría permanente, así como seguridad para la toma de decisiones de sus clientes, seriedad en el cumplimiento del servicio ofrecido.

12. ¿Cuáles cree que deberían ser los aliados estratégicos para ofrecer servicios de entretenimiento turístico para el adulto mayor?

Las agencias de viajes, hoteles, empresas de transporte.

13. ¿Qué recomendaciones especiales debemos tener en cuenta para realizar viajes turísticos con adultos mayores?

- Al momento de seleccionar el destino visitar, considerar las limitaciones que ellos tienen, tales como caminatas muy largas o por caminos que les dificulten el acceso, lanchas para paseos por el mar o río. Asegurarse que cuenten con las facilidades que un adulto mayor requiere.
- Si son viajes fuera del país, proporcionarles los chips para líneas de telefonía celular internacional, es importante que estén comunicados con sus familiares.
- Siempre tener números telefónicos de familiares para casos de emergencia.
- Viajar con un seguro de viajes (tarjetas de asistencia al viajero) para atenciones médicas.

https://drive.google.com/file/d/175HimYZiEJ73GzocTekEXAWgBjhzP7GW/view?usp=s_haring



Anexo 4: Entrevista a profundidad con experto #4

ENTREVISTA 4

Entrevista a: Mgs. Cecilia Cárdenas

Ocupación Ex directora de Turismo de Portoviejo – Gerente de Puerto Parques.

Entrevistado (a) Por: Karina Romero

1. ¿Considera Ud. que a los adultos mayores les gusta viajar?

Si

2. ¿Qué actividades pueden catalogarse como entretenimiento turístico para los adultos mayores?

Las actividades que pueden catalogarse como entretenimiento turístico para los adultos mayores son aquellas que fomentan su bienestar físico, que les brindan vitalidad, energía y mejoran su estado de ánimo y por lo general no necesitan de mayor esfuerzo durante su desarrollo, estas pueden ser: caminatas en la playa, campo o bosque, disfrutar de la naturaleza como los ríos, cascadas o aguas termales, recorridos en bicicleta u otros medios de movilización de lugares con cultura e historia, observación de flora y fauna, etc.

3. En base a su experiencia cuales son las tendencias en el sector de TE

Ahora todo el mundo está tomando paquetes turísticos, la gente está aprovechando en viajar con paquetes turísticos que les incluyen todo, hoteles, comidas, entretenimiento, paseos, entradas a distintos atractivos turísticos como Cartagena, Medellín, Colombia, México, Punta Cana.

3.1 Y en Servicios para adultos mayores

Los espacios al aire libre, toda actividad que sea realice en este espacio es el preferido para ellos, y de igual manera viajar, aman viajar, y siempre buscan sus descuentos de tercera edad.

4. ¿Ud. considera que en Ecuador existe un servicio entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor? ¿por qué?

Ecuador dispone de varios atractivos y actividades turísticas que podrían ser realizadas y disfrutadas por los adultos mayores, pero lastimosamente no existe una oferta turística estructurada de manera adecuada por técnicos o profesionales en el área, que atienda este importante segmento del mercado y cubra estas necesidades.

5. ¿Cree Ud. que cuando un adulto mayor realiza entretenimiento turístico mejora su estado anímico? ¿Por qué?

Sí, totalmente mejoran su estado de ánimo, debido a que salen del encierro y cotidianidad y experimentan nuevas emociones al conocer lugares y realizar actividades que quizás nunca las habían realizado, lo cual genera felicidad.

6. ¿Cree Ud. que el adulto mayor tiene poder adquisitivo y pagaría por un servicio exclusivo de entretenimiento turístico?

Si, por lo general los adultos mayores reciben su fondo de jubilación y pensiones mensuales lo que les permite disponer de dinero para viajar y conocer nuevos lugares.

7. ¿Qué destinos o lugares considera Ud. que pueden ser los más solicitados por adultos mayores?

La playa, el campo, ciudades con alto contenido histórico y cultural.

8. ¿Cree Ud. que los adultos mayores hoy en día usan canales digitales para estar informados? ¿detallar que medios?

Si utilizan medios digitales para informarse como Facebook e Instagram.

9. ¿Cuántos días en promedio viaja por turismo un adulto mayor? ¿con que frecuencia? ¿En qué temporada del año?

Considero que viajan en promedio mínimo 3 veces al año, recordemos que la mayoría de ellos manejan su tiempo, no están sujetos a un horario establecido, y lo que más desean es recrearse y entretenerse.

10. ¿Qué opina si en el mercado aparece una empresa que brinde un servicio de turismo para el adulto mayor?

¡Bingo! Sería buenísimo, el mercado es altamente potencial, es un grupo objetivo bastante bueno que tal vez por falta de interés las personas no consideran este grupo como una oportunidad de negocio, falta explotar esta parte.

11. ¿Qué características debería tener este negocio para que sea exitoso?

Este segmento busca seguridad y una atención de calidad, si tienen estos 2 factores ellos estarán más que complacidos, y un adulto mayor feliz genera una cadena de boca a boca y ellos transmiten a su círculo y demás amistades acerca de las grandes experiencias que puedan tener.

12. ¿Cuáles cree que deberían ser los aliados estratégicos para ofrecer servicios de entretenimiento turístico para el adulto mayor?

Para poder generar una oferta turística estructurada de manera adecuada para los adultos mayores es necesario que exista una alianza entre el sector público y privado. El sector público para que genere la infraestructura turística necesaria y accesible a este segmento y el sector privado como los hoteles, restaurantes y agencias operadoras para que adapten sus servicios a las necesidades y cuidado que requiere los adultos mayores al desarrollar estos viajes.

13. ¿Qué recomendaciones especiales debemos tener en cuenta para realizar viajes turísticos con adultos mayores?

- Visitar lugares que involucre la realización de actividades que demande poco esfuerzo y que sean accesibles.
- Disponer de un botiquín con medicinas de acuerdo al estado de salud de los viajeros.
- Armar itinerarios flexibles.
- Estos viajes deben considerar la presencia de un médico que permita brindar la seguridad en caso de una emergencia.
- Tener mucho cuidado con la alimentación brindada a los adultos mayores, que puedan disfrutar de la gastronomía local, pero de manera adecuada.



Anexo 5: Entrevista a profundidad con experto #5

ENTREVISTA 5

Entrevista a: **Mgs. Nelly Pullas**

Ocupación **Concejala del turismo de Guayaquil**

Entrevistado (a) Por: **Karina Romero**

1. ¿Considera Ud. que a los adultos mayores les gusta viajar?

Sí, es uno de los grupos objetivos que mayo viaja.

2. ¿Qué actividades pueden catalogarse como entretenimiento turístico para los adultos mayores?

Obviamente por la condición de adultos mayores incluso con discapacidad, de recreación gastronómica, entonces por ejemplo pasear por plazas, avenidas, productos turísticos como en Guayaquil la calle Panamá, caminatas también por lugares y senderos que sean planos, eso también les gusta a los adultos mayores, playa también les gusta.

3. En base a su experiencia cuales son las tendencias en el sector de TE

Los cines que tuvieron tendencias como Pop Up, conciertos sí, pero no del tipo que estamos acostumbrados ahora sino de tipo así más relajante como saxofonista o un turismo en restaurantes con un grupo musical alegre, les gusta mucho eso.

3.1 Y en Servicios para adultos mayores

Básicamente el adulto mayor se mueve mucho por la visualización de productos turísticos y por la gastronomía, con visualización me refiero: parque seminario, malecón 2000 en donde tengan el paisajismo presente, las peñas, museos, museos especializados, ej. Si vas a un museo que no sean solamente guías de turismo sino además antropólogos, o sea un turismo especializado.

4. ¿Ud. considera que en Ecuador existe un servicio entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor? ¿por qué?

No he visto que haya un turismo especializado, pero lo que si hay un grupo de adultos mayores que hacen fondos de los jubilados para iniciar viajes y es un mercado objetivo.

5. ¿Cree Ud. que cuando un adulto mayor realiza entretenimiento turístico mejora su estado anímico? ¿Por qué?

Si obviamente porque ellos arman sus grupos entre los amigos de su edad o edades contemporáneas y arman los paquetes lo hacen con anticipación, además, la pandemia los ha vuelto a cuidarse muchísimo, pero otra vez se ha vuelto a escena ese tipo de turismo, gastan sí, porque ellos hacen fuente de ahorros planificado, o sea que hay el poder adquisitivo y fuerte.

6. ¿Cree Ud. que el adulto mayor tiene poder adquisitivo y pagaría por un servicio exclusivo de entretenimiento turístico?

Si obviamente porque ellos arman sus grupos entre los amigos de su edad o edades contemporáneas y arman los paquetes, lo hacen con anticipación, además, la pandemia los ha vuelto a cuidarse muchísimo, pero otra vez se ha vuelto a escena ese tipo de turismo, gastan sí, porque ellos hacen fuente de ahorros planificado, o sea que hay el poder adquisitivo y fuerte.

7. ¿Qué destinos o lugares considera Ud. que pueden ser los más solicitados por adultos mayores?

Yo creo que sol, playa, mucho por las asociadas a las enfermedades y todo el turismo de salud también es muy interesante para adultos mayores, el turismo especializado como pro ej. Turismo de avistamiento de pájaros, para ver flores orquídeas etc. Convenciones de salud por ej. También cierto nivel de artistas y definitivamente lo que

te había dicho de paisajismo.

8. ¿Cree Ud. que los adultos mayores hoy en día usan canales digitales para estar informados? ¿detallar que medios?

Si existe un gran número de adultos mayores que usaron en la pandemia se vieron obligados más aun a usar los canales digitales, redes sociales, más que nada redes sociales, Instagram, Facebook.

9. ¿Cuántos días en promedio viaja por turismo un adulto mayor? ¿con que frecuencia? ¿En qué temporada del año?

En la época que se acompañe mejor al clima, dependiendo si es costa o sierra, pero si es en costa por ej. La época de playa para ellos es todo el año interesante, yo creería que eso.

Yo creo que puede ser una vez al año de lo que he tenido la experiencia con adultos mayores, hay varios grupos que viajan durante todo el año.

10. ¿Qué opina si en el mercado aparece una empresa que brinde un servicio de entretenimiento turístico?

Que va a tener una nueva respuesta de los grupos que están generando paquetes a las diferentes operadoras.

11. ¿Qué características debería tener este negocio para que sea exitoso?

La característica que debe tener es sobre todo la asistencia, que cuente con un programa de asistencia en salud ante cualquier emergencia y que los medios de transportes sean bastantes confortables, que los lugares donde lleguen te brinden facilidades para subir y bajar por ej. Necesariamente tienen que tener ascensor, que los lugares donde vayan no tengan excesivo uso de escaleras, etc.

12. ¿Cuáles cree que deberían ser los aliados estratégicos para ofrecer servicios de entretenimiento turístico para el adulto mayor?

Definitivamente los retirados de la caja del seguro, donde ya existe un grupo objetivo que viaja y ahorra.

Las operadoras de turismo, hoteles que brindan estos espacios con atención para personas con discapacidad que tengan ascensor, que tengan gastronomía, por ej.

También es parte de esto la Perla, que es un producto bastante demandado por ellos.

13. ¿Qué recomendaciones especiales debemos tener en cuenta para realizar viajes turísticos con adultos mayores?

Las recomendaciones creo que las mismas que se manejan dentro del sector turístico para los demás y además que tengan facilidades para la movilización de adultos mayores y que el personal tenga muchísimo carisma para escuchar para atender que es lo que más anhela el adulto mayor para que tú puedas compartir el tiempo con ellos.

https://drive.google.com/drive/folders/1i1m2EvepOYogx_Y7jXF3xBQPUMt7alqf?usp=sharing



Anexo Focus group

Focus Group 1: Se realiza con 3 participantes adultos mayores, de forma presencial.

https://drive.google.com/file/d/106rtlsBFyEx7SH8SO7vtc8W28A_Ztrgt/view?usp=drivesdk

Anexo 6: Focus group #1 presencial



Focus Group 2: Se realiza con 6 participantes adultos mayores, por medio de la plataforma Zoom.

Anexo 7: Focus group #2 via Zoom



<https://drive.google.com/file/d/1cnE4KVlajvtK7HKmg2Z3PBpTxpq55tQ9/view?usp=sharing>

Anexo de encuestas online para potenciales clientes: 400

Encuesta online para adulto mayor

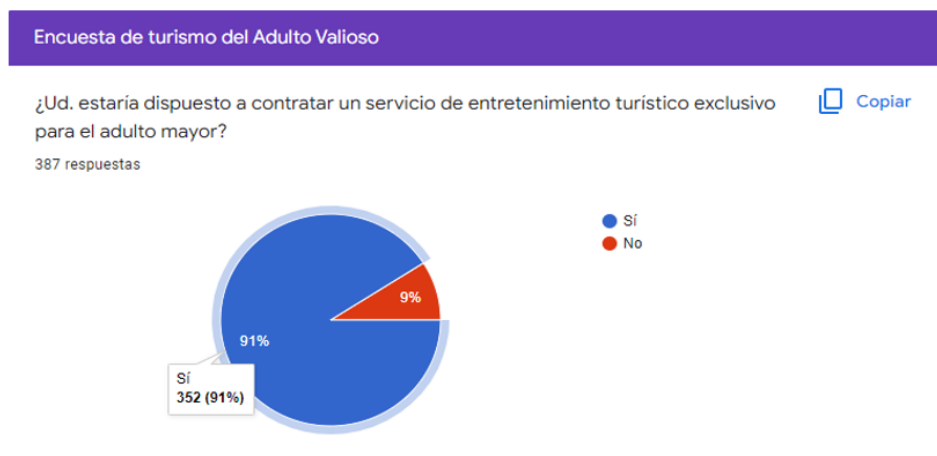
Esta encuesta esta direccionada a 400 adultos mayores con el objetivo de conocer sus preferencias, tendencias de consumo y su emocionalidad al viajar.

Anexo 8: Pregunta encuesta#1



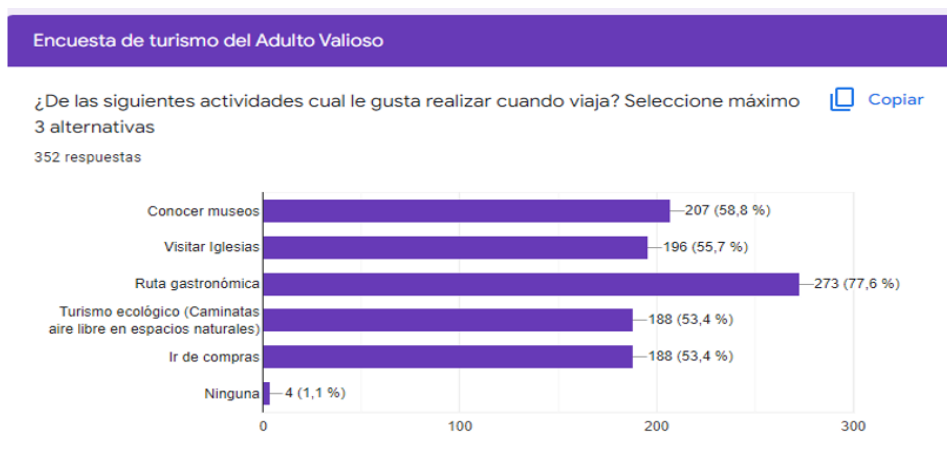
El 96,8% de los encuestados les gusta viajar dentro del país.

Anexo 9: Pregunta encuesta #2



El 91% de los adultos mayores están dispuestos a contratar un servicio exclusivo de entretenimiento.

Anexo 10: Pregunta encuesta #3



Las actividades que más les gusta realizar son:

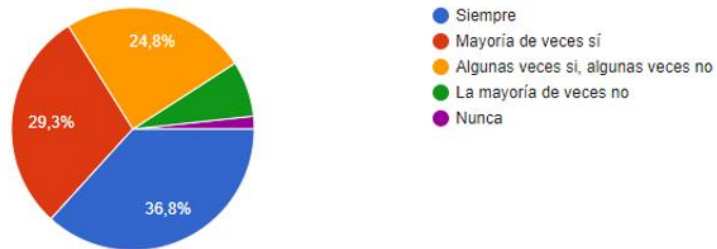
- Ruta Gastronómica 77,6%
- Conocer Museos 58,8%
- Visitar Iglesias 55,7%
- Turismo ecológico 53,4%
- Ir de compras 53,4%
- Ninguna 1,1%

Anexo 11: Pregunta encuesta #4

¿Cuándo usted viaja le gusta hacer nuevos amigos?

 Copiar

351 respuestas



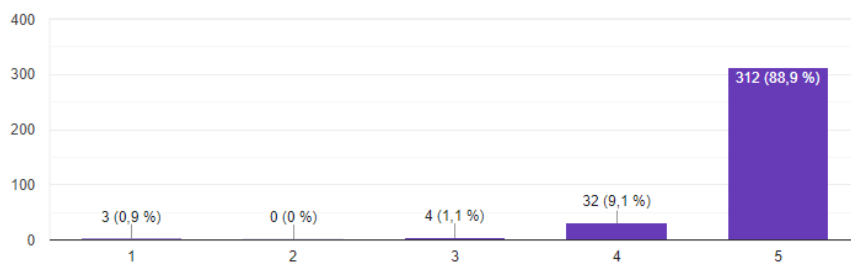
- Siempre 36,80%
- Mayoría de veces sí 29,30%
- Algunas veces sí, algunas veces no 24,80%
- La mayoría de veces no 7,4%
- Nunca 1,7 %

Anexo 12: Pregunta encuesta #5

Califique del 1 al 5 las características que debería brindar un servicio turístico para que Ud. lo contrate (siendo 1 menos importante y 5 más importante)

 Copiar

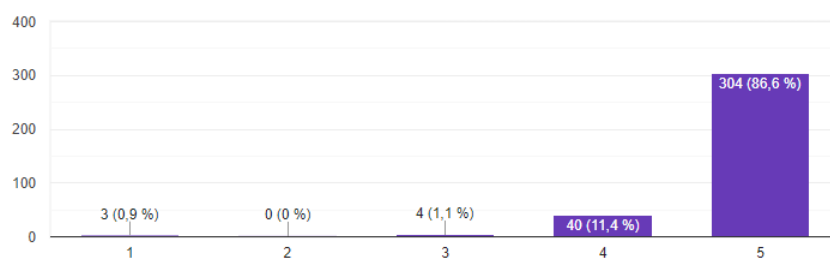
351 respuestas



Calidad en el servicio.

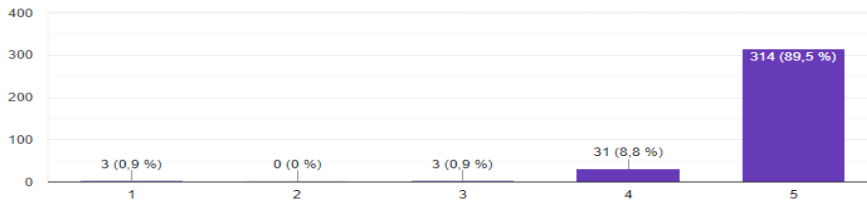
 Copiar

351 respuestas



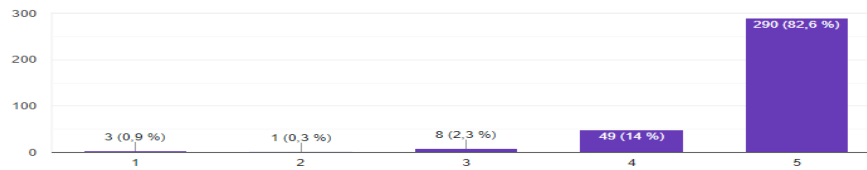
Seriedad
351 respuestas

 Copiar



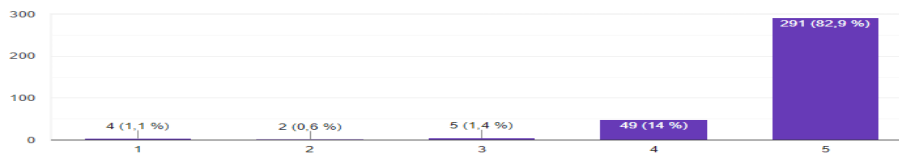
Tranquilidad.
351 respuestas

 Copiar



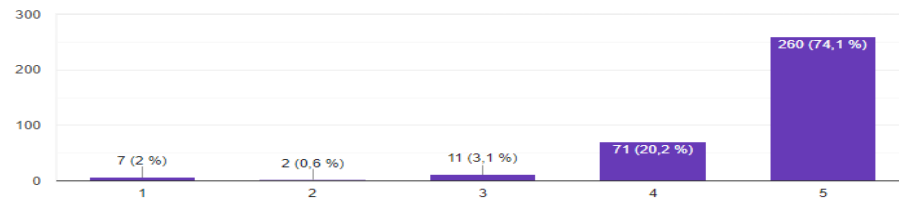
Comodidad.
351 respuestas

 Copiar



Servicio personalizado.
351 respuestas

 Copiar

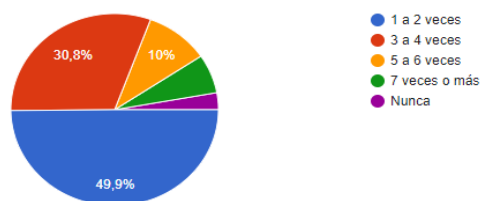


Dentro de la encuesta quisimos conocer cuáles son las principales características que el adulto mayor valora al momento de solicitar un servicio turístico, dentro de las 5 opciones tenemos con un 89,5% la seriedad, como segundo más importante con un 88,9% seguridad y en tercer lugar tenemos calidad de servicio con un 86,6%

Anexo 13: Pregunta encuesta #6

Indique cuántas veces al año Ud. viaja localmente
351 respuestas

 Copiar



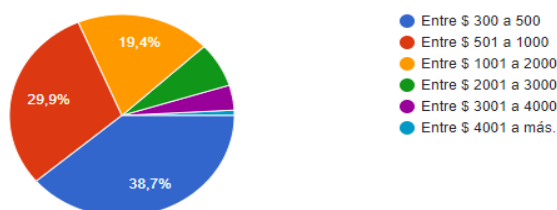
- 1 a 2 veces 49,90%
- 3 a 4 veces 30,80%
- a 6 veces 10%
- veces o más 6,60%
- Nunca 2,80%

Anexo 14: Pregunta encuesta #7

¿Cuál sería el presupuesto anual que Ud. considera para el rubro de entretenimiento turístico?

 Copiar

351 respuestas



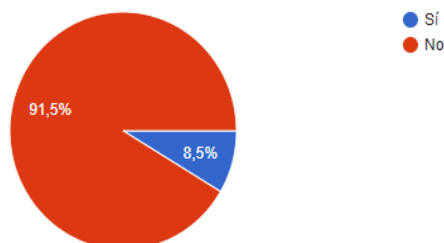
- | | |
|-------------------------|--------|
| ▪ ENTRE \$300 a \$500 | 38,70% |
| ▪ ENTRE \$501 a \$1000 | 29,90% |
| ▪ ENTRE \$1001 a \$2000 | 19,40% |
| ▪ ENTRE \$2001 a \$3000 | 7,10% |
| ▪ ENTRE \$3001 a \$4000 | 4% |
| ▪ ENTRE \$4001 a más | 0,1% |

Anexo 15: Pregunta encuesta #8

¿Conoce Ud. alguna empresa que ofrece servicios de entretenimiento turístico exclusivo para adultos mayores en Ecuador?

 Copiar

351 respuestas



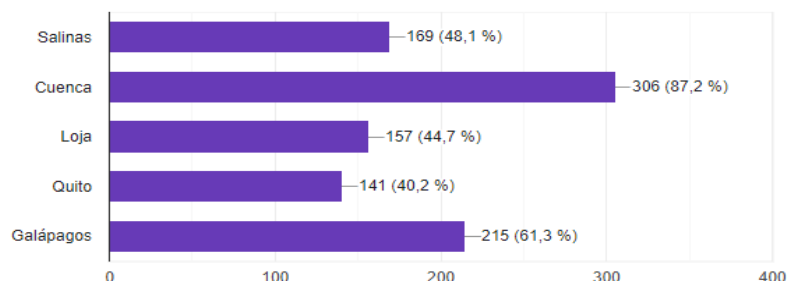
El 91,50% indica que no conoce una empresa de entretenimiento turístico y el 8,50% sí.

Anexo 16: Pregunta encuesta #9

9. ¿Cuáles de los siguientes destinos turísticos escogería para viajar? Seleccione máximo 3 alternativas

[Copiar](#)

351 respuestas



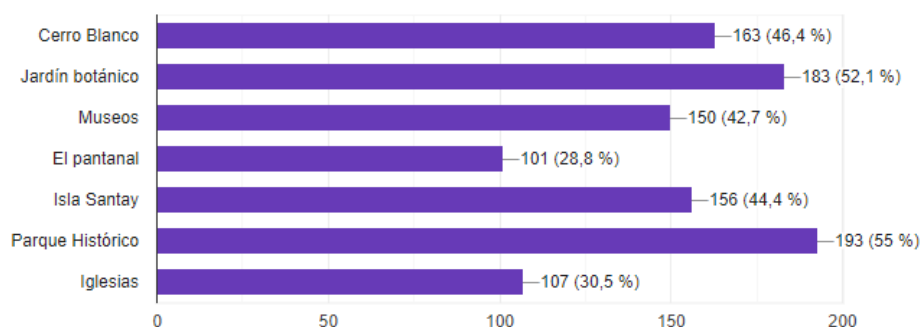
- Cuenca 87,20%
- Galápagos 61,30%
- Salinas 48,10%
- Loja 44,70%
- Quito 40,20%

Anexo 17: Pregunta encuesta #10

10. ¿Qué lugares dentro de Guayaquil le gustaría conocer? Seleccione máximo 3 alternativas

[Copiar](#)

351 respuestas



- Parque Histórico 55%
- Jardín Botánico 52,10%
- Cerro Blanco 46,40%
- Isla Santay 44,4%
- Museos 42,70%
- Iglesias 30,50%
- El Pantanal 28,80%

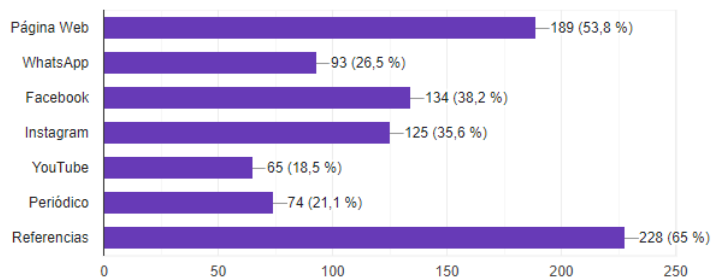
Anexo 18: Pregunta encuesta #11

11 ¿Cuál es el medio que Ud. utiliza para buscar servicios o destinos turísticos?

 Copiar

Seleccione máximo 3 alternativas

351 respuestas

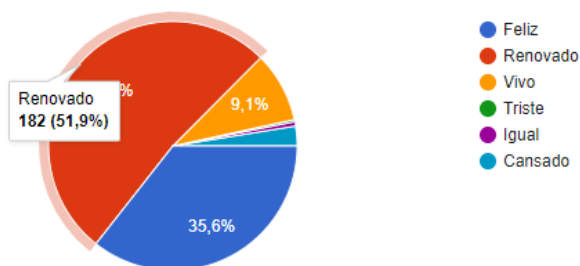


- Referencias 65%
- Página Web 53,80%
- Facebook 38,20%
- Instagram 35,60%
- WhatsApp 26,50%
- Periódico 21,10%
- YouTube 18,50%

Anexo 19: Pregunta encuesta #12

12 ¿Después de realizar un viaje por turismo o paseo Ud. se siente?

351 respuestas

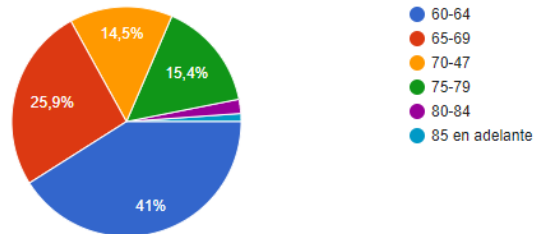


- Renovado 51,90%
- Feliz 35,60%
- Vivo 9,10%
- Cansado 2,60%
- Igual 0,60%
- Triste 0,30%

Anexo 20: Pregunta encuesta #13

¿Su rango de edad es?

351 respuestas



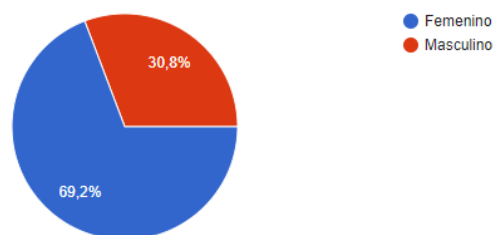
EDAD

- 60-64 41%
- 65-69 25,90%
- 70-74 14,50%
- 75-79 15,40%
- 80-84 2%
- 85 en adelante 1,1%

Anexo 21: Pregunta encuesta #14

14 ¿Cuál es su sexo?

351 respuestas



Género

- femenino 69,20%
- masculino 30,80%

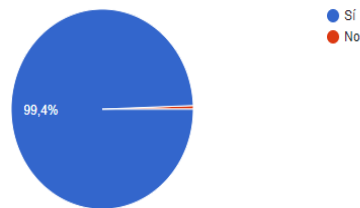
Anexo de encuestas online para potenciales clientes: 173

173 respuestas

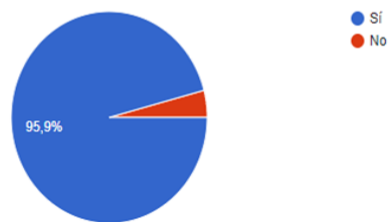


Anexo 22: Pregunta encuesta 2 # 1 y #2

¿Le gusta viajar dentro país?
173 respuestas



¿Le gusta realizar paseos por un día?
170 respuestas



Al 99.4% de los encuestados les gusta viajar dentro del país, esto refleja la apertura a oferta turística nacional.

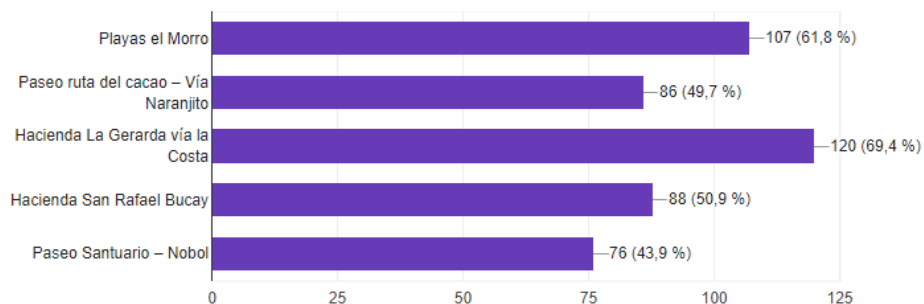
Al 95.9% de los encuestados les gusta realizar paseos por un día.

Anexo 23: Pregunta encuesta 2 #3

De los siguientes destinos turísticos indique ¿Cuáles le gustaría escoger para visitar? [Copiar](#)

seleccione máximo 3 alternativas.

173 respuestas



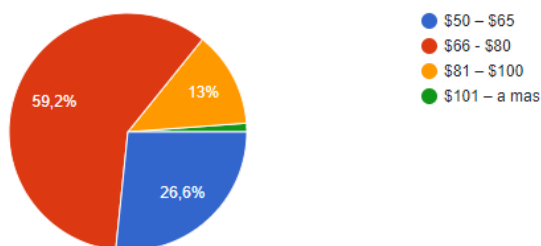
Nuestras propuestas de rutas turísticas tienen aceptación en el siguiente orden de preferencia.

- Hacienda La Gerarda con 69.4%
- Playas El Morro con 61.8%
- Hacienda San Rafael con un 50.9%
- Paseo Ruta del Cacao con un 49.7%
- Paseo Santuario- Nobol con un 43.9%

Anexo 24: Pregunta encuesta 2 #4

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para realizar un viaje turístico por el día que incluya: "Transporte, comidas, guía turístico, enfermera y entradas a sitios turísticos"?

169 respuestas

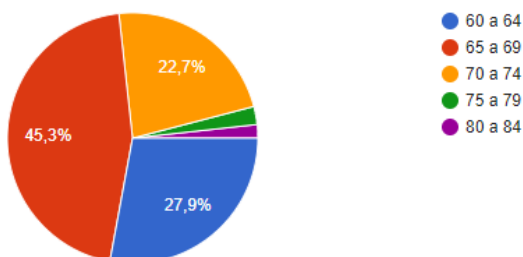


- El 59.2% está dispuesto a pagar por un paseo de un día un rango de \$66 a \$80.
- El 26.6% está dispuesto a pagar por un paseo de un día un rango de \$50 a \$65.
- El 13% está dispuesto a pagar por un paseo de un día un rango de \$81 a \$100.
- El 1.2% está dispuesto a pagar por un paseo de un día un rango de \$101 a más.

Anexo 25: Pregunta encuesta 2 #5

Su rango de edad es

172 respuestas



De los encuestados el 45.33% esta en la franja etaria de 65-69 años.

De los encuestados el 27.9% esta en la franja etaria de 60-64 años.

De los encuestados el 22.7% esta en la franja etaria de 70-74 años.

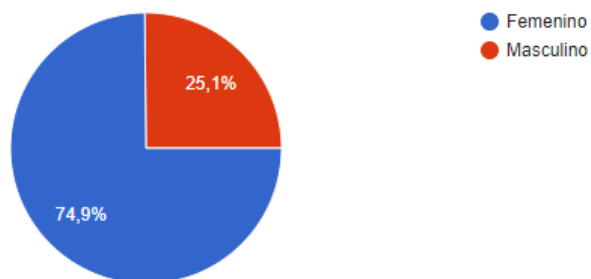
De los encuestados el 3% esta en la franja etaria de 75-79 años.

De los encuestados el 1.7% esta en la franja etaria de 80-84 años.

Anexo 26: Pregunta encuesta 2 #6

¿Cuál es su sexo?

171 respuestas



De los encuestados el 74.9% de los encuestados son de sexo femenino.

De los encuestados el 25.1% de los encuestados son de sexo masculino.