



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

**ESTUDIO SOBRE LAS NECESIDADES DE LOS JUBILADOS DE
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL PRIMER SEMESTRE DEL
AÑO 2014**

AUTORES:

**ORBE AGUILAR, KAREM STEPHANIE
HIDALGO RAMÍREZ, MARÍA DE FÁTIMA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: INGENIERA COMERCIAL.**

TUTOR:

ING. SÁNCHEZ PARRALES, CARLOS EDUARDO, MGC.

**GUAYAQUIL, ECUADOR
2014**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Karem Stephanie, Orbe Aguilar y María De Fátima, Hidalgo Ramírez como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**.

TUTOR

Ing. Sánchez Parrales, Carlos Eduardo, Mgc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Vergara Pereira Darío Marcelo, Mgs.

Guayaquil, Octubre del 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, Karem Stephanie Orbe Aguilar y María De Fátima Hidalgo

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación “**Estudio sobre las necesidades de los jubilados de la ciudad de Guayaquil en el primer semestre del año 2014**” previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial., ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

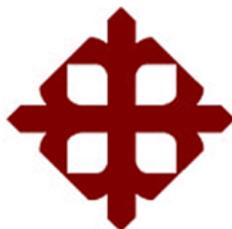
En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, Octubre del 2014

AUTORAS

Karem Stephanie, Orbe Aguilar

María De Fátima, Hidalgo Ramírez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, Karem Stephanie, Orbe Aguilar y María De Fátima Hidalgo

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio sobre las necesidades de los jubilados de la ciudad de Guayaquil en el primer semestre del año 2014”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Octubre del 2014

AUTORAS:

Karem Stephanie, Orbe Aguilar

María De Fátima Hidalgo Ramírez

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios, por brindarnos las capacidades que nos han ayudado a conseguir nuestros objetivos.

A nuestras familias, ya que su apoyo incondicional fue fuente de inspiración y motivación para cumplir con este reto.

A los catedráticos de la Universidad, por brindarnos conocimientos durante cinco años, para poder llevar a cabo este proyecto.

También queremos agradecer a amigos y compañeros de aulas, con quienes vivimos la época universitaria que siempre será recordada con cariño.

Finalmente, a nuestro tutor, por habernos guiado durante este proceso académico.

Orbe Aguilar, Karem Stephanie
Hidalgo Ramírez, María De Fátima

DEDICATORIA

Quisiera dedicar este proyecto a mi familia, que son los pilares fundamentales de mi vida, que con su apoyo e inspiración he logrado alcanzar grandes retos para compartirlos con ellos.

A mi padre por ser mi gran guía, mi madre por su inspiración y amor y a mis hermanos que son mi alegría, por los que me esfuerzo para poder ser un buen ejemplo a seguir.

A las personas que estuvieron a mi lado durante todo este proceso.

Dedico este proyecto a los profesores que me brindaron los conocimientos necesarios para poder desarrollar esta idea.

Orbe Aguilar, Karem Stephanie

Esta tesis va dedicada a Dios, guía y luz en todo momento; a mi madre y padre y hermanos, que son la base fundamental de mi vida, sin el apoyo de ellos no hubiese logrado este título, y las palabras no serían suficientes para demostrarles mi gratitud hacia su comprensión y consejos en todo momento.

A mis profesores de la universidad, que con sus conocimientos lograron despertar en mí las ganas de seguir aprendiendo y emprendiendo en cosas nuevas todos los días.

A mi compañera de tesis que supo tener liderazgo y enfoque, gracias al soporte y motivación, hoy estamos entregando este trabajo de titulación

A mis amigos que con su compañía supieron ayudar a aligerar la carga, dando apoyo siempre. A los Jubilados, que con su ejemplo a seguir demuestran que todo en la vida tiene su recompensa.

Hidalgo Ramírez, María De Fátima



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

Ing. Sánchez Parrales, Carlos Eduardo, Mgc.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	xvi
INTRODUCCIÓN	17
CAPITULO I: PROBLEMA	18
1.1 Planteamiento del problema	18
1.2 Justificación del tema	19
1.3 Justificación académica del tema.....	21
1.4 Delimitación del proyecto.....	22
1.4 Objetivos del Proyecto.....	22
1.4.1 Objetivo General.....	22
1.4.2 Objetivos Específicos	22
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	23
2.1 Cambios Económicos	24
2.2 Cambios Sociales	25
2.3 Marco Legal	26
2.3.1 Adultos y Adultas mayores.....	27
2.3.2 Beneficios de jubilados	28
2.3.3 Plan Nacional del Buen Vivir.....	29
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
3.1 Estudio de Mercado.....	30
3.2 Objetivos del estudio de mercado	31
3.3 Tipos de investigación.....	31
3.3.1 Investigación descriptiva.....	31
3.3.2 Técnicas de la Investigación Descriptiva	32
3.4 Investigación Cuantitativa.....	32
3.5 Población	33
3.6 Muestra	33
3.6.1 Identificar el Marco Muestral.....	34

3.6.2 Tamaño de muestra	34
3.6.3 Cálculo de la muestra.....	36
CAPITULO IV: INVESTIGACIÓN DE MERCADO	37
4.1 Investigación de mercados	37
4.2 Fuentes de Información	37
4.2.1 Tipos de Fuentes de Información	38
4.2.2 Fuentes Primarias	38
4.2.3 Fuentes Secundarias	38
4.2.4 Selección de fuentes de información.....	39
4.3 Formato de la encuesta	39
4.3.1 Filtro de Clasificación.....	40
4.3.2 Emociones	41
4.3.3 Hábitos	42
4.3.4 Percepción de roles en la sociedad	46
4.3.4.1 Técnicas proyectivas	46
4.3.5 Deseos y Anhelos.....	48
4.3.5.1 Módulo Viajes.....	49
4.3.5.2 Módulo Vida lejos de la ciudad.....	50
4.3.5.3 Módulo Tecnología	50
4.3.5.4 Módulo Propia empresa.....	51
4.3.5.5 Módulo Casa propia.....	51
4.3.5.6 Módulo Salud.....	52
4.3.6 Cálculo del Nivel Socioeconómico	53
CAPITULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS	55
5.1 Resultados de la Investigación	55
5.2 Emociones	56
5.2.1 Mensajes inculcados a su familia.....	58
5.3 Hábitos	59
5.3.1 Distribución de tiempo	59
5.3.2 Actividades de días Entre semana y Fines de Semana.....	59
5.3.3 Uso del Internet.....	60
5.3.4 Hábitos de Compra	62

5.3.5 Necesidades dentro del Mercado Ecuatoriano	64
5.3.5.1 Matriz de Importancia - Satisfacción	65
5.4 Percepción de roles en la sociedad	66
5.4.1 Definición sobre sí mismo	66
5.4.2 Percepción de definición que otorga la sociedad.....	66
5.4.3 Personalidad.....	67
5.4.4 Análisis de técnicas proyectivas	68
5.4.4.1 Técnica: Completar la Frase	68
5.4.4.2 Técnica: “La Fiesta”	69
5.5 Deseos y Anhelos.....	71
5.5.1 Preocupaciones	71
5.5.2 Deseos y Metas por cumplir.....	72
5.5.2.1 Módulo Viajes.....	73
5.5.2.2 Módulo Vivir alejado de la ciudad	74
5.5.2.3 Módulo Tecnología	75
5.5.2.4 Módulo Empresa propia.....	75
5.5.2.5 Módulo Casa Propia	76
5.5.2.6 Módulo Salud.....	76
5.5.3 Proyección a 5 años	78
5.6 Nivel Socioeconómico.....	79
CAPITULO VI: PLAN DE NEGOCIO.....	80
6.1 Desarrollo del proyecto	80
6.2 Resumen ejecutivo	80
6.2.1 Objetivos del negocio	82
6.3 Plan Administrativo	82
6.3.1 Constitución Agencia de Viajes - Operadora Turística.....	82
6.3.2 Tipos de Agencia.....	83
6.3.2.1 Agencia de viajes operadoras.....	83
6.3.3 Análisis del mercado.....	84
6.3.3.1 Definición del negocio.....	84
6.3.3.2 Descripción del servicio a desarrollar	85
6.3.3.3 Paquetes Turísticos.....	85

6.3.4 Análisis de la demanda	86
6.3.5 Perfil del consumidor.....	87
6.3.6 Organigrama.....	88
6.3.7 Funciones del cargo	88
6.3.8 Análisis de la oferta	89
6.3.9 Análisis de los precios	90
6.3.10 Matriz FODA	91
6.4 Plan de Marketing	92
6.4.1 Estrategia de Mercado.....	92
6.4.2 Análisis de las 4P's del Marketing	93
6.4.2.1 Producto.....	93
6.4.2.2 Itinerario de Viaje por Paquete Turístico	93
6.4.2.3 Precio	101
6.4.2.4 Plaza	102
6.4.2.5 Promoción.....	102
6.5 Plan Financiero	104
6.5.1 Sueldos del Personal.....	104
6.5.2 Gastos de Suministros y Servicios Básicos	105
6.5.3 Muebles y Equipos de Oficina	105
6.5.4 Inversión Inicial.....	106
6.5.5 Depreciaciones y Amortizaciones.....	107
6.5.6 Financiamiento de la Inversión	108
6.5.7 Financiamiento.....	108
6.5.8 Situación Inicial de la Empresa	109
6.5.9 Costos Operativos.....	110
6.5.10 Ingresos	110
6.5.11 Proyección de Ingresos	111
6.5.12 Gastos Generales Mensuales	112
6.5.13 Proyección de Gastos Generales	113
6.5.14 Proyección de Costos Operacionales.....	113
6.5.15 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	114
6.5.16 Flujo de Caja	115

6.5.17 Indicadores de rentabilidad	115
6.5.18 El valor Actual Neto (VAN)	116
6.5.19 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	116
6.5.20 Criterios de aceptación o rechazo.	116
6.5.21 Análisis de Indicadores.....	117
6.5.22 Escenarios Financieros.....	117
6.6 Plan Operativo.....	118
6.6.1 Venta y Realización del Servicio	118
6.6.1.1 Atención al cliente	118
6.6.1.2 Información	119
6.6.1.3 Venta.....	119
6.6.1.4 Servicio.....	120
6.6.1.5 Post-venta	120
CONCLUSIONES.....	121
BIBLIOGRAFÍA	123
ANEXOS	125
Anexo 1 – Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011.....	125
Anexo 2 – Costos Mensuales	126
Anexo 3 – Ingresos Mensuales.....	127
Anexo 4 – Modelo de Encuesta.....	128
Anexo 5 – Informe Urkund.....	134
Anexo 6 – Informe tutor	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Teorías sobre los cambios sociales ligados al envejecimiento	26
Tabla 2 Módulos de Encuesta.....	49
Tabla 3 Paquetes Turísticos.....	86
Tabla 4 Precio por paquetes turísticos	101
Tabla 5 Precios publicidad Medio Prensa Escrita	103
Tabla 6 Sueldos del Personal.....	104
Tabla 7 Gastos de Suministros y Servicios Básicos	105
Tabla 8 Muebles y Equipos de Oficina	105
Tabla 9 Equipos de Cómputo.....	105
Tabla 10 Inversión Inicial.....	106
Tabla 11 Cálculo de Depreciaciones	107
Tabla 12 Cálculo de Amortizaciones	107
Tabla 13 Financiamiento de la Inversión	108
Tabla 14 Financiamiento	109
Tabla 15 Balance Inicial	109
Tabla 16 Costos Operativos.....	110
Tabla 17 Ingresos	111
Tabla 18 Proyección de Ingresos	111
Tabla 19 Gastos Generales Mensuales	112
Tabla 20 Proyección de Gastos Generales	113
Tabla 21 Proyección de Costos Operacionales.....	113
Tabla 22 Proyección Estado de Pérdidas y Ganancias.....	114
Tabla 23 Flujo de Caja	115
Tabla 24 Indicadores Financieros	117
Tabla 25 Escenario Optimista	117

Tabla 26 Escenario Conservador	118
Tabla 27 Escenario Pesimista	118

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Población de la provincia del Guayas	35
Ilustración 2 Población de Jubilados en el Guayas	35
Ilustración 3 Fuentes de información	39
Ilustración 4 Filtro de Clasificación.....	40
Ilustración 5 Emociones	41
Ilustración 6 Hábitos	42
Ilustración 7 Hábitos 2	43
Ilustración 8 Hábitos de compra.....	44
Ilustración 9 Percepción de Roles.....	46
Ilustración 10 Deseos y Anhelos.....	48
Ilustración 11 Módulo Viajes	49
Ilustración 12 Módulo Vida lejos de la ciudad	50
Ilustración 13 Módulo Tecnología	50
Ilustración 14 Módulo Propia Empresa	51
Ilustración 15 Módulo Casa Propia	51
Ilustración 16 Módulo Salud.....	52
Ilustración 17 Visualización 5 años	53
Ilustración 18 Estratos de Nivel Socioeconómico	53
Ilustración 19 Clasificación Nivel Socioeconómico	54
Ilustración 20 Edades	55
Ilustración 21 Tiempo de jubilación.....	56
Ilustración 22 Resultados Emociones	57
Ilustración 23 Resultados Mensajes inculcados a su familia.....	58
Ilustración 24 Resultados Distribución de Tiempo	59
Ilustración 25 Resultados Actividades Realizadas	60

Ilustración 26 Resultados Afiliación a Redes Sociales.....	61
Ilustración 27 Actividades que realiza en internet.....	62
Ilustración 28 Resultados Lugares de Compra	62
Ilustración 29 Resultados Compra de artículos personales	63
Ilustración 30 Matriz Importancia - Satisfacción en el Mercado Ecuatoriano	65
Ilustración 31 Resultados Frase para definir a jubilados.....	66
Ilustración 32 Resultados Percepción de definición por parte de la sociedad...	67
Ilustración 33 Personalidad.....	68
Ilustración 34 Resultados Técnica Proyectiva Complete la Frase	69
Ilustración 35 Resultados Técnica Proyectiva "La Fiesta"	71
Ilustración 36 Preocupaciones de los jubilados	72
Ilustración 37 Resultados Deseos y Metas	72
Ilustración 38 Resultados Compañía para viajes	73
Ilustración 39 Recursos para viajar	74
Ilustración 40 Matriz Importancia-Satisfacción Módulo Salud.....	77

RESUMEN

En el presente trabajo se propone mejorar la calidad de vida de los jubilados de la ciudad de Guayaquil, siendo estas personas las que brindaron su esfuerzo y conocimientos para el desarrollo del país, pero que al terminar su vida laboral se los cataloga como personas inactivas y no tienen la debida atención por parte de la sociedad.

La información acerca de sus necesidades y gustos es escasa, por este motivo la parte esencial del trabajo es encontrar cuales son los nuevos requerimientos de esta parte de la población, conocer el perfil de los jubilados de la ciudad de Guayaquil, por medio de una investigación realizada en el primer semestre del año 2014.

Recopilada la información, se procederá a elegir un ámbito que sea esencial para los jubilados, para de esta manera poner en ejecución una propuesta de negocio que ayude a mejorar su calidad de vida y al mismo tiempo al desarrollo económico del país, proponiendo ideas para potencializar este sector del mercado.

En el primer capítulo, se expone la importancia de realizar un estudio a estas personas, detallando las desatenciones que tiene el jubilado. En el segundo capítulo se tratará sobre la nueva etapa que viven estas personas y los beneficios que tienen. Dentro del tercer capítulo se determinarán los parámetros para realizar la investigación y recopilar la información necesaria para el estudio. En el cuarto capítulo se expondrán las variables sobre las cuales se analizarán los resultados y la manera en la que fueron creadas las preguntas para poder obtener toda la información posible sobre jubilados. En el quinto capítulo se realizará el respectivo análisis del estudio, donde se obtendrá la guía para la elaboración de un Plan de Negocios, en el sexto capítulo, que vaya acorde a las necesidades encontradas.

Palabras Claves: Jubilados, Sociedad, Estudio de Mercado, Calidad de Vida, Plan de Negocio.

INTRODUCCIÓN

Los cambios constantes en nuestras vidas no nos permiten disfrutar de cada una de las etapas por las que pasamos para lograr el desarrollo pleno de nuestros objetivos como, y al llegar a la etapa del retiro, es muy compleja la adaptación a los nuevos.

Los jubilados siempre han sido ese sector de la población que se ve menos tomada en cuenta para las modificaciones constantes en el plano tecnológico, haciendo que se aparten cada vez más de las nuevas generaciones.

La investigación a realizar nos ayudará a determinar en qué estamos fallando, y en que podríamos mejorar para poder brindar una mejor calidad de vida a nuestros jubilados.

Es por esto que de acuerdo a los resultados de la investigación se quiere lograr desarrollar una propuesta innovadora que pueda suplir con el vacío que nos encontremos. La alternativa de desarrollo en esta investigación, será la que más ponderación tenga al momento de analizar los resultados.

El logro de este proyecto es hacer de la población de los jubilados un nicho de mercado nuevo para el desarrollo de propuestas de negocios acorde a las necesidades que surjan en la investigación, logrando un “Ganar-Ganar” entre los nuevos emprendedores y los posibles consumidores del producto a ofrecer.

CAPITULO I: PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Todas las personas son parte fundamental en el crecimiento de un país, por lo tanto al encontrarse en la culminación de la etapa laboral se espera obtener una parte del desarrollo que se ayudó a lograr.

Debido al avance tecnológico y la globalización es muy fácil percibir los cambios en las necesidades de las personas con el pasar de los años.

El avance tecnológico y sus cambios constantes hacen que las necesidades de las personas, sin importar la edad, cambien de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Al mismo nivel de cambio en cuanto a la tecnología, debería ser el cambio en la calidad de vida, con mayor razón para los que se retiran luego de darnos sus mejores años sirviendo y contribuyendo al desarrollo del país.

Es muy común observar que existen personas que no se retiran a la edad de jubilación, se mantienen en sus puestos de trabajo incluso más tiempo del que deberían, esto se debe a que gran parte de las personas que están próximas a jubilarse no tienen planificadas sus actividades luego del retiro, puesto que la mayor parte de su vida han estado activos en el sector laboral y no conciben la idea de quedarse en casa ya que emocionalmente no se sienten útiles y piensan que de esta manera sus años de vida se acortan aún más.

Tal vez estaríamos en frente de un gran paradigma, que muchas personas no se jubilan por miedo a permanecer de forma pasiva hasta sus últimos días y pensar que de esta forma su vida se acorta. Lo cual estaría ligado a las actividades que realizan, los valores o mensajes con los que crecieron y se fueron formando, la forma en que ellos ven la vida.

Si ellos tuvieran opciones para planificar sus años de descanso y disfrutar lo que tal vez no pudieron en su juventud, no sólo sería una manera de brindarles un retiro digno para el ocaso de su vida, sino que también existirían más oportunidades de trabajo para los que recién empiezan a entrar al mundo laboral.

Siempre y cuando estas opciones vayan muy ligadas a sus necesidades, a sus gustos y preferencias y a su disponibilidad.

¿De qué manera se relacionarían los valores y actividades que realizan en sus tiempos libres con las necesidades que pudieran tener al momento de jubilarse para la siguiente etapa de sus vidas, cambiarían sus sueños y metas o la mayor parte de jubilados tiene un mismo objetivo común para su retiro?

1.2 Justificación del tema

Quizás sea muy fácil observar la falta de atención en cuanto a las necesidades de las personas jubiladas que por lo general son personas de avanzada edad, pero como es un tema olvidado por parte de la sociedad, no nos damos cuenta aunque lo vivamos en el día a día.

“El sistema de jubilación en el Ecuador debería garantizar una pensión acorde con las necesidades básicas de sustentación y costo de vida; ello aseguraría a los jubilados al menos tranquilidad económica al acercarse al final de la existencia ¿Alguna vez la pensión jubilar aseguró en el Ecuador estas necesidades básicas? ¿Cumplió algún momento el Estado con satisfacer, aunque sea medianamente, este derecho social y económico garantizado por la Carta Fundamental?” (Andrade, 2013)

Por lo general al tratar sobre las necesidades que pudieran tener los jubilados se toca el tema de la salud, dado que por la edad que tienen y al trabajo dedicado por el bien del país, su condición es más delicada y requiere de atenciones.

“El hospital Teodoro Maldonado Carbo, del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), en Guayaquil, tiene 466 camas, siempre ocupadas”... Aunque el IESS cuenta con un presupuesto de USD 1 840 millones para este año, la resolución inquieta a afiliados y pensionistas. Una de sus preocupaciones es si cuenta con la capacidad suficiente para satisfacer la demanda de atención. Una muestra está en los pasillos del Teodoro Maldonado, donde las quejas por la falta de medicamentos, camas y personal médico son constantes”. (Diario El Comercio, 2014)

Otro punto muy importante es la economía, debido a que su único ingreso en la mayor parte de los casos, son las pensiones otorgadas por el Seguro Social al cual aportaron en su tiempo laboral activo.

“Las necesidades de los jubilados persisten. Acceso a servicios de salud y aumento en las pensiones continúan... Uno de los problemas, es que la pensión básica no alcanza para cubrir el costo de la canasta básica, por lo que no podrían subsistir.” (Diario La Hora Pais, 2012)

Los jubilados al tener mayor tiempo disponible por la suspensión de actividades laborales, requieren también de lugares de esparcimiento, distracción y actividades físicas. Existen centros a los que asisten estas personas pero no creen tener la atención adecuada.

“En el edificio del centro gerontológico Guayaquil, administrado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), 1500 jubilados realizan actividades recreativas. Sin embargo, el lugar no ofrece las condiciones para atender a los adultos mayores”. “Los adultos mayores deben subir por una escalera estrecha, con escalones peligrosos...” “...Otra jubilada, se queja de la falta de presupuesto para el centro. Asegura que cada desperfecto debe ser reparado por los usuarios para que pueda seguir funcionando”. (EcuadorInmediato, 2013)

1.3 Justificación académica del tema

De acuerdo con el Instructivo para la presentación de proyectos de investigación del Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE, 2014) El siguiente estudio se encuentra dentro de los Dominios Tecno-Científico-humanista. Dicho instructivo indica que: “Posibilitan la integración, continuidad, pertenencia y pertinencia, en los currículos tanto del pregrado como postgrado, responden a políticas de desarrollo del Estado con jerarquía constitucional y se fundamentan en una articulación con las prioridades del Plan Nacional de Desarrollo” (Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE), 2014) .

Dentro de los dominios establecidos por el Instructivo para la presentación de proyectos de investigación, este estudio se encuentra en el dominio 4:

- Desarrollo de investigaciones en temáticas relacionadas con Modelos y Procesos de gestión que articulen lo público, privado y la sociedad civil con el Buen vivir, el cual se encuentra vinculado a la Carrera de Administración de Empresas.

El Instructivo para la presentación de proyectos de investigación establece que las líneas de investigación fueron aprobadas en Noviembre del años 2012 por el Consejo Universitario de la UCSG, para lo cual se “Reagrupó y concentró las temáticas prioritarias en función de una mejor articulación con el Plan Nacional de Desarrollo y las nuevas reglamentaciones vigentes en el país” (Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE), 2014)

El proyecto propuesto se encuentra dentro de la línea de investigación de: Desarrollo y crecimiento económico. Manteniendo su lineamiento a los ejes transversales a los que toda línea de investigación debe estar sujeta, los cuales son: Desarrollo humano social y Desarrollo integral.

Esta investigación está relacionada con el Plan Nacional de Desarrollo en 3 áreas: Salud y bienestar humano, Estado Social de Derechos y Desarrollo, y Crecimiento Económico.

1.4 Delimitación del proyecto

El presente estudio está dirigido a la población de jubilados en la ciudad de Guayaquil, durante el primer semestre del año 2014, la investigación que se quiere realizar en este proyecto es la determinación de una de las necesidades de este sector de la población en nuestra ciudad. Para análisis de la investigación se determinó varios pilares como lo son: Salud, Emprendimiento, Viajes, Tecnología e inmobiliaria; en base a esto determinaremos cual es la necesidad menos atendida y se realizara el detalle de una propuesta de negocio en base a los resultados obtenidos.

1.4 Objetivos del Proyecto

1.4.1 Objetivo General

Analizar las necesidades de los jubilados de la ciudad de Guayaquil en el primer semestre del año 2014, que permitan el mejoramiento de su calidad de vida.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Definir la nueva etapa de vida de las personas jubiladas y los beneficios que se le otorga por ley en el Ecuador.
- Encontrar las necesidades de los jubilados mediante un estudio de mercado en la ciudad de Guayaquil.
- Analizar los resultados obtenidos en la investigación.
- Elaborar un plan de negocios para potencializar las necesidades encontradas que permitan el mejoramiento de la calidad de vida de los jubilados.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

Como parte de la investigación sobre los jubilados debemos de entender que significa esa etapa y lo que representa para la persona este cambio que se da al finalizar el ciclo laboral.

A lo largo de la vida, las personas han pasado por varias etapas de cambio y adaptación a las mismas como su primer día en la escuela, en la universidad, en el trabajo, a su nueva vida familiar, etc. De la misma forma, la jubilación es una de esas etapas que requieren adaptación.

De acuerdo a (Forteza J, 1990) la jubilación “es una transición hacia una nueva etapa de la vida, si la vemos negativa puede afectar nuestra identidad que anteriormente estaba asociada al trabajo, con consecuencias en la salud física y mental, afectando y desorganizando las relaciones sociales y familiares”

Como indica (Zetina Lozano M G, 1999), la Vejez puede definirse “como una situación existencial de crisis, resultado de un conflicto intimo experimentado por el individuo entre su aspiración natural al crecimiento y la madurez, y la decadencia biológica y social consecuente al avance de los años”

Hay que comprender que cada etapa tiene su ritmo y este va a variar de acuerdo a la persona tanto en aspectos emocionales como fisiológico y de aquí se va a encontrar las nuevas necesidades que tienen los jubilados.

Por eso, cuando se interrumpe de manera brusca la etapa laboral, para imponer la del retiro, se produce una crisis que va a necesitar de un proceso de readaptación.

El retiro se puede llegar a asociar con varias ideas algunas veces de manera contradictoria puesto que todo depende de cómo se va tomando la

transición, de cómo el proceso de adaptación se vaya dando de acuerdo los diversos factores que existen y van relacionados con su proyecto de vida.

Para que se pueda dar una buena adaptación al retiro, o jubilación, es necesario contar con:

- Los recursos económicos necesarios para solventar las necesidades básicas
- El apoyo de familiares y amigos
- El estado de salud y bienestar físico
- Identificar los intereses alternativos

En el caso de fallar alguna de estas condiciones la adaptación puede afectarse en su proceso de esta nueva etapa.

Como menciona (Forteza J, 1990) “la vida anterior puede ser el mejor predictor del comportamiento que va a tener el Jubilado” ya que de acuerdo a lo que ha vivido y ha realizado a lo largo de su etapa laboral es un factor determinante en su nueva vida de retirado.

Decir que solamente trabajando se está viviendo de forma activa tal vez sea una manera errónea de ver la vida, ya que los jubilados cuando terminan su etapa laboral deberían disfrutar sus días.

2.1 Cambios Económicos

El principal cambio, y el más sentido dentro de la vida del retiro, es la modificación que empiezan a tener sus ingresos económicos, ya que empiezan a disponer de otro tipo de ayuda financiera para solventar sus gastos.

Ya dentro de la etapa de la jubilación, el recurso económico es lo que más le afecta al jubilado ya que de esto depende de la independencia que este tenga al momento de tomar sus decisiones, aceptando que ya no son parte de la Población Económicamente Activa; lo cual será una de las

mayores causas de depresión, puesto que ahora son dependientes del gobierno bajo la entidad del Seguro Social.

En nuestro País, de acuerdo (IESS, 2014) las pensiones mínimas y máximas de vejez, vigentes en el año 2013, en proporción al salario básico unificado mínimo del trabajador en general esta:

- SALARIO BASICO UNIFICADO MENSUAL 2011 = USD 264.00
- SALARIO BASICO UNIFICADO MENSUAL 2012 = USD 292.00
- SALARIO BASICO UNIFICADO MENSUAL 2013 = USD 318.00
- SALARIO BASICO UNIFICADO MENSUAL 2014 = USD 340.00

Al momento de encontrarse con una disminución del capital al que el jubilado estaba acostumbrado a recibir el jubilado puede empezar con el declive emocional, el cual afectará su estado físico y emocional.

2.2 Cambios Sociales

Los cambios sociales siempre se dan en todas las etapas de la vida, pero al entrar a la jubilación, es cuando es más difícil se puede adaptar a la sociedad puesto que existen varias malas interpretaciones de lo que un jubilado hace.

Cuando las relaciones sociales disminuyen el aislamiento, a la sensación de soledad y tiene como efecto la limitación de la independencia que acompaña a la vejez.

De acuerdo a las variables que influyen en la adaptación de los jubilados, existen teorías que explican los cambios psicosociales que se producen en el envejecimiento. (The McGraw Hill Companies, 2014).

	Teoría de la desvinculación	Teoría de la actividad	Teoría de la continuidad
Autor	Cumming y Henry (1961)	Tartker (1961)	Atchley (1971)
Fundamentación	<ul style="list-style-type: none"> • Lo natural es la desvinculación del entorno. • Envejecimiento satisfactorio cuando la sociedad ayuda al individuo a abandonar sus roles sociales y obligaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • A Mayor actividad, mayor Satisfacción. • La sociedad es responsable de la pérdida de actividad (p.ej., jubilación). 	<ul style="list-style-type: none"> • Continúa en los estilos de vida de otras etapas. • Se mantienen los mismos estilos, pero acentuados. • Requisito para un envejecimiento satisfactorio: permitir esa continuidad.
No considera	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia de factores endógenos (de dentro de la persona o de su medio). • Desvinculación selectiva (solo de algunos aspectos). • Desvinculación transitoria en determinados periodos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No todos poseen la capacidad suficiente para reorganizar su actividad tras la jubilación. • La falta de refuerzos positivos de la sociedad conlleva desesperanza 	

Tabla 1 Teorías sobre los cambios sociales ligados al envejecimiento
Fuente: (The McGraw Hill Companies, 2014)

El estar en la etapa del retiro, no debe dar lugar a una ruptura total con la vida que antes se tenía, puesto que afectará a nivel social con respecto a las relaciones que ya existían.

2.3 Marco Legal

Para la investigación que se llevará a cabo sobre personas jubiladas es necesario clasificar los tipos de jubilación por ley, sobre las cuales nos regiremos al momento de levantar los datos de la investigación.

Según la Ley de Seguridad Social en el Capítulo II art. 184, la jubilación puede ser de tres tipos:

- Jubilación ordinaria de vejez
- Jubilación por invalidez
- Jubilación por edad avanzada

En cuanto a la jubilación ordinaria de vejez sólo se puede obtener cuando el afiliado cumple los 60 años de edad y ha aportado como mínimo al Seguro Social trescientos sesenta imposiciones mensuales. También se puede obtener esta clase de jubilación al tener como mínimo cuatrocientos ochenta imposiciones mensuales, sin importar la edad del afiliado. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2010)

Con respecto a la jubilación por edad avanzada, se acredita a los afiliados que han cumplido 65 años de edad y habiendo aportado un mínimo de ciento ochenta imposiciones mensuales, demostrando ante el IESS que ha permanecido cesante 120 días consecutivos a la fecha de prestación de solicitud de jubilación. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2010).

2.3.1 Adultos y Adultas mayores

Además de ser jubilados, estas personas entran dentro del grupo de adultas y adultos mayores, según la Constitución del Ecuador en el Art. 36 se consideran personas adultas mayores a quienes hayan cumplido los sesenta y cinco (65) años de edad. Los cuales recibirán atención prioritaria y especializada en todos los ámbitos tanto público y privado, inclusión social, entre otros.

El presente trabajo se basa en los derechos que tienen estas personas, tomando como referencia los siguientes:

- La atención gratuita y especializada de salud, así como el acceso gratuito a medicinas.
- El trabajo remunerado, en función de sus capacidades, para lo cual tomará en cuenta sus limitaciones.
- La jubilación universal
- Rebajas en los servicios públicos y en servicios privados de transporte y espectáculos.

-Exenciones en el régimen tributario.

-Exoneración del pago por costos notariales y registrales, de acuerdo con la ley.

-El acceso a una vivienda que asegure una vida digna, con respeto a su opinión y consentimiento.

El Art. 38 de la (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008), trata sobre que el Estado establecerá políticas públicas y programas de atención a las personas adultas mayores.

Dentro de las mismas tomará medidas con respecto a algunos puntos en particular, de los cuales hemos seleccionado 2 sobre los que haremos referencia en nuestro proyecto de investigación.

- Desarrollo de programas y políticas destinadas a fomentar su autonomía personal, disminuir su dependencia y conseguir su plena integración social.
- Desarrollo de programas destinados a fomentar la realización de actividades recreativas y espirituales.

2.3.2 Beneficios de jubilados

Dentro de económicos que tienen los jubilados, que al mismo tiempo son personas de la tercera edad, nos hemos referido a los siguientes:

En cuanto a la exoneración de impuestos, Capítulo III de La Ley Del Anciano en su Art. 14 dice que toda persona mayor de sesenta y cinco (65) años de edad que tuviera un patrimonio que no exceda de quinientas remuneraciones básicas unificadas, estará exonerada del pago de toda clase de impuestos fiscales y municipales.

El mismo capítulo en su Art. 15 trata sobre la exoneración del 50% de las tarifas de transporte tanto aéreo, terrestre, marítimo y fluvial, así como

también de entradas a espectáculos públicos, culturales, deportivos, artísticos y recreacionales.

Para poder obtener dichas rebajas se deberá presentar la cédula de identidad o ciudadanía o el carné de jubilado del Seguro Social Ecuatoriano. (Comisión de Legislación y Codificación , 2006)

2.3.3 Plan Nacional del Buen Vivir

Para el presente proyecto hemos tomado como pilares fundamentales algunos objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013), los cuales se detallan a continuación:

Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la seguridad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Reuniendo los cuatro objetivos sobre los que basamos nuestro proyecto de investigación, queremos brindar un aporte para las personas jubiladas que por su edad y su condición son olvidadas dentro de la sociedad.

Este proyecto trata sobre la inclusión de los jubilados que también son adultos mayores, para el mejoramiento de la calidad de vida en esta nueva etapa, fomentando el desarrollo de espacios para su inclusión y recreación, impulsando a través de las necesidades de los jubilados la matriz productiva.

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Estudio de Mercado

Para poder definir las necesidades de los jubilados, es necesario tener conocimientos sobre este mercado como tal. Lo cual brinda ayuda y soporte en la toma de decisiones ya que solo con la información obtenida se podrá tener un claro horizonte sobre qué es lo que buscan o esperarían estas personas jubiladas.

Para el proceso de la investigación de mercado se han establecido los siguientes pasos:

1. Especificar el objeto de investigación.
2. Determinar el diseño de la investigación.
3. Establecer la población y calcular la muestra representativa.
4. Diseñar los formatos para la recolección de información.
5. Recolectar la información.
6. Procesar los datos
7. Analizar datos
8. Presentar una solución acorde a los datos obtenidos.

Entre las ventajas que ofrece la investigación de mercados es que minimiza los riesgos, es decir, que los resultados de la investigación indican que se debe o no hacer para continuar con el proyecto, y si es necesario realizar ajustes al proyecto; también nos ayuda identificar futuros problemas que puedan presentarse en el transcurso del negocio; además permite evaluar los resultados de los esfuerzos realizados para determinar si se ha logrado las metas propuestas al inicio del negocio. (Taylor & Kinnear, 2001).

3.2 Objetivos del estudio de mercado

Las razones para realizar el estudio de mercado son las siguientes:

- Identificar las necesidades existentes en las personas jubiladas según la data recogida en el presente año.
- Analizar los resultados obtenidos de la investigación para brindar un aporte en el mejoramiento de la calidad de vida de los jubilados.
- Establecer puntos de acción para potencializar un futuro nicho de mercado que contribuya al desarrollo económico y social.

De acuerdo al tema tratado, para realizar la investigación, queremos reflexionar sobre cuáles serían las opciones que quisieran tener los jubilados para desarrollarse en esta etapa de su vida. Pero para poder delimitarlo es necesario conocer los diferentes tipos de investigación que existen.

3.3 Tipos de investigación.

Para identificar el mecanismo en el cual se basará la investigación a realizarse es necesario conocer los tipos de investigación. Según (Bernal, 2006)

- Histórica
- Documental
- Descriptiva
- Correlacional
- Explicativa o causal
- Estudio de caso
- Experimental

3.3.1 Investigación descriptiva

En conformidad con los objetivos de nuestro trabajo de investigación el tipo que más se ajusta es el descriptivo. La Investigación descriptiva se basa por lo general en características del mercado. La Investigación

Descriptiva se soporta en técnicas como encuestas, observación y entrevistas.

La investigación descriptiva es usada como una oportunidad para predecir el modo de actuar del consumidor. (Schiffman & Lazar, 2005)

3.3.2 Técnicas de la Investigación Descriptiva

En este estudio hemos optado por seguir el enfoque cuantitativo de investigación para establecer datos reales en la búsqueda por conocer cuáles son las necesidades de los jubilados de acuerdo con sus gustos y preferencias, la parte cuantitativa se realizó para poder medir y cuantificar los resultados obtenidos y así poder realizar análisis estadísticos basados en los mismos.

3.4 Investigación Cuantitativa

Dentro de la investigación cuantitativa, el cual según, (Lin & Mason, 1992) “Se refiere a la organización, presentación y análisis de datos numéricos”; en nuestro caso se aplicaron encuestas para conocer las necesidades de los jubilados.

En primera instancia consideramos la necesidad de conocer el perfil del objeto de estudio, por lo que se incluyeron preguntas relacionadas. Este perfil ayudó a encontrar resultados interesantes ya que para identificar el perfil de los encuestados se utilizaron diversas variables demográficas, socioeconómicas y psicográficas.

En las variables demográficas se trabajó en función del sexo, edad, y estado civil.

Para las variables socioeconómicas se trabajó en función de los ingresos de los jubilados, el grado de instrucción académica, su ocupación antes de jubilarse y otros factores que tienen que ver con la vivienda en la que viven y los artículos que posee.

En las variables psicográficas se trabajó en base al estilo de vida que ha llevado el encuestado, reconociendo sus intereses, pasatiempos, valores, entre otros.

3.5 Población

La población es el segmento al que se va a realizar el estudio o al que se espera investigar, en cuanto a la segmentación, se realiza dividiendo el mercado en consumidores que tienen características similares, y a los cuales se espera llegar con un determinado producto, en este caso vendría a ser los jubilados de Guayaquil.

Cuando el tamaño de la población es difícil de medir, se realiza la respectiva toma de la muestra.

3.6 Muestra

Como lo explica (Bernal, 2006) la muestra “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio, sobre el cual se ejercerá la medición y la observación de la variables objeto de estudio.”

Como indica el esquema de (Kinneer & Taylor, 1993) existen pasos para definir una muestra:

1. Definir la población
2. Identificar el marco muestral
3. Determinar el tamaño de la muestra
4. Elegir un procedimiento de muestreo
5. Seleccionar la muestra

El marco muestral como lo indica (Bernal, 2006) “se refiere a la lista, el mapa o la fuente de donde pueden extractarse todas las unidades de muestreo y de donde se tomarán los sujetos objeto de estudio”.

3.6.1 Identificar el Marco Muestral

El procedimiento que se utilizó fue el de muestreo probabilístico. “Los métodos de muestreo probabilístico tienen un objetivo similar: permitir que el azar determine los integrantes de se incluirán en la muestra” (Lin & Mason, 1992)

“En el muestreo probabilístico cada elemento de la población tiene una oportunidad conocida de ser seleccionado para la muestra” (Kinneer & Taylor, 1993)

El tipo de muestreo probabilístico que se llevó a cabo en esta investigación fue el de muestreo aleatorio simple. “Todos los elementos de la población tiene probabilidad de ser seleccionados para la muestra” (Lin & Mason, 1992).

La población en este estudio son personas jubiladas, específicamente de 60 a 69 años de edad.

3.6.2 Tamaño de muestra

Según investigaciones tomadas del Instituto de Estadísticas y Censo, por sus siglas INEC, la población de jubilados para el año 2010 era de 8,888 en la provincia del Guayas. (Instituto de Estadísticas y Censo, 2012)

Para medir la población del segmento del presente estudio, se tomó los datos de edades de la investigación realizada por el INEC, a partir de 60 años, tomando como referencia la edad en la que la mayoría de personas empiezan su jubilación.

Se tiene una población de 314,129 personas mayores a 60 años. Mientras que la población de personas entre 60 – 69 años es de 229,338.

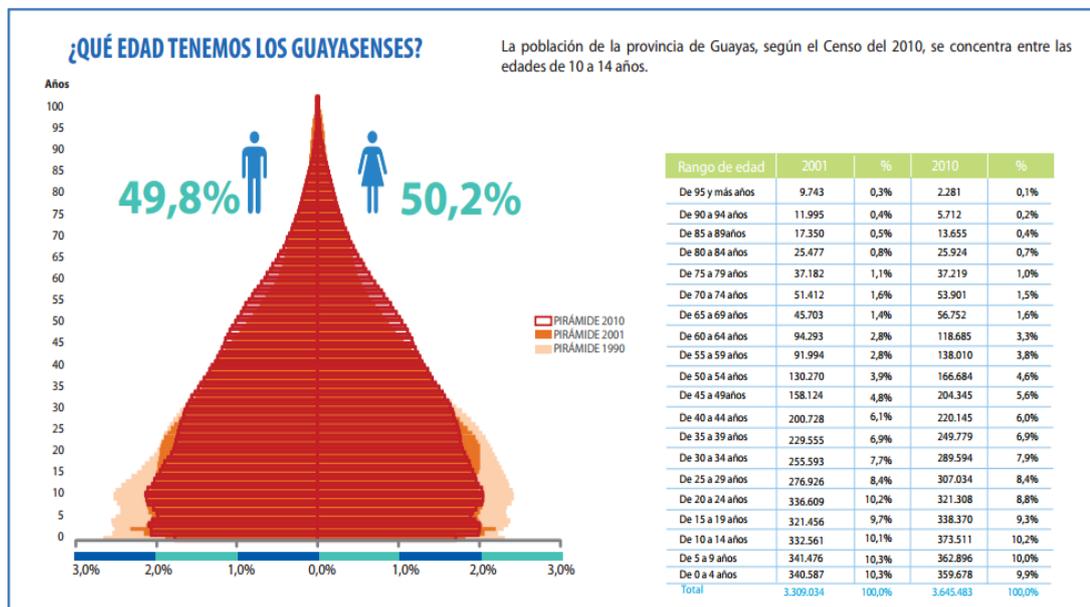


Ilustración 1 Población de la provincia del Guayas

Fuente: Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador (INEC, 2011)

Tomando la cantidad de jubilados en el Guayas de 8,888 realizando una regla de tres entre la población total de personas mayores a 60 años y la población de entre 60-69 años siendo esta el 73% de los mayores a 60 años, obtenemos como resultado que 4,964 de los jubilados tienen entre 60 y 69 años en la provincia del Guayas.

Utilizando este valor y multiplicándolo por el porcentaje (62,5%) que representa la población de Guayaquil en el Guayas, da como resultado 3,102 jubilados de entre 60 y 69 años de la ciudad de Guayaquil.

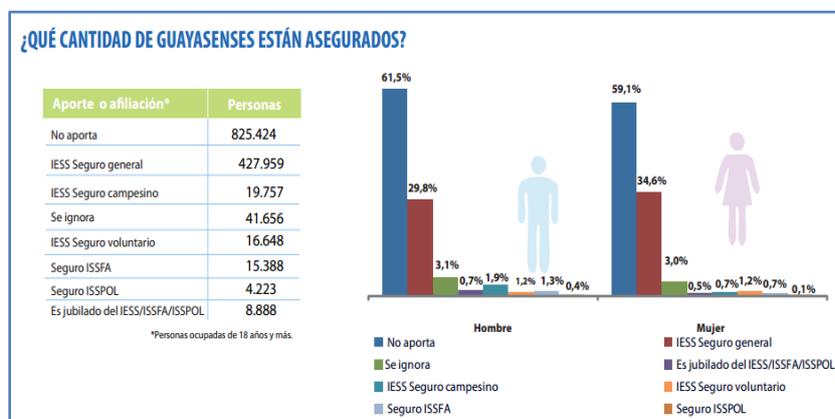


Ilustración 2 Población de Jubilados en el Guayas

Fuente: Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador (INEC, 2011)

3.6.3 Cálculo de la muestra

El cálculo de la muestra es el número de personas que se encuestarán para tener una tendencia o informe representativo del total de la población de jubilados.

Para el cálculo de la muestra se tomaron las aproximaciones del cálculo realizado con la población del Guayas, se utilizará la fórmula para el cálculo, según (Scheaffer R & Mendenhall W, 2007).

Utilizando este aproximado de 3,102 jubilados como población total para el cálculo de la muestra del estudio. Tenemos:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z= 1,96. Según probabilidad esperada del 95%

p= Proporción esperada

q= (1-p) Variabilidad negativa contraria a "q"

e= error muestral (5%)

$$n = \frac{3102 * 1,96^2 * (0,50 * 0,50)}{0,05^2 * (3102 - 1) + 1,96^2 * (0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{2979}{8,7129} \quad n = 340$$

Tamaño de muestra= 340 encuestas

CAPITULO IV: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1 Investigación de mercados

La investigación de mercados sirve como canal de comunicación entre el consumidor y el vendedor través de la información. Mediante la investigación, la información obtenida ayuda principalmente a identificar las oportunidades que existen dentro del mercado y que se pueden aprovechar mediante una buena gestión y ejecución de Marketing. (Merino, 2000)

Dada una definición, se pueden deducir las características más importantes de una investigación de mercado:

- Sistemático: Utiliza un método científico aplicando una metodología rigurosa planificada, organizada en función de unos objetivos claros y bien definidos y con sistemas de control pertinentes.
- Objetivo: Debe ser neutral evitando sesgos personales. La objetividad implica imparcialidad, homogeneidad y unicidad de resultados y conclusiones.
- Informativo: Se trata de proporcionar información que permita tomar decisiones y constituye un nexo de unión entre la empresa y el mercado.
- Orientado a la toma de decisiones: Las investigaciones de mercado no se realizan por simple curiosidad sino que se desarrollan para minimizar riesgos en la toma de decisiones.

En síntesis, la investigación de mercados ayuda a poner en práctica la idea del marketing actual mediante la identificación de los problemas y necesidades de los consumidores y evaluando la efectividad de las estrategias de marketing. (Merino, 2000)

4.2 Fuentes de Información

“La obtención de información se hace a través de un proceso estructurado y bien definido. La primera fase consiste en fijar los objetivos

para lo que es preciso llevar a cabo un minucioso análisis del problema o necesidad de información requerida para poder delimitar con claridad el tipo de información que se necesita para dar una respuesta eficaz al problema planteado”

4.2.1 Tipos de Fuentes de Información

En consecuencia es necesario empezar con una evaluación de las fuentes de información disponibles. Se dividen en dos tipos: fuentes primarias y fuentes secundarias:

4.2.2 Fuentes Primarias

“Fuentes primarias. Son aquellas que necesitan ser elaboradas por el investigador porque la información o está disponible. Se trata de localizar información relevante <<<a la medida>>> para el desarrollo de la estrategia comercial y supone entrar en contacto con los clientes, intermediarios competidores, etc. Estas fuentes suponen tiempo, esfuerzo y un coste elevado por los que es aconsejable agotar las posibilidades que ofrecen las fuentes secundarias (Merino, 2000).

4.2.3 Fuentes Secundarias

Las fuentes de Información secundarias recogen información previamente elaborada, es decir, tomar como referencia investigaciones que se hayan realizado sobre el mismo tema o algo parecido que ayude a abordar y delimitar el tema de investigación.

Es necesario empezar por este tipo de fuente debido a que conlleva un ahorro de tiempo, esfuerzo y en muchas ocasiones monetario, ya que se toma todo lo que otras personas investigaron para definir los parámetros de la nueva investigación. (Merino, 2000)

Tanto las fuentes primarias como secundarias pueden ser internas o externas. Las internas permiten obtener información que está disponible dentro de la propia empresa y se genera en los diferentes departamentos y las externas fuera de la misma.

Las respuestas eran dadas de manera espontánea por el encuestado y otras inducidas, en las que se le daban opciones a elegir.

Se trabajó con preguntas cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas se refieren a las que el entrevistado debe elegir una opción de las mencionadas. Las preguntas abiertas, son las que se realizan preguntas en las que el encuestado puede decir todo lo que piense o sienta.

A lo largo del cuestionario se realizaban preguntas con Respuestas Únicas (RU) y Respuestas múltiples (RM), es decir existían preguntas en las que sólo se podía mencionar una opción y las múltiples en las que se registraban varias menciones.

4.3.1 Filtro de Clasificación

FILTROS Y PREGUNTAS DE CLASIFICACIÓN									
F2. En este estudio nos interesa entrevistar a personas de ciertas edades. ¿Podría decirme su edad? RU REGISTRE EDAD EXACTA Y EL RANGO CORRESPONDIENTE. EN CASO DE QUE LA PERSONA NO QUIERA DAR SU EDAD EXACTA, SE DEBE PEDIR EL RANGO EN EL QUE SE ENCUENTRA LA EDAD.									
Edad Exacta		<input type="text" value="93"/>			Menor de 60 años	1			
No responde		<input type="text" value="93"/>			Entre 60-64 años	2			
					Entre 65-69 años	3			
					Entre 70-75 años	4			
					Mayor a 75 años	5			
F3. ¿Está usted jubilado? RU.									
SI		<input type="text" value="1"/>	CONTINUE			NO		<input type="text" value="2"/>	TERMINAR
F4. ¿Me podría decir hace cuánto tiempo se jubiló? RU. LEER OPCIONES									
Hace más de 6 meses	1	Hace 4-6 meses	2	Hace 1-3 meses	3	Se jubila este año (2014)	4		
CONTINUE						TERMINAR			
F5. ¿Conoce el número de años de aportaciones que tenía al jubilarse? Sí 1 No 2									
F6. ¿Cuántos años de aportaciones tenía al jubilarse? Respuesta única (RU)									
10 a 14 años	1	15 a 29 años	2	30 a 39 años	3	40 o más	4		

Ilustración 4 Filtro de Clasificación
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

La primera parte del cuestionario se la realizó para poder segmentar a las personas jubiladas, si pasaban este filtro de clasificación podían continuar con la encuesta.

En el recuadro de los datos demográficos, sólo se podía registrar la ciudad de Guayaquil que fue el lugar elegido para levantar el campo del estudio. Se especificaba la edad y el rango al que pertenecía la persona encuestada, así como también su género.

Para poder continuar con la encuesta la persona seleccionada debía pasar el filtro de control donde se indicaba el grupo objetivo al que iba dirigida esta investigación.

Personas que se hayan jubilado, sólo para poder obtener mayor información de este grupo selecto, se les preguntaba si conocían el número de aportaciones que tenían al momento de jubilarse.

4.3.2 Emociones

EMOCIONES							
P1. De la siguiente lista de valores podría indicarme ¿Cuáles son los más importantes para usted? Respuesta múltiple (RM)							
Amor	1	Empatía	6	Honestidad	11	Nobleza	16
Amistad	2	Fidelidad	7	Humildad	12	Respeto	17
Compañerismo	3	Franqueza	8	Igualdad	13	Sinceridad	18
Confianza	4	Generosidad	9	Justicia	14	Solidaridad	19
Constancia	5	Gratitud	10	Lealtad	15	Otros:	100
P2. De la siguiente lista podría indicarme ¿Cuál es el mensaje más importante, el cual ha inculcado en su familia? RM							
Amor familiar	1	Respeto a los seres vivos	8				
Conducta / Disciplina	2	Cuidar el medio ambiente	9				
Respeto a diferentes pensamientos y opiniones	3	Ser trabajador	10				
Libertad	4	Saber comunicarse con otros	11				
Decir la verdad	5	Otros	100				
Tener fe y ser optimista	6						
Responsabilidad	7						
P3. ¿Con cuál de las siguientes frases se siente más identificado? RU							
En mis tiempos libres me gusta pasar con mi familia							1
Equilibrio mi tiempo entre mi familia y actividades solo							2
Prefiero pasar la mayor parte del tiempo solo, realizando actividades que me gusten							3

Ilustración 5 Emociones
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

El cuestionario iniciaba con preguntas sobre lo que valoraban más estas personas, los valores más importantes. Esta pregunta era de opción múltiple y leída por el encuestador, en caso de que algún valor sea considerado y no se encuentre registrado en la lista mencionada, se lo podía registrar como “Otros”.

P1. De la siguiente lista de valores podría informarme ¿Cuáles son los más importantes para usted?

En la pregunta número dos se hacía referencia a los mensajes que se inculcaban a su familia. Se toma como mensajes los pilares principales sobre los que la familia del encuestado ha crecido y ha mantenido durante su vida. La lista era leída por el encuestador y se podían responder las

opciones pre fijadas o la que el encuestado piense que faltaba dentro de “Otros”

P2. De la siguiente lista podría indicarme ¿Cuál es el mensaje más importante que ha inculcado en su familia?

En la pregunta número tres se ponía al encuestador a elegir una de entre tres opciones sobre la frase que más lo identificaba. Si era una persona que le gustaba pasar tiempo con su familia, si compartía el tiempo entre la familia y actividades en solitario o si la mayor parte de su tiempo se dedicaba a pasarlo solo.

P3. ¿Con cuál de las siguientes frases se siente más identificado?

4.3.3 Hábitos

P4. ¿Qué actividades realiza usted para distraerse los días entre semana? RM ESPONTANEA					
P5. ¿Qué actividades realiza usted para distraerse los días de fines de semana? RM ESPONTANEA					
Actividades	P4 Entre semana	P5 Fines de semana	Actividades	P4 Entre semana	P5 Fines de semana
Comer en un restaurante	1	1	Cocinar	16	16
Ir de compras	2	2	Lectura	17	17
Pasear en un centro comercial	3	3	Pintura	18	18
Ir al cine	4	4	Fotografía	19	19
Escuchar música	5	5	Jardinería	20	20
Trotar / caminar	6	6	Va al gimnasio	21	21
Navegar en internet	7	7	Lee periódicos	22	22
Ir al gimnasio	8	8	Escucha la radio	23	23
Asistir a un evento deportivo	9	9	Visita un centro comercial	24	24
Coleccionar cosas	10	10	Sale a comer con su familia	25	25
Hacer deporte	11	11	Visita a familiares o amigos	26	26
Jugar lotería	12	12	Arregla la casa u oficios del hogar	27	27
Va al cine	13	13	Va a misa	28	28
Visita parques	14	14	Otros	100	100
Bailar	15	15		100	100

P6. ¿Está afiliado a alguna red social? Si 1 No 2

P7. Si responde cód. 1 en P6 (sí) ¿A qué redes sociales está afiliado? RM

Facebook	1	Instagram	3	Google+	5
Twitter	2	LinkedIn	4	Otros	100

P8. ¿Qué actividades realiza en internet? RM

Comunicarme con familiares que viven el exterior (llamadas)	1	Ver videos musicales	6
Leer noticias en páginas de periódicos	2	Leer libros online	7
Visitar páginas de canales nacionales	3	Hacer compras por internet	8
Visitar páginas de canales deportivos	4	Escribir correos a familiares	9
Ver por redes sociales fotos y videos de familiares	5	Otros:	100

Ilustración 6 Hábitos

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

La parte de hábitos reflejaba las actividades que las personas realizaban para distraerse los días entre semana y fines de semana. De selección múltiple y espontánea.

P4. ¿Qué actividades realiza Ud. Para distraerse los días entre semana?

P5. ¿Qué actividades realiza Ud. Para distraerse los días de fines de semana?

Las tres preguntas siguientes del cuestionario hacen énfasis a los hábitos de las personas en cuanto al uso del internet.

P6. ¿Está afiliado a alguna red social?

P7. Si responde cód. 1 en P6 (sí) ¿A qué redes sociales está afiliado?

P8. ¿Qué actividades realiza en internet?

P9. ¿En qué lugares suele realizar sus compras de artículos personales? RM

Supermercados	1	Tiendas de autoservicio (gasolineras)	4
Farmacias	2	Centros comerciales	5
Tiendas de barrio	3	Otros	100

P10. ¿De qué manera paga al momento de realizar sus compras? RM

En efectivo	1	Tarjeta de débito	2	Tarjeta de crédito	3	Otros: _____	100
-------------	---	-------------------	---	--------------------	---	--------------	-----

P11. Al momento de realizar sus compras, ¿Qué artículos son más importantes para usted? RM

P12. De los siguientes artículos, ¿En cuáles destina mayor parte de su presupuesto? RM

P13. ¿Cuál es el que compra con mayor frecuencia? RU

	P11	P12	P13		P11	P12	P13
Medicinas/Remedios	1	1	1	Zapatos	7	7	7
Cuidado bucal	2	2	2	Materiales de lectura	8	8	8
Artículos para la ducha	3	3	3	Artículos de deportivos	9	9	9
Ropa	4	4	4	Frutas	10	10	10
Perfumes/Cremas	5	5	5	Otros	100	100	100
Tintes para el cabello	6	6	6	Otros	100	100	100

P13.1 ¿Qué marcas asocia Ud. con los siguientes artículos? RM

	P13.1		P13.1
Medicinas/Remedios		Zapatos	
Cuidado bucal		Materiales de lectura	
Artículos para la ducha		Artículos de deportivos	
Ropa		Frutas	
Perfumes/Cremas		Otros	
Tintes para el cabello		Otros	

Ilustración 7 Hábitos 2

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Las siguientes preguntas están incluidas dentro del segmento de hábitos pero tienen que ver específicamente con los hábitos de compras.

P9. ¿En qué lugares suele realizar sus compras de artículos personales?

P10. ¿De qué manera paga al momento de realizar sus compras?

Los hábitos de compra son muy importantes para saber el comportamiento de estas personas, ya que se pueden conocer los lugares frecuentados por ellos y las formas en las que pagan por sus consumos, los artículos más importantes que compran y a los cuales se destina mayor parte de su presupuesto.

P11. Al momento de realizar sus compras, ¿Qué artículos son más importantes para usted?

P12. De los siguientes artículos, ¿En cuáles destina mayor parte de su presupuesto?

P13. ¿Cuál es el que compra con mayor frecuencia?

También podemos conocer las marcas de cada categoría que están en su mente y por supuesto a las cuales son leales.

P13.1 ¿Qué marcas asocia Ud. con los siguientes artículos?

P13.2. A continuación le voy a nombrar algunos atributos relacionados a productos en general, por favor indíqueme que tan importante son de acuerdo a una escala de 1 a 10 donde 1 significa "Nada importante para mí" y 10 "Muy importante para mí"

P13.3. Y de estos atributos qué tan satisfecho está con estos productos. En una escala del 1 al 10 donde 1 significa "Nada satisfecho" y 10 "Muy satisfecho"

	IMPORTANCIA-P13.2	SATISFACCION-P13.3
Existe en el mercado ecuatoriano ropa de acuerdo a mi gusto	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano ropa de acuerdo a mi talla	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano ropa moderna para personas de avanzada edad	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano zapatos cómodos para mí	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano artículos deportivos para personas de mi edad	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano tiendas o locales especializados en ropa y accesorios para personas de mi edad	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en Ecuador actividades para realizar con mi familia	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

P14. ¿Considera que en el mercado ecuatoriano existen artículos dirigidos para los adultos mayores? Si 1 No 2

P15. Si responde cód. 2 (no) ¿Qué artículos creen que hacen falta para satisfacer con sus necesidades?

Ilustración 8 Hábitos de compra
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

El formato utilizado para responder las preguntas 13.2 y 13.3 es por medio de escalas de calificación que van del 1 al 10. Donde 1 significa que el atributo mencionado no es importante para el encuestado o que no está satisfecho con el mismo. Mediante las siguientes calificaciones, el nivel de

importancia y satisfacción va aumentando hasta la máxima calificación que es 10 donde el encuestado encuentra el atributo importante o está satisfecho con este.

P13.2. A continuación le voy a nombrar algunos atributos relacionados a productos en general, por favor indíqueme que tan importante son de acuerdo a una escala de 1 a 10 donde 1 significa “Nada importante para mí” y 10 “Muy importante para mí”

P13.3. Y de estos atributos qué tan satisfecho esta con estos productos. En una escala del 1 al 10 donde 1 significa “Nada satisfecho” y 10 “Muy satisfecho”

En las preguntas anteriores se indagó sobre productos en general en cuanto a la vestimenta, y lugares de recreación para los jubilados, a continuación en las preguntas 14 y 15 se profundiza más sobre qué es lo que consideran que hace falta en el mercado ecuatoriano para satisfacer sus necesidades.

P14. ¿Considera que en el mercado ecuatoriano existen artículos dirigidos para los adultos mayores

P15. Si responde cód. 2 (no) ¿Qué artículos creen que hacen falta para satisfacer con sus necesidades?

4.3.4 Percepción de roles en la sociedad

P16. ¿Con qué frase define a las personas jubiladas?

P16.1 ¿Con qué tipo de personalidad se define Ud.? **RU**

Extrovertido	1	Juvenil	4	Idealista	7
Introvertido	2	Conservador	5	Perfeccionista	8
Alegre	3	Tímido	6	Otros	100

P16.2 Complete la siguiente frase: Cuando una persona se jubila, lo primero que hace es: _____

P17. ¿Con qué frase creen que la sociedad define a los jubilados?

P17.1 Imagine que una persona va a realizar una fiesta con personas de distintas edades: un niño, un adolescente, un joven, un adulto y un adulto mayor. Podría indicarme cuál es: **RU**

	Niño	Adolescente	Joven	Adulto	Adulto mayor
El anfitrión	1	2	3	4	5
Los invitados (RM)	1	2	3	4	5
El que llega sin invitación	1	2	3	4	5
El que empieza el baile	1	2	3	4	5
El conversón	1	2	3	4	5
El que pasa solo	1	2	3	4	5
El que se va temprano	1	2	3	4	5
El que se va tarde	1	2	3	4	5
El que ayuda a limpiar	1	2	3	4	5

Ilustración 9 Percepción de Roles
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Es necesario conocer cómo se definen a sí mismos los jubilados y contrastar esta percepción que tienen hacia ellos, con lo que piensan que la sociedad los relaciona.

P16. ¿Con qué frase define a las personas jubiladas?

P16.1 ¿Con qué tipo de personalidad se define ud? RU

P17. ¿Con qué frase creen que la sociedad define a los jubilados?

4.3.4.1 Técnicas proyectivas

En el segmento de Percepción de roles del cuestionario se ha incluido dos ejercicios de técnicas proyectivas.

P16.2 Complete la siguiente frase: Cuando una persona se jubila, lo primero que hace es: _____

P17.1 Imagine que una persona va a realizar una fiesta con personas de distintas edades: un niño, un adolescente, un joven, un adulto y un adulto mayor. Podría indicarme cuál es:_____

La técnica proyectiva facilita superar el nivel racional del individuo y profundizar en su nivel motivacional, analizando su relación emocional. Estas técnicas estimulan niveles profundos de respuesta y ayudan a superar las tendencias a reaccionar con arreglo a los patrones sociales, permitiendo dar salida a los estratos más profundos de la personalidad. (Nogales, 2004)

El primer ejercicio es una técnica de complementación, frases incompletas, el cual sirve para conocer qué actividad o actividades se asocian inmediatamente al momento de jubilarse. Como consiguiente es lo primero o lo que esperan realizar estas personas al retirarse de las actividades laborales.

El segundo ejercicio es una técnica proyectiva de construcción mediante la identificación, en nuestro caso la proyección de roles o personajes del jubilado, su participación en la sociedad.

En las encuestas se aplica un ejercicio en donde se utiliza la “fiesta” para simbolizar un momento agradable en el cual se puede compartir con diferentes personas, y los “invitados” como las personas de distintas edades que conforman la sociedad. Este ejercicio ayuda a visualizar el rol que cree que cumple la persona jubilada.

Se simbolizó mediante la forma de “anfitrión” a la persona que toma la iniciativa, que reúne a los demás, que se encarga de armar el momento idóneo para que los invitados convivan en un ambiente agradable y de júbilo.

Dependiendo de si el jubilado es “invitado” o “la persona que llega sin invitación” es su forma de sentirse dentro de la sociedad, si siente que es partícipe de las actividades realizadas por las personas de diferentes edad o no. En cuanto al que “empieza el baile”, “El conversón”, “El que pasa solo”

va a depender de la personalidad de cada uno y también dentro de que grupo se encuentran las personas de su edad. Si es el que actúa más, el que prefiere hablar o el que no tiene compañía.

Si se va “temprano”, “tarde” o “ayuda a limpiar” dependerá del alcance que tiene su participación dentro de la sociedad.

4.3.5 Deseos y Anhelos

P18. A continuación le voy a mostrar una lista con frases, ¿Cuáles consideraría usted que son sus principales preocupaciones? **RU**

Le preocupan las enfermedades por la edad	1	Le preocupa la falta de valores que se han perdido	6
Le preocupa el alto costo de la vida	2	Le preocupa la inseguridad	7
Le preocupa que su pensión no sea suficiente para vivir dignamente	3	Le preocupa quedarse en casa sin actividades para realizar	8
Le preocupa el poco respeto que existe hacia los mayores	4	Le preocupa la falta de físico que pudiera tener	9
Le preocupa la soledad	5	Le preocupa no poder alcanzar sus metas	10
Otros: _____			100

P19. Luego de haberse jubilado ¿Cuáles considera usted que son sus anhelos, deseos, o metas que aún le faltan cumplir? **RM**

Realizar viajes y paseos dentro del país	1	Tener lo último en tecnología	5
Realizar viajes y paseos fuera del país	2	Sueña con tener su propia empresa	6
Desea vivir alejado de la ciudad en el campo	3	Sueña con tener su propia casa	7
Desea vivir alejado de la ciudad en la playa	4	Tener atención médica cuando lo requiera	8
Otros	100		

Ilustración 10 Deseos y Anhelos
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Se han separado desde la pregunta P18 en adelante los deseos y anhelos que pudieran tener las personas jubiladas, esto es en cuanto a sus preocupaciones y metas que quisiera alcanzar. A partir de la pregunta P19 se profundiza en las metas, deseos y anhelos de los jubilados según sus respuestas.

P18. A continuación le voy a mostrar una lista con frases, ¿Cuáles consideraría usted que son sus principales preocupaciones? RU

P19. Luego de haberse jubilado ¿Cuáles considera usted que son sus anhelos, deseos, o metas que aún le faltan cumplir? RM

Para conocer las necesidades de los nuevos jubilados, es necesario conocer lo que desearían realizar luego de haberse retirado de la actividad laboral que desempeñaron por mucho tiempo.

Según las respuestas de P19, se realizaban saltos a los diferentes módulos del cuestionario. Los saltos en las preguntas se realizan de la siguiente manera:

Para las personas que respondieron:	Realizar preguntas:
Realizar viajes y paseos dentro del país	P20-P27
Realizar viajes y paseos fuera del país	P20-P27
Desea vivir alejado de la ciudad en el campo	P28-P30
Desea vivir alejado de la ciudad en la playa	P28-P30
Tener lo último en tecnología	P31-P33
Sueña con tener su propia empresa	P34-P45
Sueña con tener su propia casa	P46-P48
Tener atención médica cuando lo requiera	P48-P53

Tabla 2 Módulos de Encuesta

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

4.3.5.1 Módulo Viajes

Para los que dijeron cód. 1 o 2 realizar P20-P27

P20. ¿Ha viajado antes? Si No

P21. ¿Específicamente a qué parte quisiera viajar o conocer?

P22. ¿Por qué razones no ha realizado estos viajes anteriormente?

P23. ¿En compañía de quien o quienes le gustaría realizar estos viajes?

Hijos	1	Hermanos	5
Esposa/o	2	Amigos	6
Nietos	3	Otros: _____	100

P24. ¿Ud. Cuenta con: Pasaporte Visa De qué tipo: _____

P25. ¿Por qué razones le gustaría viajar?

P26. ¿Qué actividades le gustaría realizar en este viaje?

P27. ¿Qué cosas o servicios cree que necesitaría para realizar su viaje?

Ilustración 11 Módulo Viajes

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

En el siguiente módulo se profundiza en el sueño del jubilado de realizar viajes tanto al interior del país como al exterior. Las preguntas hacen referencia a los lugares que le gustaría viajar, a las razones por las cuales no ha realizado estos viajes, la compañía que le gustaría tener, si tiene documentos para viajar, que la motiva a querer viajar, que le gustaría realizar en este viaje y cuáles son las cosas que cree que debería tener para realizarlo.

4.3.5.2 Módulo Vida lejos de la ciudad

Para los que dijeron cód. 3 o 4 realizar P28-P30

P28. ¿Por qué razones desea vivir alejado de la ciudad?

P29. ¿Tiene casa o un lugar donde vivir en el campo/playa? Si No

P30. ¿Qué actividades realizaría en el campo/playa?

Ilustración 12 Módulo Vida lejos de la ciudad
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

En el módulo siguiente se profundiza en las razones por las cuales la persona desearía vivir en el campo o en la playa, lejos de la ciudad. Como también si tiene un lugar donde vivir y qué actividades realizaría.

4.3.5.3 Módulo Tecnología

Para los que dijeron cód. 5 realizar P31-P33

P31. ¿Qué tipo de artículos tecnológicos quisiera tener?

P32. ¿Para qué actividades utilizaría estos artículos?

P33. ¿Qué tipo de artículos de última tecnología tiene en su hogar?

Ilustración 13 Módulo Tecnología
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

En el módulo Tecnología se indaga acerca de los artículos tecnológicos que desearía tener, que tiene en su hogar y las actividades para las cuales los usaría.

4.3.5.4 Módulo Propia empresa

Para los que dijeron cód. 6 realizar P34-P45

P34. ¿Qué tipo de empresa sueña con tener (Actividad)?

P35. ¿Por qué su empresa se dedicaría a..... (MENCIONAR ACTIVIDAD DE P34)?

P36. Conoce Ud. Los procedimientos que debería seguir para poner su propia empresa? Si No

P37. ¿Qué cree que necesite tener para poner una empresa?

P38. ¿Considera Ud. Que en Ecuador existen organizaciones o facilidades para ayudar a las personas jubiladas a tener su empresa? Si No

P39. ¿Por qué diría Ud. que (MENCIONAR RESPUESTA DE P38)?

P40. ¿Le gustaría obtener capacitaciones para aprender como emprender un negocio propio? Si No

P41. ¿Por qué (mencionar respuesta de P40)?

P42. ¿Cuáles son los temas que considera Ud. Que se deberían enseñar en estas capacitaciones?

1.	3.	5.	7.
2.	4.	6.	8.

P43. Estas capacitaciones deberían ser:

RU	Sin costo	1	Por pensiones mensuales	2	Por valor del curso completo	3
P44. ¿Cuál es el valor máximo que estaría dispuesto a pagar?			5		5	

P45. ¿Qué organismo considera Ud. que deberían brindar estos cursos del sector público y privado?

Públicos	Privados

Ilustración 14 Módulo Propia Empresa
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

En el Módulo Propia Empresa se profundiza en el tipo de empresa que desearía tener el jubilado y sus razones para elegir esa actividad. Se indaga acerca de los conocimientos que tengas las personas sobre cómo montar un negocio propio y sobre las instituciones que los podrían respaldar al hacerlo.

Es necesario saber si las personas creen tener los conocimientos adecuados para armar una pequeña empresa o si en su defecto necesitan capacitaciones para brindarles ayuda en el proceso.

4.3.5.5 Módulo Casa propia

Para los que dijeron cód. 7 realizar P46-P48

P46. ¿Por qué razones considera ud. Que no ha podido tener una casa propia?

P47. ¿A qué tipo de financiamiento recurriría para obtenerlo?

P48. ¿En qué sector desearía que esté ubicada su casa?

Ilustración 15 Módulo Casa Propia
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

En el Módulo Casa propia se realizan 3 preguntas a los jubilados sobre por qué considera que no ha podido tener una casa, el crédito al que le gustaría aplicar y el sector donde quisiera vivir.

4.3.5.6 Módulo Salud

Para los que dijeron cód. 8 realizar P48-P53

P49. ¿Cuenta Ud. con seguro médico privado? Si ¿De qué empresa? _____ No

P50. ¿Asiste Ud. citas médicas con el seguro del IESS? Si No

P51. ¿Por qué razón (MENCIONAR RESPUESTA DE P50)?

P52. A continuación le voy a nombrar algunos atributos relacionados a la salud y el servicio médico que recibe, por favor indíqueme que tan importante son de acuerdo a una escala de 1 a 10 donde 1 significa "Nada importante para mí" y 10 "Muy importante para mí"

P53. Y de estos atributos qué tan satisfecho está con el IESS y su seguro médico privado (Si mencionó "SI" en P49) En una escala del 1 al 10 donde 1 significa "Nada satisfecho" y 10 "Muy satisfecho"?

	IMPORTANCIA P52	SATISFACCION P53	
		IESS	Seguro médico privado
Pido la cita con el médico y mi consulta queda registrada para menos de 2 días	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
La atención de los doctores es amable	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
La atención de las enfermeras es amable y atenta	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Mi consulta empieza a la hora indicada	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Tiene los mejores especialistas (doctores) en diversas áreas	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Tiene las mejores instalaciones e infraestructura	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Tiene equipos médicos de última tecnología	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Puedo comprar mi receta en cualquier otra farmacia	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Tengo mi doctor de cabecera (doctor al que siempre acude)	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ilustración 16 Módulo Salud
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

En el Módulo Salud se busca conocer si las personas jubiladas realizan citas médicas con el IESS y que tan satisfechos se encuentran con los servicios del mismo y del seguro privado en caso de que tengan contrato con alguna empresa de seguros médicos

Luego de completar los módulos a los cuales se dirigía cada persona según sus respuestas, se realizan preguntas adicionales respecto a su perspectiva en una visualización de ellos mismos en 5 años, en el ámbito familiar, económico, salud, y sueños.

Además se busca conocer si las personas recién jubiladas están pendientes de las actividades y programas para jubilados que realizan el estado y organismos privados.

P54. ¿Cómo se visualiza en 5 años?

Respecto a su familia	
Respecto a su economía	
Respecto a su salud	
Respecto a sus sueños y metas	

P55.- ¿Conoce Ud. organismos privados o del estado que tengan actividades o programas para personas jubiladas?
 SI 1 No 2

P56.- ¿Cuáles conoce y qué beneficios le ofrecen?

Ilustración 17 Visualización 5 años
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

4.3.6 Cálculo del Nivel Socioeconómico

Para calcular el nivel socioeconómico al que pertenece el jubilado entrevistado, se tomó como referencia el estudio del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (Instituto Nacional de Estadísticas y censo, 2011)

El estudio referido se realizó por medio de encuestas a cinco ciudades del país, Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala. Utilizando como variables de medición principales: el tipo de vivienda, la educación, los bienes que posee para su hogar, el número de baños, tecnologías que utiliza y hábitos de compra.

Cada una de las variables tienen un puntaje que al sumarlas entran en uno de los diferentes rangos de puntuación que se ha asignado para determinar el Nivel Socioeconómico al que pertenece.

Grupos socioeconómicos	Puntaje
A	De 845 a 1000 puntos
B	De 696 a 845 puntos
C+	De 535 a 696 puntos
C-	De 316 a 535 puntos
D	De 0 a 316 puntos

Ilustración 18 Estratos de Nivel Socioeconómico
Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y censo, 2011)

Para este proyecto se tomó como referencia las variables más importantes utilizadas por el INEC dándoles el mismo peso para el cálculo del NSE de los jubilados entrevistados.

NSE			
N1. Vivienda:			
Propia	1	Alquilada	2
		Vive con familiares	3
N2. Tipo de vivienda			
Villa	1	Departamento	2
		Otro:	98
N3. ¿Cuántas personas viven en su hogar?		N4. ¿Cuántos baños tiene su hogar?	
[]		[]	
N5. ¿Cuenta con los siguientes artículos y servicios en su hogar? RM			
Lavadora	1		
Celular con plan	2		
Refrigeradora	3		
Servicio doméstico	4		
Servicio de Tv pagada	5		
Internet	6		
N6. ¿Cuál es su profesión?		N6.1 ¿Es/era Ud. trabajador dependiente □ o independiente □?	
Profesión: _____		Actividad económica: _____	
N7. ¿Cuál es el grado de instrucción académico alcanzado por usted? RU			
Secundaria incompleta	1		
Secundaria completa	2		
Universidad Incompleta	3		
Universidad completa	4		
Postgrado	5		
Otro: _____	100		
N8. ¿Cuál es su estado civil? RU			
Soltero	1		
Casado	2		
Unión libre	3		
Divorciado	4		
Viudo	5		
Otro:	100		
N9. ¿Cuántos hijos tiene Ud.?		N10. ¿Qué edad tienen?	
Viven con Ud.: _____		¿Qué edad tienen? _____	
No viven con Ud.: _____		¿Qué edad tienen? _____	

Ilustración 19 Clasificación Nivel Socioeconómico
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

CAPITULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 Resultados de la Investigación

De acuerdo a las especificaciones del proyecto, se realiza una parte filtro dentro de la encuesta para tener registros de que las personas entrevistadas cumplen con los requisitos del target.

Para el siguiente análisis se debe tomar en consideración que la base total del estudio es de 340 casos, sobre los cuales se analizará en porcentajes. Dentro del filtro, aparte de sus datos personales, es muy importante la edad, la cual permite identificar que sean las personas con edades para haberse jubilado en el presente año.

En la encuesta realizada, se limitó las edades desde 60 hasta 69 años, las personas menores a 60 y mayores a 69 años no podían continuar con la entrevista. Por lo tanto el total, es decir el 100% de los encuestados oscilan entre estas edades.

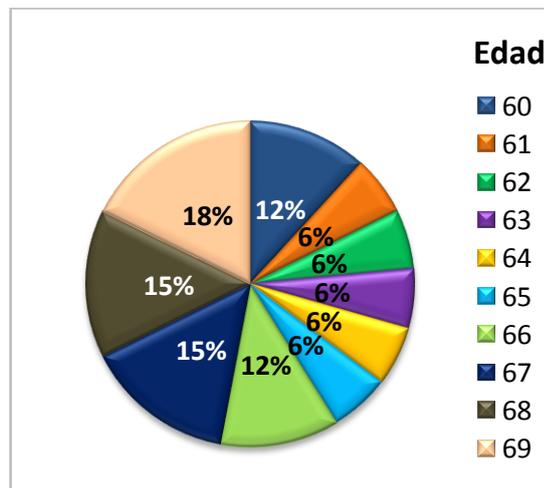


Ilustración 20 Edades

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

Dentro de nuestra muestra el 32% de los entrevistados son jubilados recientes, desde hace 1 a 3 meses, mientras que el 56% son personas jubiladas desde hace 4 a 6 meses.



Ilustración 21 Tiempo de jubilación

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

Solamente el 73% de los jubilados conoce exactamente el número de años de aportaciones que tenía al momento de jubilarse. De los cuales el 41% tenía de entre 30 a 39 años aportando al seguro social. El 30% tenía más de 40 años aportando. Y el 29% entre 15 a 29 años.

Hasta esta parte se realizaba el filtro de la encuesta, las personas que contaban con los requisitos de la investigación podían continuar con el cuestionario.

5.2 Emociones

Con respecto al módulo de emociones, se han agrupado los valores mencionados según su significado general, debido a que era una pregunta de respuesta múltiple el total de porcentajes no suma 100%, ya que un encuestado podía seleccionar dos o más valores de acuerdo a la importancia que estos tuvieran en su vida.

El Amor es el valor que mayormente predomina dentro de los encuestados, seguido por el Respeto. Los valores que tienen como base fundamental la integridad del ser humano en pensamiento, palabra y acción, es decir, ser transparentes y decir la verdad, los más importantes: Honestidad, Confianza, Fidelidad, Franqueza, Sinceridad y Lealtad.

Los siguientes valores que los jubilados seleccionaron como más importantes son los que tratan con brindar ayuda a las demás personas, estos son: Humildad, Solidaridad, Generosidad, Igualdad y Nobleza.

En cuarto lugar se encuentran los que tienen que ver con las relaciones interpersonales: La gratitud, Amistad y Compañerismo.

Otros valores mencionados como importantes por parte de los encuestados fueron la Justicia y Constancia.

Amor	14%	Amor y Respeto
Respeto	10%	
Honestidad	8%	Decir la verdad
Confianza	7%	
Fidelidad	5%	
Franqueza	5%	
Sinceridad	4%	
Lealtad	4%	
Humildad	7%	Brindar ayuda
Solidaridad	6%	
Generosidad	4%	
Igualdad	2%	
Nobleza	2%	
Gratitud	5%	Relaciones con los demás
Amistad	4%	
Compañerismo	4%	
Justicia	7%	Otros valores
Constancia	2%	

Ilustración 22 Resultados Emociones

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

5.2.1 Mensajes inculcados a su familia

Como mensaje principal de vida que han inculcado a su familia, un 23% ha sido Amor a la familia y un 16% Ser trabajador. Seguido por Ser responsable (14%), Disciplina (10%) y Honestidad (10%)

Como mensajes no tan importantes, fueron Respeto por los seres vivos (8%) y Cuidado del medio ambiente con un 1%. Esto se puede ver reflejado por el poco conocimiento que se tenía hace décadas por temas con respecto al calentamiento global y el reciclaje que hace pocos años empezaron a tener mayor fuerza debido a los cambios climáticos y extinción de muchas especies de animales que antes se creía que siempre iban a existir.



Ilustración 23 Resultados Mensajes inculcados a su familia

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

5.3 Hábitos

5.3.1 Distribución de tiempo

En cuanto a la distribución del tiempo, el 46% prefiere pasar la mayor parte del tiempo posible realizando actividades con su familia, mientras que el 43% equilibra su tiempo entre actividades en solitario y con la familia, a diferencia del 11% gusta de pasar a solas.



Ilustración 24 Resultados Distribución de Tiempo

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

5.3.2 Actividades de días Entre semana y Fines de Semana

En cuanto a las actividades realizadas entre semana y fines de semana, es muy interesante observar que la principal es escuchar música indistintamente del día. Los hábitos cambian un poco ya que entre semana se realizan actividades en el hogar y los fines de semana fuera de este.

Entre las principales los días entre semana, aparte de escuchar música, se encuentran: leer periódicos, Trotar o caminar, lectura de otro tipo de suplementos que no sean periódicos, arreglar la casa u otros oficios del hogar. Mientras que para los días de fines de semana se realizan actividades que están más ligadas a la familia, como visitar familiares y/o

amigos, salir a comer en familia, e ir a misa. En menor proporción se visitan distintos lugares como centros comerciales, parques, y restaurantes.

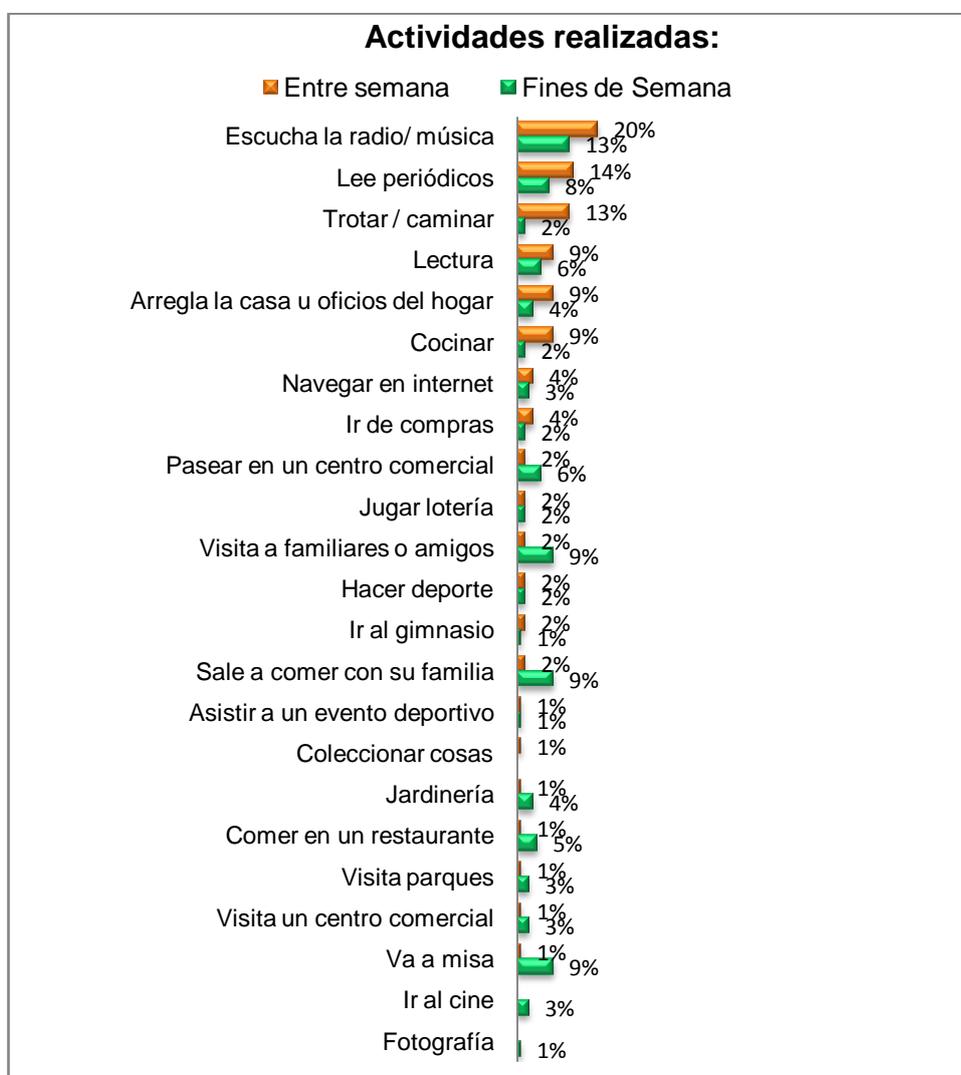


Ilustración 25 Resultados Actividades Realizadas
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación
Base: 340 encuestados

5.3.3 Uso del Internet

El 67% del total de jubilados utiliza internet para diversas actividades. Dentro de los cuales el 64% está afiliado a alguna red social, siendo como la más popular Facebook (69%), seguida por Google+ (19%) y Twitter (14%).

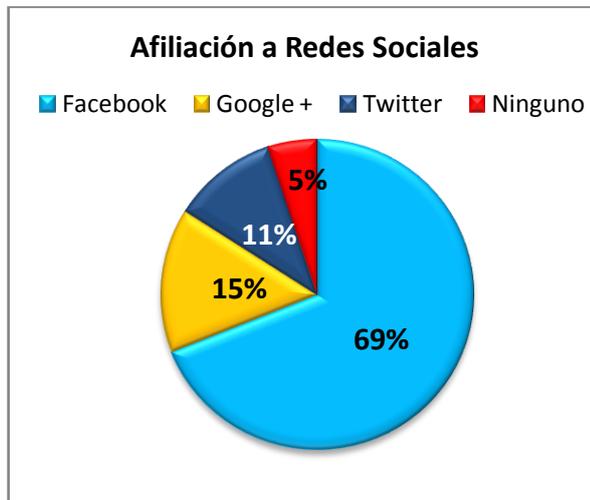


Ilustración 26 Resultados Afiliación a Redes Sociales

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: *Quienes están afiliados a redes sociales 147 encuestados*

Los jubilados que usan Internet (67%) dedican su tiempo principalmente en comunicarse con familiares que viven en el exterior mediante llamadas o videollamadas (28%) y escribir correos a familiares (22%).

El internet y la globalización ha ayudado mucho a las personas mayores ya que algunos no pueden salir solos de su hogar a visitar familiares o tienen familia viviendo en el exterior, mediante esta herramienta, sepan o no utilizar la computadora o las diferentes aplicaciones, ellos pueden tener contacto con seres queridos y no sentirse tan encerrados en su casa debido a su condición.

Algunos jubilados que no cuentan con cuentas en redes sociales piden a hijos o nietos que les muestren las páginas de conocidos y disfrutan de ver fotos o videos publicados por sus familiares (16%) al igual de quienes están afiliados a algunas de estas aplicaciones.

El 14% lee noticias en páginas de periódicos o visita páginas de canales deportivos (6%). En últimos lugares se encuentran visitar páginas de canales nacionales, compras por internet y ver videos musicales.

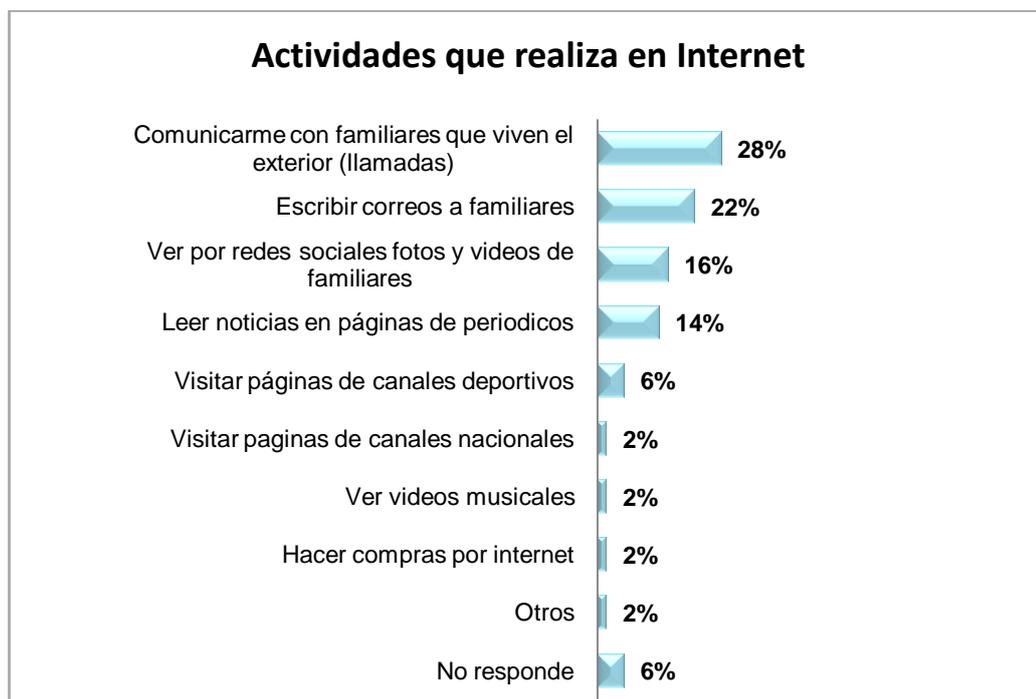


Ilustración 27 Actividades que realiza en internet
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación
Base: *Quienes usan Internet 228 casos*

5.3.4 Hábitos de Compra

Con respecto a los hábitos de compra de artículos personales, éstas se alternan entre supermercados (50%) y tiendas de barrio (28%). También se realizan las compras en menor proporción en farmacias (14%), centros comerciales (6%) y en tiendas de autoservicio en gasolineras (1%).

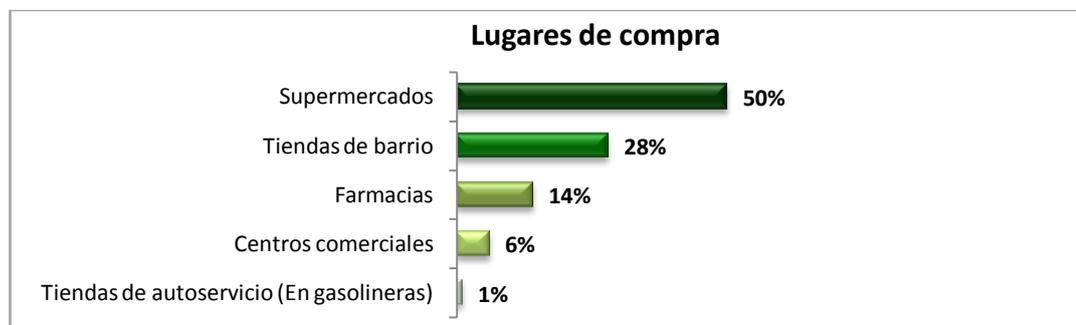


Ilustración 28 Resultados Lugares de Compra
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación
Base: **340 encuestados**

La forma de pago más común entre los encuestados es por medio del dinero en efectivo (68%), por medio de tarjetas de débito el 20% de los jubilados y sólo un 12% utiliza tarjetas de crédito para realizar compras.

Entre los artículos de compra personales que consideran más importantes para ellos son Medicinas o Remedios (23%), Frutas (20%), Artículos para la ducha o baño (17%) y Artículos para el cuidado bucal (15%). De la misma forma es para estos artículos a los que se dedica mayor parte de su presupuesto mensual.

Mientras que los artículos más frecuentes están basados en una pregunta de respuesta única, lo que hace más directa la selección de un artículo en particular, en el caso de las personas jubiladas estas son las Medicinas y Remedios considerada como el artículo que se compra con mayor frecuencia dentro del segmento de jubilados.

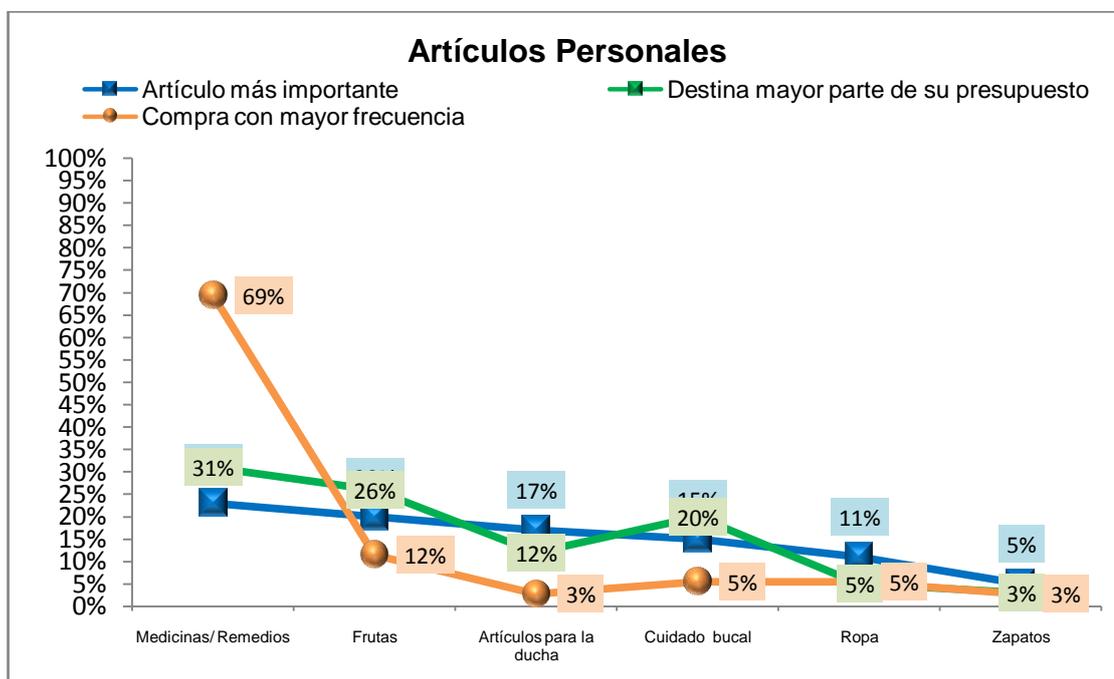


Ilustración 29 Resultados Compra de artículos personales

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

El gráfico muestra como estas personas cuidan de su salud. A pesar de que las medicinas sean los productos que compran con mayor frecuencia y a las que destinan mayor parte de su presupuesto, los nombres que tienen posicionados en su mente al preguntar por marcas de esta categoría, son nombres de Farmacias. Entre las principales Fybeca y Sana Sana, seguidas por Cruz Azul y Pharmacy`s.

La marca más posicionada entre los encuestados es en la categoría de cuidado bucal: Colgate.

Para los artículos de ducha o cuidado personal la marca mencionada con mayor frecuencia es Palmolive, seguida por Head & Shoulders, Dove y Sedal.

En cuanto a perfumes o cremas predominan las marcas por ventas de catálogo siendo las más recordadas Yanbal y Avon.

Sobre zapatos y artículos deportivos todas las marcas posicionadas para los jubilados son extranjeras como Nike, Adidas o Puma.

Las frutas que también eran productos importantes comprados con mayor frecuencia, no tienen una marca específica para ellos, debido a que los compran en el mercado en su mayoría y un menor porcentaje de entrevistados las compran en Supermercados como Comisariato, Supermaxi o AKI.

5.3.5 Necesidades dentro del Mercado Ecuatoriano

Mediante un análisis de Importancia-Satisfacción demostramos las necesidades que tienen los jubilados dentro del mercado ecuatoriano. En el cuadrante de Mayor Satisfacción-Mayor Importancia de color verde, se encuentran los ámbitos en los que el Mercado Ecuatoriano está cumpliendo con las necesidades más importantes para los jubilados. Estas no se deben descuidar, debido al peso de importancia que tiene.

En el cuadrante de Menor Satisfacción-Menor Importancia de color naranja, se encuentran ámbitos en los que el Mercado Ecuatoriano no satisface las necesidades con menor importancia para los jubilados, dichas necesidades pueden ser potencializadas para convertirlas en necesidades no tan importantes pero que están siendo atendidas.

Dentro del cuadrante de Menor Satisfacción-Mayor Importancia, se encuentran los ámbitos que necesitan mayor atención, ya que son muy importantes dentro del segmento de jubilados.

5.3.5.1 Matriz de Importancia - Satisfacción

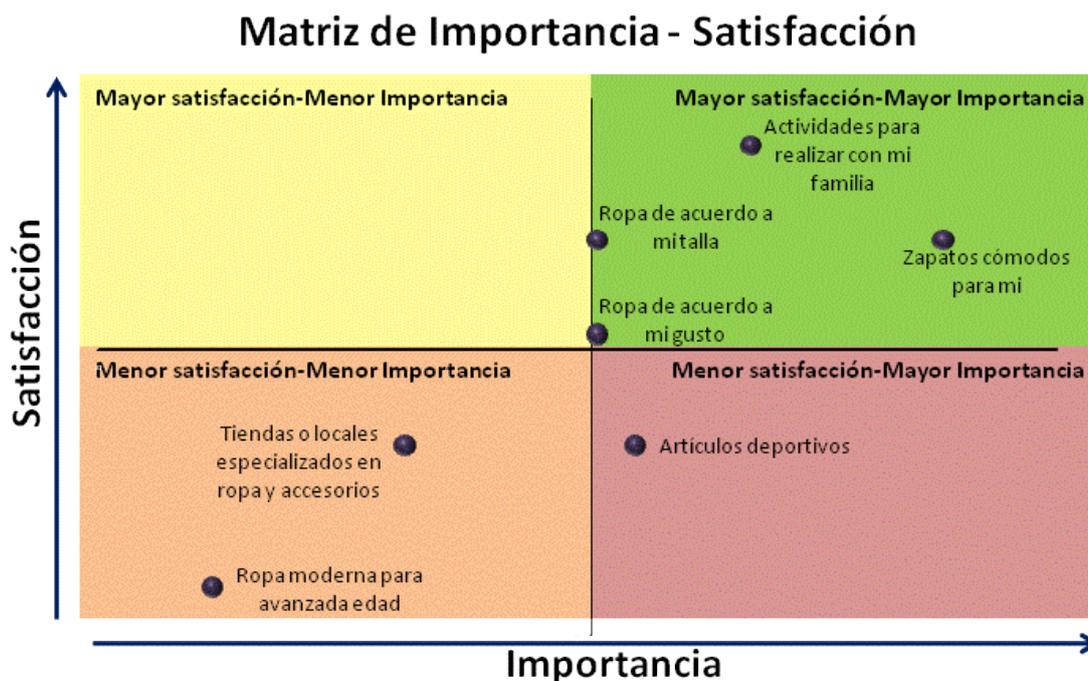


Ilustración 30 Matriz Importancia - Satisfacción en el Mercado Ecuatoriano

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 Encuestados

El 73% de los encuestados considera que en el Ecuador sí existen artículos dirigidos para los adultos mayores. Mientras que dentro del 27% que no lo cree así, piensa que lo que hace falta es Ropa Deportiva (30%).

5.4 Percepción de roles en la sociedad

5.4.1 Definición sobre sí mismo

Los entrevistados se definen a sí mismo principalmente como personas con experiencia (20%), luchadoras y trabajadoras (18%). Las principales definiciones son positivas, habiendo algunas negativas en menor proporción como “Personas cansadas” (5%), “Aburridas y pobre gente (5%). La mayor parte de los encuestados piensan sobre ellos o personas en las mismas circunstancias de manera positiva, sintiéndose dignos de esta nueva etapa, luego de haber contribuido al desarrollo del país.



Ilustración 31 Resultados Frase para definir a jubilados

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

5.4.2 Percepción de definición que otorga la sociedad

Según la percepción de los encuestados, la sociedad relaciona jubilación con vejez y así sienten que los definen. El 38% piensan que los

definen como “Viejitos, mayores de edad o personas de la tercera edad”, “Personas luchadoras y trabajadoras” (14%) y “Personas que lo dieron todo” (13%).

Pocas personas consideran que la sociedad los define de manera negativa como “Personas delicadas que necesitan ayuda” (5%) y “Personas que no hacen nada” (5%).

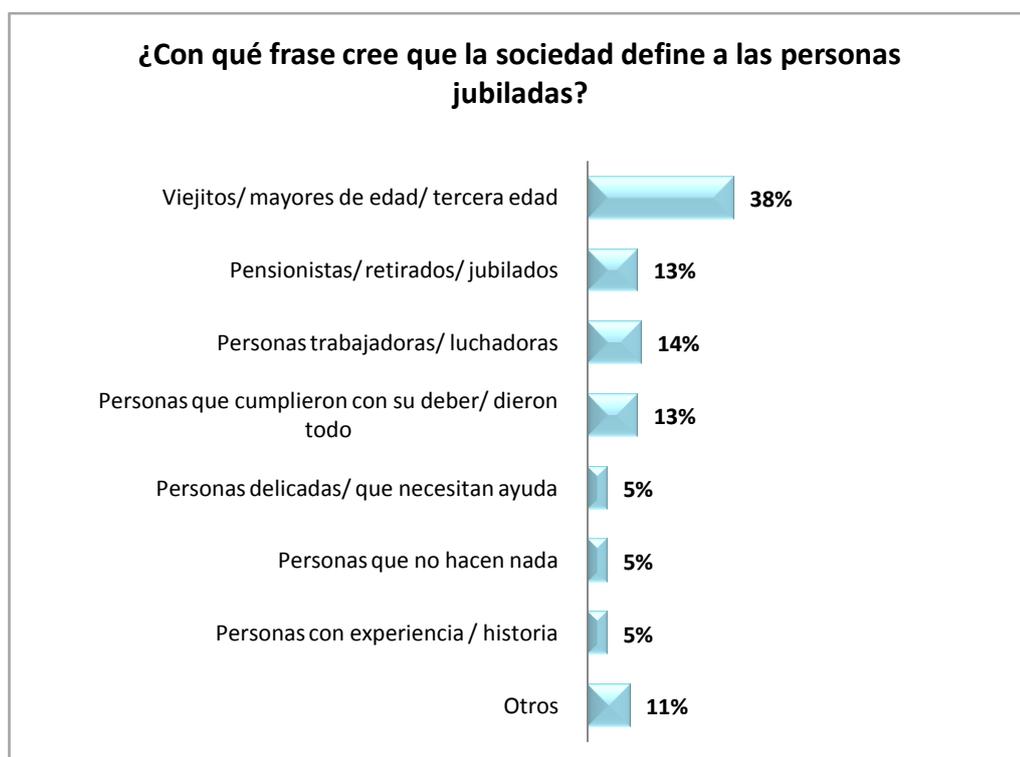


Ilustración 32 Resultados Percepción de definición por parte de la sociedad

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

5.4.3 Personalidad

El 37% de los jubilados encuestados se consideran a sí mismos como personas conservadoras, mientras que el 30% se considera alegre y el 25% Extrovertido.



Ilustración 33 Personalidad

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

5.4.4 Análisis de técnicas proyectivas

5.4.4.1 Técnica: Completar la Frase

El primer ejercicio de técnicas proyectivas dentro del cuestionario, es el de completar la frase “Lo primero que hace una persona al jubilarse es:.....”. Según respuestas del 42% de los encuestados lo principal es Descansar, seguido por Pasar en Familia (12%), Disfrutar el tiempo libre y adaptarse a esta nueva etapa de vida. De la misma forma existe un 5% de encuestados que considera que al momento de jubilarse lo primero que hacen es Disgustarse, Deprimirse o preocuparse.

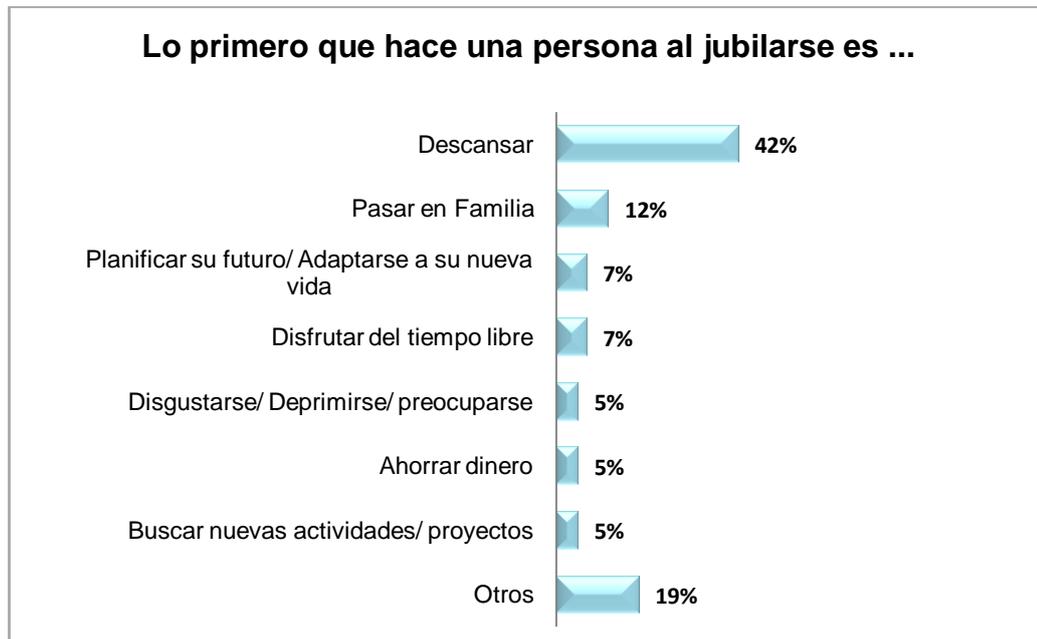


Ilustración 34 Resultados Técnica Proyectiva Complete la Frase

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

5.4.4.2 Técnica: “La Fiesta”

En el cuestionario realizado para jubilados, se incluyó un ejercicio de técnicas proyectivas de percepción de roles, en este caso, dentro de la sociedad.

La idea era crear un ambiente alegre donde se encuentren las diferentes edades que juegan un papel importante en la sociedad, así se implementó como el lugar “La fiesta”. Dentro de la fiesta, se preguntaba al encuestado, quién asumiría cada uno de los diferentes roles y se obtuvieron los siguientes resultados como muestra el gráfico.

Reemplazando la simbología de “La fiesta” como la sociedad en la que vivimos, podemos observar que según consideraciones de los jubilados, las personas adultas son las que juegan el papel más importante. Esta persona adulta, es la que se encarga de organizar y planificar, simbolizado en el ejercicio como “El anfitrión”, los adultos mayores también son

considerados como planificadores, estando como segunda opción en el ejercicio.

Los adultos y los jóvenes son los que se considera que tienen mayor inclusión o integración dentro de la sociedad, siendo simbolizados como “Los invitados”.

En cuanto a la relación entre las normas y la integración, los adultos mayores son los últimos en saltarse las normas para tomar un espacio dentro de la sociedad, simbolizado con el rol de “El que llega sin invitación”.

Los adultos nuevamente son considerados la parte principal para el desarrollo, tomando la iniciativa para realizar alguna actividad (El que empieza el baile).

De acuerdo a los resultados obtenidos, podemos concluir que el rol principal que los jubilados consideran que toman dentro de la sociedad es el de aportar con experiencias vividas, aconsejando a las demás edades, simbolizado en el ejercicio como “El conversión”, lo cual concuerda con los resultados de preguntas anteriores en las que ellos se denominaban como personas con experiencia y consideraban que la sociedad los veía de la misma manera.

En cuanto a la condición física o la fuerza para poder realizar actividades por largos periodos de tiempo, los jubilados tienen similitudes con los niños que se considera, tienen menor resistencia, a diferencia de los que pueden resistir más tiempo como los adultos y los jóvenes. Esto simbolizado como “El que se va temprano” y “El que se va tarde”. Con respecto a la predisposición de ayudar a los demás (El que ayuda a limpiar) se lo vincula principalmente a los adultos.

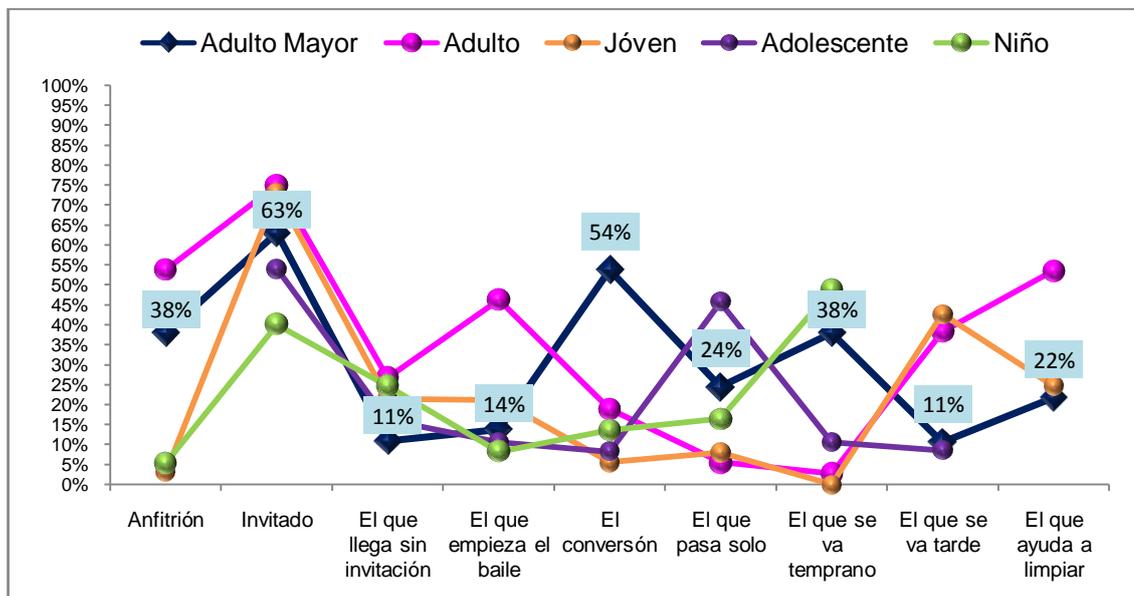


Ilustración 35 Resultados Técnica Proyectiva "La Fiesta"

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 340 encuestados

5.5 Deseos y Anhelos

5.5.1 Preocupaciones

Entre las principales preocupaciones de los recién jubilados se encuentran las enfermedades por la edad (32%), el alto costo de la vida (16%) y la inseguridad (16%). Es interesante observar que una preocupación muy fuerte para ellos es la de quedarse en casa sin actividades que realizar (13%), debido a que a partir de su jubilación, tienen más tiempo libre y necesitan encontrar una forma de aprovecharlo.

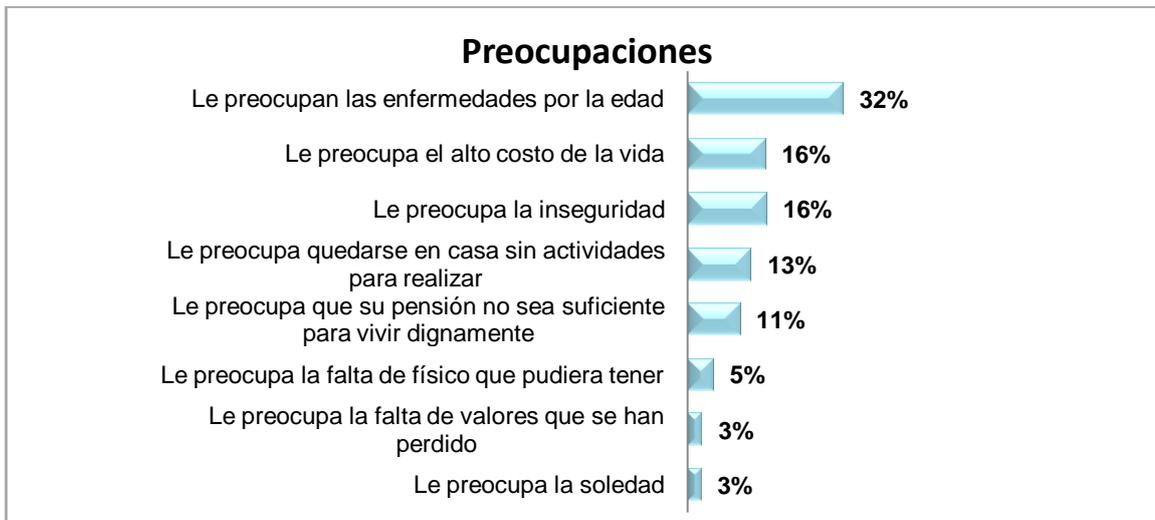


Ilustración 36 Preocupaciones de los jubilados
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación
Base: 340 encuestados

5.5.2 Deseos y Metas por cumplir

Dentro de sus deseos o metas por cumplir se encuentran los viajes divididos entre los que desean viajar dentro del país (25%) y al exterior (18%), esto seguido de tener atención médica cuando lo requieran (17%) y de vivir alejado de la ciudad, de los cuales el 13% desean vivir en el campo y el 11% en la playa.

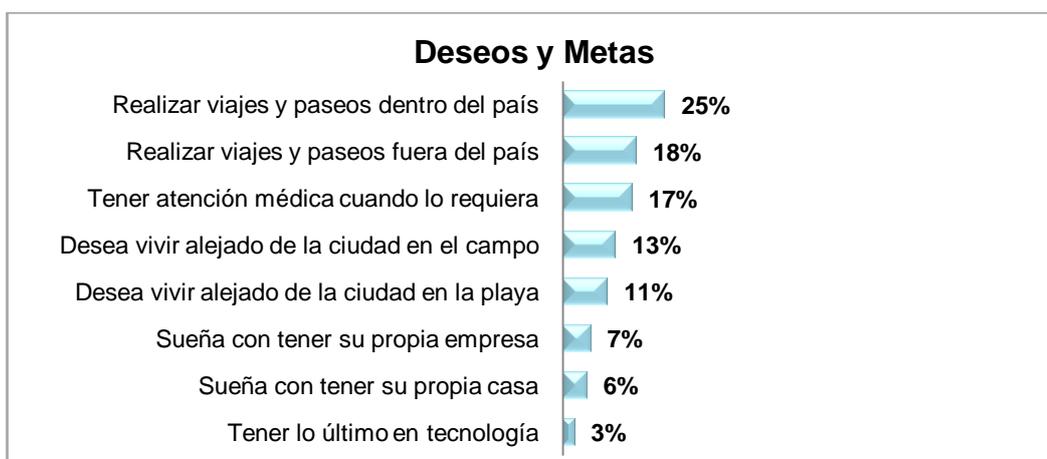


Ilustración 37 Resultados Deseos y Metas
Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación
Base: 340 encuestados

5.5.2.1 Módulo Viajes

El 25% de los encuestados quisieran viajar dentro del país específicamente a las regiones Sierra (23%), Amazonía (27%) e Insular (23%).

El 58% no ha podido realizar estos viajes debido a la falta de dinero, el 32% que no lo ha hecho por falta de tiempo y 6% por la responsabilidad que conlleva tener una familia.

Del 18% que desean viajar fuera del país, 56% no tienen Visa ni pasaporte.

Los viajes en general se esperan realizar 34% con la/el esposa(o), 31% con los hijos, 11% con Amigos.

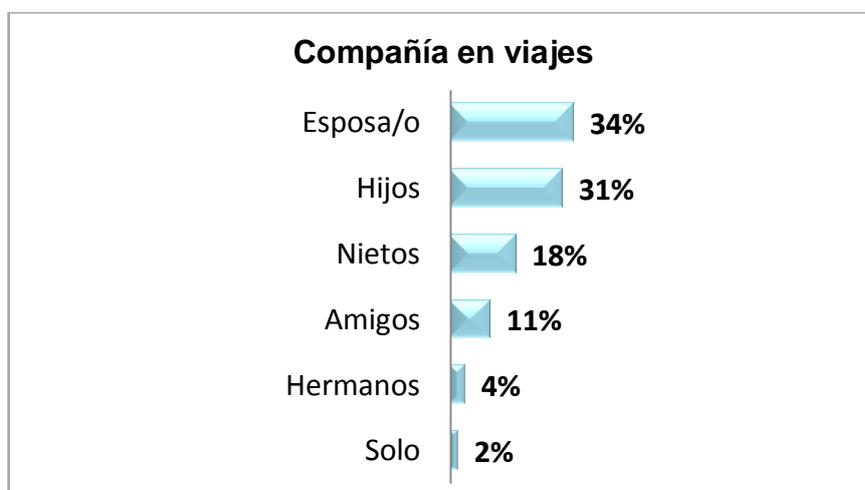


Ilustración 38 Resultados Compañía para viajes

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 238 encuestados

La principal razón para viajar según los jubilados es para conocer nuevas culturas y conocer otras costumbres de vida (73%). En una menor proporción se encuentra el 14% que desea viajar para disfrutar del tiempo de vida que le queda.

Las actividades que se desean realizar en los viajes son: Visitar lugares históricos, caminatas, conocer paisajes nuevos y tomar fotos para recordar los momentos vividos.

Para el viaje, los jubilados tienen como prioridad que les ofrezcan un transporte seguro y cómodo, paquetes turísticos completos, un guía para que este pendiente de ellos en todo momento y un hotel económico.

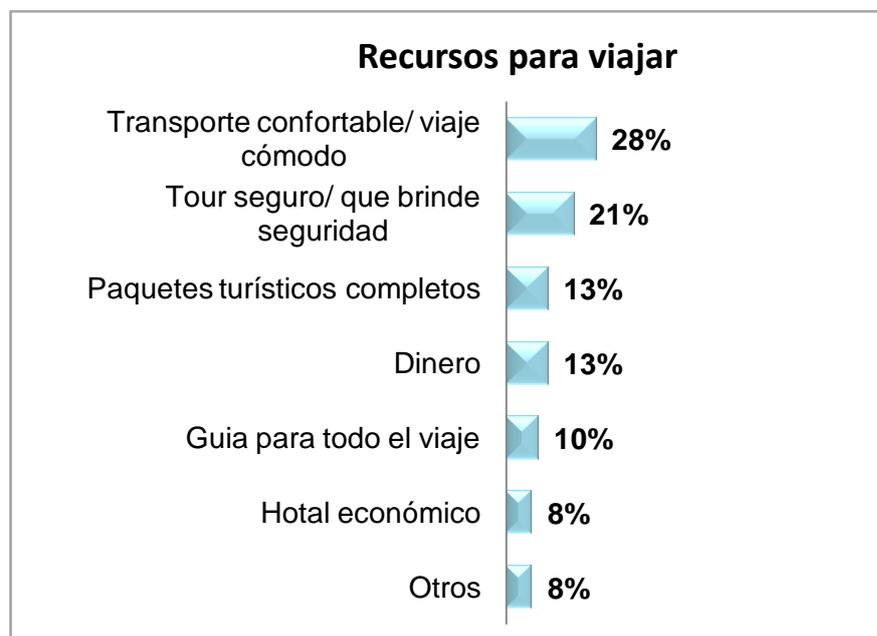


Ilustración 39 Recursos para viajar

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Base: 238 encuestados

5.5.2.2 Módulo Vivir alejado de la ciudad

Entre las razones por la que los jubilados quisieran alejarse de la ciudad y vivir 13% en el campo y un 11% en la playa, es principalmente por la tranquilidad (60%) que estos lugares ofrecen a diferencia de la vida en la ciudad llena de caos y ruido. Lo que desea un 15% es poder descansar y relajarse.

A pesar de sus deseos de vivir fuera, sólo el 43% cuentan con un lugar donde vivir en estos sectores, los cuales no les pertenecen pero tendrían donde quedarse por un tiempo.

Las actividades que se realizarían en estos sectores son principalmente 27% sembrar productos de la zona, 18% pasear o caminar, 21% descansar, y un 13% le dedicaría tiempo a la lectura.

5.5.2.3 Módulo Tecnología

Dentro de las personas que quisieran tener equipos de última tecnología, un 50% quisieran tener tablets y un 50% celulares inteligentes. Todo esto para poder realizar videollamadas y comunicarse con sus familiares.

5.5.2.4 Módulo Empresa propia

El 7% de los encuestados tiene como deseo un negocio propio, de los cuales el 100% considera que el negocio debería ser de comercialización de productos que tengan alta rotación, como la venta de comida.

El 82% no conoce los requisitos ni el procedimiento para constituir una microempresa. A pesar de esto, el único obstáculo que les impide realizar este sueño es el de no contar con capital.

Los encuestados consideran que en Ecuador no existe un organismo que ayude a los jubilados a poner su negocio propio. Y opinan que necesitan capacitaciones para aprender a emprender una idea de negocio.

Desearían aprender temas relacionados con las ventas 31%, presupuesto y contabilidad 20%, manejo o funcionamiento de un negocio 20% y los requisitos para crear el mismo 20%.

Para el 35% estas capacitaciones deberían ser gratuitas, el 32% estaría dispuesto a pagar un monto mensual, mientras que el 33% pagaría

por un curso total. En promedio el costo que los encuestados estarían dispuestos a pagar es de \$288 por el curso.

Estos cursos consideran que deberían ser otorgados por 75% el Gobierno y un 12% considera que lo deberían brindar las universidades.

5.5.2.5 Módulo Casa Propia

La principal razón por la que los encuestados no han logrado tener una casa propia es por la falta de dinero y de financiamiento.

El 60*% acudiría a realizar préstamos hipotecarios con bancos privados y el 40% lo realizarían por medio del IESS. El 60% desearía su casa en el sector norte y el 40% en el sur.

5.5.2.6 Módulo Salud

El 83% de los encuestados no cuenta con seguro de salud privado. Del total de encuestados que desearían tener atención médica cuando lo requiera (166 personas).

El 78% asiste a citas médicas por medio del Seguro Social. Estas citas se planifican para controlar su salud y también porque no tienen dinero para visitar un doctor privado ni para los gastos de las medicinas como además por las visitas regulares que debería hacer.

Para la realización de la matriz de Importancia – Satisfacción se tomaron las 2 calificaciones máximas por cada atributo, dado en los cuestionarios, en cuanto a la atención que reciben en el IESS.

La matriz se divide en cuatro cuadrantes: El de color amarillo “Mayor satisfacción-Menos Importancia”, el cuadrante verde “Mayor Satisfacción-Mayor Importancia”, el cuadrante naranja “Menor Satisfacción-Menor Importancia” y el cuadrante rojo “Menor Satisfacción – Mayor Importancia”.

Matriz de Importancia - Satisfacción



Ilustración 40 Matriz Importancia-Satisfacción Módulo Salud

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

La Matriz se podría interpretar de la siguiente forma: El cuadrante amarillo tiene un único atributo al cual no le brindan mucha importancia pero con el que al mismo tiempo están satisfechos, esto es “Pido la cita con el médico y mi consulta queda registrada para menos de 2 días”. Siempre que la cita no demore mucho tiempo para el día de la consulta, los jubilados no tendrían problemas en acudir.

En este cuadrante se encuentran los atributos que se podrían mejorar, para que tengan mayor importancia y puedan pasar al cuadrante verde.

El cuadrante verde son los atributos de la salud con los que las personas jubiladas están satisfechos, esto es en que “La atención de los doctores es amable” y “Tener su doctor de cabecera”, es decir al que siempre acuden y a los que les brindan mayor confianza o con el que siempre piden consultas. Este cuadrante no se puede descuidar, ya que son

las fortalezas que tendría el servicio en el IESS, como la atención amable de los doctores.

En el cuadrante naranja se encuentran los atributos menos relevantes para los jubilados, estos son 3 y tienen que ver con que el IESS “Tiene las mejores instalaciones e infraestructura”, “Tiene los mejores especialistas en diversas áreas” y “Mi consulta empieza a la hora indicada”. En estos atributos se pueden realizar mejoras para potencializarlos y convertirlos en algo importante y satisfactorio para ellos. Pero al mismo tiempo se debe tener en cuenta que cuando empiecen a ser importantes para las personas, podría volverse una amenaza al servicio y pasarían al cuadrante rojo.

En el cuadrante rojo se encuentran los atributos con los que los jubilados están muy insatisfechos y que para ellos es de suma importancia, estos son “Puedo comprar mi receta en cualquier otra farmacia”, “Tiene equipos médicos de última tecnología” y “La atención de las enfermeras es amable y atenta”. A pesar de ser aspectos positivos, se encuentran dentro del cuadrante rojo porque los jubilados los han calificado con importancia muy alta pero con poca satisfacción de su parte. Estos son los aspectos en los que se debe mejorar para brindar un mejor servicio.

5.5.3 Proyección a 5 años

En cuanto a la vida Familiar, los jubilados consideran que en el transcurso del tiempo, ésta será muy optimista (87%), viviendo unidos, realizados, prosperando. Mientras que en menor proporción se desconoce e incluso es tema de preocupación (13%).

En cuanto a la economía, los jubilados consideran que en 5 años, estarán estables y será segura (35%), mientras que el 49% piensa muy positivamente al argumentar que será mejor y estará en crecimiento, un 16% negativamente considera que estará en crisis.

Con respecto a la salud, el 97% de los jubilados encuestados tiene un pronóstico muy positivo, dando respuestas como que su salud estará controlada y ellos muy saludables.

El 95% de los jubilados considera que sus sueños y metas estarán siendo alcanzados.

5.6 Nivel Socioeconómico

El nivel socioeconómico de las personas encuestadas va desde el nivel B hasta el C- de acuerdo a las características brindadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2011). (Véase en Anexo 1 - Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011).

En promedio los encuestados son parte del Nivel C+ debido a características como:

En el hogar de los entrevistados en promedio: viven 4 personas, poseen 2 baños, 3 tipos de electrodomésticos como refrigeradora, cocina y lavadora, cuentan con servicio de internet y televisión pagada.

En promedio el grado de instrucción es de Secundaria completa, habiendo un considerable número de jubilados que también alcanzaron estudios universitarios.

CAPITULO VI: PLAN DE NEGOCIO

“Las grandes ideas necesitan tren de aterrizaje y alas” Jackson, C.D.

6.1 Desarrollo del proyecto

“Mediante el Plan de Negocio se evalúa la calidad del negocio en sí. Se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre ésta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha”. (Velasco, 2007)

6.2 Resumen ejecutivo

El presente plan de negocios consiste en la creación de una Operadora turística dentro del Ecuador, como referencia, la Operadora Turística es la que se encarga de organizar paquetes turísticos, esto es, más allá de sólo la reservación de hoteles y medios de transporte. Estos viajes estarán inspirados y creados para personas jubiladas que residen en la ciudad de Guayaquil.

La empresa se encuentra según la Superintendencia de compañías y valores dentro del Sector Económico de Actividades de servicios administrativos y de apoyo, teniendo como Subsector económico la definición como: Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos. Dentro de la Actividad a realizar entra en el grupo de Actividades de Operador turístico.

Se diseñará paquetes turísticos que van acorde a los gustos y necesidades encontrados en la investigación realizada a los jubilados.

Estos paquetes turísticos tendrán una duración de 3 noches y 4 días o de 2 noches y 3 días dependiendo las diferentes regiones del país se prefiera visitar.

Los viajes incluirán: servicio de transporte confortable, alojamiento, visitas a sitios turísticos con guía incluido durante todo el trayecto el cual es otorgado por parte de los hoteles con convenio y una enfermera, dos asistentes para brindar ayuda a las personas del viaje en todo momento.

La operadora turística será la encargada de brindar comodidad, seguridad y diversión a sus viajeros, que no tendrán que preocuparse ya que se diseñarán actividades exclusivamente para su edad.

El segmento de mercado establecido son los jubilados de la ciudad de Guayaquil de 60 a 69 años, a quienes se dirigirá la publicidad. Teniendo en cuenta en un futuro poder expandirlo a otras ciudades.

La ciudad de Guayaquil no cuenta con una fuerte competencia para la operadora turística presentada, debido a que su función es la de organizar o armar el viaje a las personas, pero ninguna se especializa en jubilados. Además que la experiencia que se le brindara a los mencionados será el valor agregado, diseñando los paquetes turísticos en base a la información recolectada con personas de este segmento.

De la misma manera existen tours organizados para personas de la tercera edad, pero ninguno cuenta con la figura legal para poder expandirlo como paquetes turísticos, ni con el suficiente cuidado que merecen estas personas.

Muchos de los jubilados prefieren no viajar, porque no sienten la seguridad necesaria ni la comodidad que brindaría una empresa como ésta, dedicada y creada exclusivamente para satisfacer sus necesidades.

La inversión inicial del proyecto será de \$11,770.48 recuperables en dos años y un mes de operaciones de la empresa.

6.2.1 Objetivos del negocio

Los objetivos principales de la Operadora Turística son:

- Diseñar y brindar paquetes turísticos acorde a las necesidades y gustos de los jubilados para que puedan disfrutar de esta nueva etapa de su vida.
- Atraer el segmento de mercado al que se dirige la agencia a través de promoción y publicidad que llegue fácil y directamente a ellos.
- Brindar una experiencia única a los jubilados, ayudarles a crear inolvidables recuerdos de su etapa de jubilación con viajes personalizados para su edad.
- Contribuir al crecimiento turístico en el Ecuador, al mismo tiempo que socialmente aportando con ideas para el desarrollo y la integración de actividades para personas jubiladas.

6.3 Plan Administrativo

6.3.1 Constitución Agencia de Viajes - Operadora Turística

Para poder desarrollar el plan de negocio, es muy importante tener en cuenta el aspecto legal sobre cómo desarrollar un negocio, definir qué tipo de empresa y su razón social.

En Ecuador el ente regulador para la formación de nuevas empresas es la Superintendencia de Compañías, que junto con la Ley de compañías, establecen los parámetros necesarios para la creación de los nuevos negocios.

De acuerdo a lo establecido en la ley, existen varios tipos de formas jurídicas para establecer una agencia de viajes.

6.3.2 Tipos de Agencia

Según el Reglamento General de Actividades turísticas en su Art. 77 define a las agencias de viajes a las empresas dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros. Indica también que estas agencias de viajes deben estar bajo vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías y deberán tener como objeto social el desarrollo profesional de actividades turísticas.

Las agencias de viajes se clasifican en mayoristas, internacionales y operadoras. Debido a que nuestro plan de negocios está basado en una agencia de viajes operadora, hemos profundizado de acuerdo a lo que indica la ley. (Ministerio de Turismo, 2002)

6.3.2.1 Agencia de viajes operadoras

Las agencia de viajes operadoras son las que elaboran, operan y venden toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos dentro o fuera del país. (Ministerio de Turismo, 2002)

Su actividad se desenvolverá dentro del siguiente marco:

- a. Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;
- b. Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes;
- c. Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;

- d. Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;
- e. Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- f. Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- g. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las agencias deberán utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo, previa la evaluación correspondiente. (Ministerio de Turismo, 2002)

6.3.3 Análisis del mercado

6.3.3.1 Definición del negocio

El negocio consiste en la creación de una Operadora Turística que se encargará de diseñar paquetes turísticos dentro del Ecuador, con diversos destinos de viaje para personas jubiladas.

Logo



El nombre hace referencia en su traducción a los viajes de oro puesto que el target al que va dirigido el negocio es a los Jubilados, o también conocidos como “los de la edad de Oro”.

6.3.3.2 Descripción del servicio a desarrollar

El servicio que se piensa brindar es diseñar paquetes turísticos para jubilados dentro del territorio nacional. Es un servicio que podrá satisfacer a este mercado, porque hasta ahora este tipo de viajes promocionales para personas que se han retirado solo lo obtienen extranjeros que vienen de visita al país.

Una de las principales características es tener un servicio exclusivo de acuerdo a sus necesidades, por ejemplo seguridad, confort, distracción y relax; también indican los resultados que el motivo de sus viajes es para poder conocer lugares a los que por falta de dinero y tiempo no han podido ir.

La agencia de viajes contará con paquetes turísticos exclusivos a las personas jubiladas y de la tercera edad, puesto que sus condiciones físicas no son las mismas que cuando eran parte de la PEA, y los intereses son distintos según esta variable.

Todo el proyecto está alineado bajo los requerimientos legales de la institución de una empresa turística registrada en el ministerio de Turismo del Ecuador.

6.3.3.3 Paquetes Turísticos

Los paquetes tendrán como destino los siguientes lugares:

Paquete 1: Manta Caminos del Sol
Paquete 2: Olón Natural
Paquete 3: Cuenca & Ingapirca de ensueño
Paquete 4: Imbabura Histórico
Paquete 5: Lago Agrio Sagrado
Paquete 6: Maravillas del Napo

Tabla 3 Paquetes Turísticos

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

6.3.4 Análisis de la demanda

Determinar como el producto llenará las expectativas del cliente. Conocer factores como las necesidades de la población, precios estimados según lo que estén dispuestos a pagar los futuros clientes, e ingresos que perciben según el sector al que se dirige.

Para que el análisis de la demanda sea oportuno y de gran utilidad para la ejecución del proyecto, se ejecutó una investigación de campo donde se estimaron datos reales del mercado. De tal forma que permite justificar la puesta en marcha del proyecto.

La cantidad de jubilados en el Guayas es de 8.888, de los cuales el 73% tienen edades entre 60 y 69 años, este porcentaje representa a 4.964 personas en la provincia, para la ciudad de Guayaquil el número de jubilados es de 3.102.

De acuerdo con las encuestas realizadas a 340 personas que cumplen con los parámetros de la investigación, el 70% de jubilados, indicaron que para ellos es importante contar con un servicio de agencia de viajes para poder realizar paseos turísticos dentro del país, y que este tenga todos los beneficios y cuidados correspondientes que se requiere para una persona Jubilada.

El Mercado Objetivo es de 2171 jubilado para el primer año, se espera expandir el negocio a otras ciudades de la provincia en mediano

plazo, y ofrecer el servicio a otras provincias como largo plazo. Como también incrementar el mercado objetivo para llegar a personas de la tercera edad, sin necesidad de que éstas sean jubiladas.

6.3.5 Perfil del consumidor

El perfil del consumidor al cual se va a elaborar los paquetes turísticos “especiales” son personas que oscilan entre los 60 y 69 años de edad, que gustan de pasar tiempo con su familia y en actividades solos.

Dentro de las cosas más importantes que tiene el Jubilado la Familia ocupa el primer lugar. Nuestros consumidores gustan de actividades menos activas como leer el periódico, caminar por los parques y escuchar música.

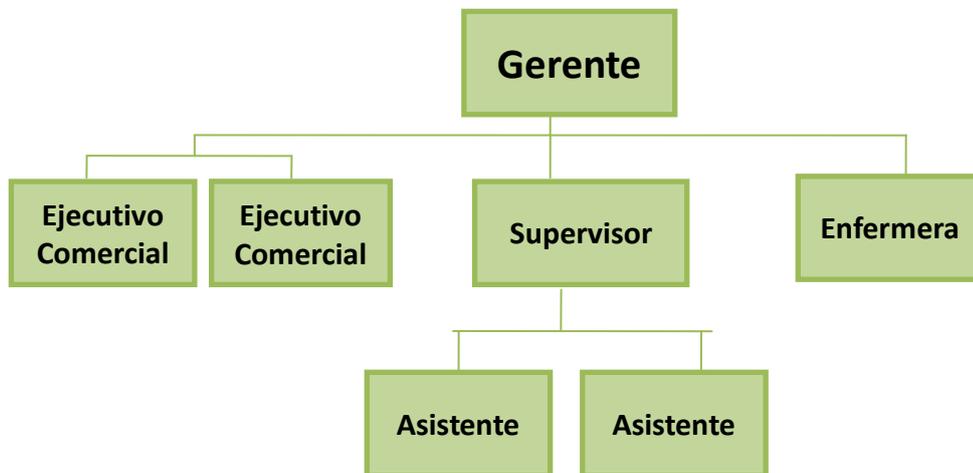
El uso del internet no es tan importante puesto que son pocos los que tienen cuentas en redes sociales. Si llegasen a utilizar esta herramienta la usarían para comunicarse con la familia que tiene en el exterior o escribirles correo a familiares que tienen fuera de la ciudad o del país.

Dentro de los deseos que tienen como jubilados es contar con un servicio de paquetes turísticos puesto que son personas que por cuestiones de tiempo y de dinero no han podido realizar viajes en los cuales ellos quieren conocer las nuevas culturas y poder pasar momentos amenos con sus cónyuges y amigos.

El Jubilado en su mayoría quiere conocer el país, sus lugares históricos y paisajes escondidos. Las rutas religiosas y naturales forman parte de los principales lugares a los que se quisiera visitar.

La capacidad económica del jubilado está entre los \$320 y \$500.

6.3.6 Organigrama



La empresa contará principalmente con un Gerente que será el encargado de dirigir la Operadora turística. En el segundo nivel de jerarquía se encuentran los Ejecutivos Comerciales y el Supervisor. El Supervisor tendrá bajo su tutela a dos Asistentes.

6.3.7 Funciones del cargo

Gerente

- Planificar metas alcanzables, medibles y específicas para alcanzar una mayor rentabilidad.
- Administrar los recursos de la empresa para la optimización de los mismos.
- Dirigir al grupo de trabajo hacia el logro de los objetivos planteados.
- Controlar y realizar seguimiento continuo de las actividades y personal a su cargo.
- Brindar feedback a todo el personal, para mejorar el rendimiento y desarrollo de cada trabajador.
- Realizar los estados financieros necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.
- Administrar los recursos y materiales de oficina para su optimización.

Ejecutivo de Ventas

- Alcanzar las metas de venta establecidas
- Incentivar a los clientes potenciales a adquirir nuestros servicios de viaje
- Tener buen trato con el cliente y brindar toda la información necesaria en cuanto a los paquetes de viaje.
- Realizar informes diarios de las ventas realizadas.

Supervisor de Viaje

- Preparar los cronogramas de actividades de cada viaje.
- Realizar reportes de cada viaje realizado.
- Guiar a los viajeros y dirigirlos según las actividades dentro del paquete de viaje.
- Coordinar con proveedores las fechas de llegada de cada grupo a su cargo según el paquete de viaje.
- Realizar los pagos a proveedores y personal de la empresa

Asistente de Viaje

- Brindar asistencia a los clientes durante los viajes.
- Coordinar con el supervisor las actividades diarias de los viajes.

Enfermera

- Brindar asistencia médica a los viajeros y personal de la empresa cuando lo requieran.

6.3.8 Análisis de la oferta

Establecer en qué proporción se ofrecerá el producto a un determinado precio, teniendo en cuenta las diferentes alternativas y competencia que tiene el mercado.

De acuerdo al (Equipo Consultor Tourism & Leisure - Europraxis, 2007), en Ecuador existe un total de 12518 establecimientos Turísticos (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2005) y el 9,22% de estos son agencias de viajes y operadoras, es decir 1154.

En Guayaquil están el 21.3% de operadoras turísticas en el país, esto representa a 246 empresas dedicadas a la misma función, pero estas no tienen paquetes especializados para jubilados lo que hace que nuestra empresa no cuente con una fuerte competencia, debido a que su función es la de organizar o armar el viaje a las personas, pero ninguna ofrece este tipo de servicios para los jubilados.

Además que la experiencia que se le brindara a los mencionados será el valor agregado, diseñando los paquetes turísticos en base a la información recolectada con personas de este segmento.

De la misma manera existen tours organizados para personas de la tercera edad, pero ninguno cuenta con la figura legal para poder contar con los beneficios legales que se tiene al ser jubilado.

Los productos sustitutos a los nuestros, serían los paquetes de otras operadoras turísticas que estén abiertos a cualquier segmento del mercado en cuanto a edad se refiera.

6.3.9 Análisis de los precios

Los precios se basan en la combinación del análisis de los costos y los ingresos promedios del comprador.

Los costos de los paquetes se ven beneficiados por las leyes que amparan a las personas de la tercera edad (a partir de 65 años) puesto que ellas cuentan con beneficios de hasta un 50% en pasajes de transporte y están exentos de pagos de IVA.

Mientras que el ingreso promedio de los jubilados esta en \$450.00 mensuales, ya que en nuestro estudio socio-económico los resultados fueron de nivel medio.

El precio está acorde a los ingresos de los jubilados y a su capacidad de pago. El beneficio esperado por los potenciales clientes que estarían dispuestos a pagar un valor determinado por el servicio adquirido debido a que es un esquema totalmente nuevo y personalizado pensado solo en los Jubilados.

6.3.10 Matriz FODA

Factores Internos	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimiento de necesidades de jubilados. ➤ Actividades especializadas en jubilados. ➤ Paquetes que incluyen atención personalizada ➤ Diversificación de destinos turísticos combinando 3 regiones del Ecuador 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poco posicionamiento de la empresa por ser nueva. ➤ Poca llegada de promoción a los nuevos compradores
Factores Externos	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Creciente desarrollo turístico en Ecuador. ➤ Beneficios que tienen personas de la tercera edad. ➤ Enfoque en el Target con propuestas nuevas ➤ Falta de empresas dedicadas a realizar viajes para personas mayores. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Precios competitivos de agencias de viajes. ➤ Nuevos competidores en el Mercado ➤ Desastres naturales en los destinos o vías del viaje

6.4 Plan de Marketing

6.4.1 Estrategia de Mercado

“La estrategia de mercado implica la segmentación, selección de mercado y posicionamiento de la empresa en ese mercado”. (Metzger M & Donaire V, 2007)

La estrategia de mercadotecnia como “la lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia, y consiste en estrategias específicas para mercados meta, posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y los niveles de gastos en mercadotecnia”. (Metzger M & Donaire V, 2007).

La mezcla de mercadotecnia (marketing mix) como el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta, que incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. (Kotler P & Armstrong G, 2003).

La estrategia de mercadotecnia es un tipo de estrategia que define un mercado meta y la combinación de mercadotecnia relacionada con él. Se trata de una especie de panorama general sobre el modo de actuar de una empresa dentro de un mercado. Los fundamentos del marketing al introducir el concepto de las 4 P's del marketing, que en la actualidad constituye en la clasificación más utilizada para estructurar las herramientas o variables de la mezcla de mercadotecnia. (Perreault W & McCarthy J, 2001). Las 4P's del marketing consisten en:

- **Producto:** Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías.
- **Precio:** Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio.

- **Plaza:** También conocida como posición o distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables pueden ser las siguientes: canales, cobertura, surtido, ubicaciones inventario, transporte, logística
- **Promoción:** Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. Sus variables son las siguientes: publicidad, venta personal, promoción de ventas relaciones públicas, telemarketing, propaganda. (Perreault W & McCarthy J, 2001)

6.4.2 Análisis de las 4P's del Marketing

6.4.2.1 Producto

Existen dos opciones de paquetes turísticos por cada región del país, exceptuando la Región Insular o Galápagos, haciendo de este paquete uno completo con todos los atractivos de las islas.

Estos paquetes son de 4 días, 3 noches dependiendo el destino turístico que elija. Incluyen movilización, hospedaje, alimentación, y actividades de recreación.

Los paquetes turísticos están diseñados para personas jubiladas y adultos mayores con un límite de 69 años.

6.4.2.2 Itinerario de Viaje por Paquete Turístico

Región Costa

Opción 1 - Paquete: "Manta Dorada"

Día 1

- Llegada directa al Complejo turístico Boulevard
- Check in y distribución de las habitaciones (dobles)
- Vista a la ciudad de Montecristi

- Recorrido por la asamblea, iglesia, parque Central
- Visita al mercado artesanal
- Almuerzo
- Retorno al hotel "Boulevard"
- Recorrido y atardecer en la playa "El Murcielago"
- Cena
- Descanso

Día 2

- Desayuno
- Salida al parque nacional Machalilla
- Visita a la playa de los "Frailes"
- Recorrido por el mirador
- Almuerzo en Puerto López
- Visita a la comuna "Agua Blanca"
- Recorrido por el museo
- Visita a la laguna de origen Volcánico
- Retorno al hotel
- Cena
- Noche cultural
- Descanso

Día 3

- Desayuno
- Recorrido del puente bahía de Caráquez-San Vicente.
- Visita al refugio de visa Silvestre "Isla Corazón"
- Retorno al hotel
- Almuerzo
- Retorno a Guayaquil

El viaje a Manta está dentro de los lugares turísticos más deseados por los consumidores, puesto que cuenta con la combinación de visitas a

lugares imponentes del país como lo es la Asamblea Nacional y el descanso en las mejores playas del país junto a su biodiversidad.

Opción 2 - Paquete: “Olon Natural”

Día 1

- Llegada al hotel “San Francisco”
- Check in y Distribucion de habitaciones
- Recorrido por las playas de Olon
- Almuerzo al pie del mar
- Visita al Santuario Blanca estrella de Mar
- Cena especial
- Retorno al hotel
- Descanso

Día 2

- Desayuno
- Visita a la cascada Alex
- Recorrido por el puerto
- Almuerzo
- Visita a parroquia de Manglaralto
- Compartir con la comunidad
- Cena
- Noche cultural

Día 3

- Desayuno
- Salida a la playa de Montañita
- Almuerzo al pie del mar
- Retorno al hotel
- Regreso a Guayaquil

Región Sierra

Opción 3 - Paquete: “Cuenca & Ingapirca de Ensueño”

Día 1

- Llegada directa al hotel “El Conquistador”
- Check in e instalación en cada dormitorio (doble)
- Salida al Parque Nacional Cajas
- Recorrido por el parque
- Pesca de Truchas
- Almuerzo en el Parque Nacional del Cajas
- Recorrido por el Santuario del Cajas
- Atardecer en las Lagunas del Parque
- Retorno al Hotel “El Conquistador”
- Cena
- Descanso

Día 2

- Desayuno
- Recorrido por el Parque Histórico de Cuenca
- Visita a las Iglesias de la Ciudad
- Almuerzo en “El Jardín”
- Recorrido por el mirador “El Turi”
- Paseo por el Rio Tomebamba, Tres puentes
- Visita al mercado artesanal
- Retorno al Hotel “El Conquistador”
- Cena
- Descanso

Día 3

- Desayuno
- Vista a Chordeleg y Gualaceo
- Retorno al hotel
- Almuerzo

- Salida a la ingapirca
- Llegada al hotel “Posada Ingapirca”
- Check In y distribución de habitaciones (dobles)
- Descanso
- Cena
- Noche cultural

Día 4

- Desayuno
- Salida a las ruinas de Ingapirca
- Recorrido por el complejo arqueológico
- Visita al museo
- Retorno al hotel “Posada Ingapirca”
- Almuerzo
- Retorno a Guayaquil

La visita a Cuenca, Cajas, e Ingapirca como lugares imponentes de este sector del país hacen del paquete turístico una experiencia que va relacionado con el tema ancestral, el recorrido en el paquete 2 cuenta con diversidad de lugares y actividades que dejarán satisfecho al cliente, puesto que todo va alineado a los requerimientos que surgieron del estudio de investigación.

Opción 4- Paquete: “Imbabura Histórico”

Día 1

- Llegada directa al hotel Inti Wasi Saraguro
- Instalación en cada dormitorio
- Break de media mañana
- Salida a la ciudad de Ibarra
- Recorrido por los lugares emblemáticos de la ciudad
- Almuerzo Típico en el restaurante “La Hacienda”
- Visita por las iglesias de la Urbe, el guía contará historias y leyendas de la Ciudad Blanca

- Regreso al hotel Inti Wasi Saraguro
- Convivencia con la comunidad
- Cena en el hotel
- Descanso

Día 2

- Desayuno
- Salida a la ciudad de Atuntaqui
- Recorrido a la zona comercial (tiempo para compras)
- Visita a la zona histórica de la ciudad (Iglesia, Parques)
- Almuerzo típico de la ciudad Restaurante “La Tradición”
- Visita a la “ExFábrica Textil Imbabura”
- Regreso al Hotel Inti Wasi Saraguro
- Cena en el hotel
- Noche cultural con las agrupaciones de música y danza de la localidad

Día 3

- Desayuno
- Salida a la ciudad de Otavalo
- Visita al lago San Pablo
- Visita al árbol del Lechero
- Almuerzo Restaurante Mi Otavalito
- Recorrido por la Ciudad
- Visita a la Plaza de ponchos y artesanías
- Regreso al Hotel Inti Wasi Saraguro
- Cena en el hotel
- Descanso

Día 4

- Desayuno
- Salida al Tour en la “Laguna Azul”
- Recorrido por el Mirador de la ciudad
- Visita a Yahuarcocha

- Almuerzo
- Retorno a Guayaquil

Las actividades que se van a realizar en las distintas ciudades de Ibarra van acorde a lo que los jubilados quieren, como es conocer lugares históricos y visitas a iglesias. Son ciudades que el recorrido a pie no es extenso cumpliendo así con las expectativas que el consumidor tiene.

Oriente

Opción 5 - Paquete: “Pastaza Sagrada”

Día 1

- Llegada a la hostería
- Check in y distribución de Habitaciones
- Recorrido por reserva baja cercana a la Hostería
- Almuerzo en el Hotel
- Visita al Árbol dinosaurio
- Visita a las orillas del rio Pastaza
- Recorrido para Fotografías
- Cena en el Hotel
- Descanso

Día 2

- Desayuno
- Excursión por reserva alta cercana a la hostería
- Visita a cascada “Hola Vida”
- Opción a Baño en la cascada
- Retorno a la hostería
- Almuerzo
- Visita a comunidad Aborigen
- Tarde de intercambio cultural
- Retorno al hotel
- Cena

- Descanso

Día 3

- Desayuno
- Visita a las cascadas las golondrinas
- Compra de artesanías
- Retorno al hotel
- Almuerzo
- Regreso a Guayaquil

El clima y la ubicación del oriente hacen que este paquete sea para disfrutar de la compañía y la buena vista que ofrece la selva amazónica. No requiere de tanto esfuerzo y el plus a este servicio es el contacto con los aborígenes de la localidad.

Opción 6 - Paquete: “Maravillas de Napo”

Día 1

- Desayuno
- Llegada a las cabañas de Cuya Loma
- Distribución de los dormitorios
- Almuerzo
- Visita a hacienda de Cuya Loma
- Convivencia con personas de la localidad
- Taller de elaboración de artesanía Tradicional
- Cena
- Descanso

Día 2

- Desayuno
- Check out de las Cabañas de Cuya Loma
- Cruce del Rio Napo
- Llegada a las cabañas de Runa Huasi
- Almuerzo

- Visita al centro de rescate de animales
- Convivencia con Personas de la localidad
- Cena
- Noche cultural
- Descanso

Día 3

- Desayuno
- Visita al museo Quichia
- Recorrido por finca de la localidad
- Almuerzo en las cabañas
- Retorno a Guayaquil

Esta opción es más arriesgada pero cuenta con todos los cuidados y seguridades que se requiera, todo está calificado por guías nativos y supervisores locales, además de contar con el servicio de médico, enfermera y asistentes de viaje.

6.4.2.3 Precio

Se ha trabajado con paquetes para un grupo de 10 personas, el precio está indicado por persona.

Producto	Precio unitario
Paquete 1: Manta Caminos del Sol	\$ 202,95
Paquete 2: Olón Natural	\$ 171,60
Paquete 3: Cuenca & Ingapirca de ensueño	\$ 313,50
Paquete 4: Imbabura Histórico	\$ 255,75
Paquete 5: Pastaza Sagrada	\$ 468,60
Paquete 6: Maravillas del Napo	\$ 453,75
Total	\$ 1.866,2

Tabla 4 Precio por paquetes turísticos

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

6.4.2.4 Plaza

Para la ubicación de la empresa turística “Gold’sTravel”, se sugiere que sea en la parte del centro de la ciudad, puesto que las facilidades de acceso son variadas.

Cerca de la calle nueve de octubre, por la Iglesia San Francisco, ya que la influencia de Jubilados por esas calles es notoria.

El canal de distribución utilizado para la comercialización de los paquetes serán los convenios con hoteles, empresas de transporte y centros culturales, tales como museos y bibliotecas. Las formas de comercialización serán directamente en el punto de oficina y Ventas Online

6.4.2.5 Promoción

En base a la investigación realizada a jubilados de la ciudad de Guayaquil, se pudo determinar que los principales medios para llegar directamente a este segmento de mercado y causar un mayor impacto son por prensa escrita y radio, además de la ubicación de publicidad e información en centros comerciales.

El presupuesto mensual por publicidad será de \$800, divididos tanto en prensa escrita una vez al mes, y por radio frecuencia FM. En horarios de mayor sintonía.

Medio radial

Las diversas emisoras elaboran varios paquetes publicitarios con el fin de cumplir correctamente la función de transmitir las cuñas o avances publicitarios. Para este fin la estación cuenta con estudio de grabación garantizado, y cuenta con las herramientas necesarias para la elaboración de los mensajes que se van a transmitir en el estudio de Radio Tropicana

De acuerdo a las necesidades de nuestro negocio el costo que la empresa va a incurrir será de un paquete de 10 Cuñas diarias de lunes a

domingo. Este costo es de \$200.00 al mes, esto para tener el alcance necesario y la publicidad que se desea realizar, siendo estas distribuidas de la siguiente forma:

- Mañana: 4 cuñas (horas Varias)
- Tarde: 3 cuñas (hora noticiero)
- Noche: 3 cuñas (hora noticiero)

Medio Prensa Escrita

La sección de “Vida y Estilo” que tiene el Diario El universo, cuenta con un tarifario para anunciantes el cual es el siguiente:

FORMATOS PARA ANUNCIANTES DE ENTRETENIMIENTO ÚNICAMENTE A COLOR						
N°	Descripción del formato	Ancho		Alto	Indeterminada	
150	Entretenimiento C	3	14,6	8,22	\$293	\$410

Tabla 5 Precios publicidad Medio Prensa Escrita

Fuente: Sección Vida y Estilo. Tarifario Para Anunciantes

Las necesidades del negocio harán que sea necesario pautar el formato de publicidad “Entretenimiento C” con un costo de \$410 el fin de semana haciéndolo 2 veces al mes durante los 2 primeros meses del negocio.

Material POP

El Negocio cuenta con 7 tipos de paquetes turísticos, y para darlos a conocer se realizara la impresión de 500 volantes por cada destino haciendo un total de 3500 volantes el primer mes, esta necesidad del negocio se realizara cada trimestre para renovar el diseño de la presentación del volante:

Costo por los 3500 volantes:

Descripción:

- Papel couché brillante de 120gr. Impresión full color
- Costo: \$200.00
- Sin Diseño

6.5 Plan Financiero

El Plan Financiero es la parte clave del plan de negocios, ya que por medio de la elaboración del mismo, se pueden obtener pronósticos de lo que pasará con el negocio al momento de su constitución y en el desarrollo de sus operaciones.

Los administradores pronostican los factores clave como los ingresos que generará el negocio, en contraste con los costos de operación. Se estima el financiamiento necesario de ser el caso y cuanto implicaría esto para el desarrollo de la empresa. (Merton Roberto C, 2003)

6.5.1 Sueldos del Personal

Sueldos y Salarios												
Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo Total mensual	Sueldo anual	Decimo Tercer sueldo	Decimo cuarto sueldo	Vacaciones	Fondo de reserva 8,33%	Aporte patronal 12.15%	Costo Anual	Costo mensual	Costo unitario
Gerente	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 550,00	\$ 340,00	\$ 275,00	\$ 549,78	\$ 801,90	\$ 9.116,68	\$ 759,72	\$ 759,72
Ejecutivo Comercial	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 679,73	\$ 991,44	\$ 11.531,17	\$ 960,93	\$ 480,47
Enfermera	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 340,00	\$ 250,00	\$ 499,80	\$ 729,00	\$ 8.318,80	\$ 693,23	\$ 693,23
Supervisor	1	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 4.560,00	\$ 380,00	\$ 340,00	\$ 190,00	\$ 379,85	\$ 554,04	\$ 6.403,89	\$ 533,66	\$ 533,66
Asistente	2	\$ 340,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 340,00	\$ 679,73	\$ 991,44	\$ 11.531,17	\$ 960,93	\$ 480,47
											\$ 3.908,48	\$ 2.947,54

Tabla 6 Sueldos del Personal

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

El personal de la Operadora Turística lo constituyen siete trabajadores de tiempo completo, según el cuadro de Sueldos y Salarios el Total por este rubro mensualmente sería de \$3.908,48, ya incluidos todos los beneficios de ley. }

6.5.2 Gastos de Suministros y Servicios Básicos

Gastos de Suministros y Servicios Básicos	Mensual	Anual
Alquiler	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Agua	\$ 30,00	\$ 360,00
Luz	\$ 50,00	\$ 600,00
Teléfono	\$ 50,00	\$ 600,00
Internet	\$ 42,00	\$ 504,00
Suministros de oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Materiales de limpieza	\$ 60,00	\$ 720,00
Total	\$ 732,00	\$ 8.784,00

Tabla 7 Gastos de Suministros y Servicios Básicos

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

El lugar donde operará el negocio será Alquilado y la sumatoria de los gastos por Suministros y Servicios Básicos será de \$732 mensuales. Al año los gastos ascienden a \$8.784.

6.5.3 Muebles y Equipos de Oficina

Muebles de Oficina

Muebles y Equipos de Oficina	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Sillas para escritorios	10	\$ 75,00	750
Escritorios	4	\$ 170,00	680
Sillones para espera	2	\$ 200,00	400
Estantería/librero	1	\$ 150,00	150
Archivadores	3	\$ 75,00	225
Acondicionador de aire	2	\$ 600,00	1200
Telefono inalambrico	3	\$ 75,00	225
Total		\$ 1.345,00	\$ 3.630,00

Tabla 8 Muebles y Equipos de Oficina

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Equipos de Cómputo

Equipos de Cómputo	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadoras	4	\$ 750,00	\$ 3.000,00
Impresora multifuncional	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Total		\$ 1.250,00	\$ 3.500,00

Tabla 9 Equipos de Cómputo

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Para la respectiva operación del negocio, se estableció iniciar con pocos muebles de oficina sumando en Total \$3.630. Al igual que equipos de cómputo con la sumatoria total de \$3.500.

6.5.4 Inversión Inicial

Inversión Inicial			
	Cantidad	Precio unitario	Monto requerido
Activos fijos			
Muebles de Oficina			
Sillas para escritorios	10	\$ 75,00	\$ 750,00
Escritorios	4	\$ 170,00	\$ 680,00
Sillones para espera	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Estantería/librero	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Archivadores	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Acondicionador de aire	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Telefono inalambrico	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Subtotal			\$ 3.630,00
Equipo de cómputo			
Computadoras	4	\$ 750,00	\$ 3.000,00
Impresora multifuncional	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Subtotal			\$ 3.500,00
Suministros			
Suministros de oficina		\$ 100,00	\$ 100,00
Materiales de limpieza		\$ 60,00	\$ 60,00
Subtotal			\$ 160,00
Capital de Trabajo			
Alquiler	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Personal			
Gerente	1	\$ 759,72	\$ 759,72
Ejecutivo de ventas	2	\$ 480,47	\$ 960,93
Enfermera	1	\$ 693,23	\$ 693,23
Supervisor de viaje	1	\$ 533,66	\$ 533,66
Asistentes viajes	2	\$ 480,47	\$ 960,93
Subtotal			\$ 3.908,48
Servicios complementarios			
Agua			\$ 30,00
Luz			\$ 50,00
Teléfono			\$ 50,00
Internet			\$ 42,00
Subtotal			\$ 172,00
Subtotal Capital de Trabajo			\$ 4.480,48
Total			\$ 11.770,48

Tabla 10 Inversión Inicial

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

La Inversión Inicial para el proyecto planteado es de \$11.770,48 lo cual no es una inversión muy fuerte y los recursos que se necesitarían para emprender las operaciones del negocio son pocos.

6.5.5 Depreciaciones y Amortizaciones

Cálculo de depreciaciones		
	Muebles de oficina	Equipo de computación
Valor del bien	\$ 3.630,00	\$ 3.500,00
Años de vida útil	10	3
% de depreciación	10%	33%
Depreciación anual	\$ 363,00	\$ 1.166,67
Depreciación mensual	\$ 30,25	\$ 97,22

Tabla 11 Cálculo de Depreciaciones

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Cálculo de Amortización	
	Gastos de constitución
Valor activos intangibles	\$ 1.500,00
Periodo de amortización	5
Amortización anual	\$ 300,00
Amortización mensual	\$ 25,00

Tabla 12 Cálculo de Amortizaciones

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

La depreciación de Activos en Total suma \$127.47 mensual y \$1,529.67 anual. Para el cálculo de la Amortización por Gastos de Constitución se realizó considerando 5 años como periodo de amortización.

6.5.6 Financiamiento de la Inversión

Financiamiento de Inversión	
Capital Propio	\$ 10.000,00
Financiamiento de capital	\$ 10.000,00
	\$ 20.000,00

Tabla 13 Financiamiento de la Inversión

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Para que la Operadora Turística empiece sus actividades, se ha determinado el Financiamiento de la siguiente manera: \$10.000 Otorgado por las dueñas del negocio y \$10.000 en préstamos bancarios. Para de esta forma cubrir la Inversión Inicial y un 77% de los costos del primer mes de operaciones.

6.5.7 Financiamiento

Según los parámetros del préstamo para el Financiamiento, el monto requerido es de \$10.000 a una tasa de interés del 11,83% anual, a un plazo de 1 año.

Como se puede observar, el endeudamiento con la Institución bancaria sería solamente por el primer año cuando finalice el pago del préstamo solicitado.

Financiamiento					
Préstamo	10.000,00				
Tasa	11,83%				
Periodo	12				
Pago	\$ 1.601,67				
Periodo	Saldo Inicial	Interes	Amort. capital	Pago	Saldo Final
0					\$ 10.000,00
1	\$ 10.000,00	\$ 1.183,00	\$ 418,67	\$ 1.601,67	\$ 9.581,33
2	\$ 9.581,33	\$ 1.133,47	\$ 468,20	\$ 1.601,67	\$ 9.113,13
3	\$ 9.113,13	\$ 1.078,08	\$ 523,59	\$ 1.601,67	\$ 8.589,54
4	\$ 8.589,54	\$ 1.016,14	\$ 585,53	\$ 1.601,67	\$ 8.004,01
5	\$ 8.004,01	\$ 946,87	\$ 654,80	\$ 1.601,67	\$ 7.349,21
6	\$ 7.349,21	\$ 869,41	\$ 732,26	\$ 1.601,67	\$ 6.616,95
7	\$ 6.616,95	\$ 782,79	\$ 818,89	\$ 1.601,67	\$ 5.798,07
8	\$ 5.798,07	\$ 685,91	\$ 915,76	\$ 1.601,67	\$ 4.882,31
9	\$ 4.882,31	\$ 577,58	\$ 1.024,09	\$ 1.601,67	\$ 3.858,21
10	\$ 3.858,21	\$ 456,43	\$ 1.145,25	\$ 1.601,67	\$ 2.712,97
11	\$ 2.712,97	\$ 320,94	\$ 1.280,73	\$ 1.601,67	\$ 1.432,24
12	\$ 1.432,24	\$ 169,43	\$ 1.432,24	\$ 1.601,67	\$ -

Tabla 14 Financiamiento

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

6.5.8 Situación Inicial de la Empresa

Empresa "Gold's Travel"			
Balance Inicial			
Al 01 de Septiembre del 2014			
Activos		Pasivos	
Activo Corriente		Pasivo A Corto Plazo	
Caja-Banco	\$ 10.000,00	Intereses por pagar	\$ 9.220,06
Suministros	\$ 160,00	Total P. A Corto Plazo	\$ 9.220,06
Total Act. Corriente	\$ 10.160,00		
		Pasivo de Largo Plazo	
Activo Fijo		Préstamo por pagar	\$ 10.000,00
Muebles de Oficina	\$ 3.630,00	Total P. A Largo Plazo	\$ 10.000,00
Equipo de Cómputo	\$ 3.500,00		
Total Act. Fijo	\$ 7.130,00	Total Pasivos	\$ 19.220,06
Activo Diferido		Patrimonio	
Gastos Financieros	\$ 9.220,06	Capital Social	\$ 7.290,00
Total Act. Diferido	\$ 9.220,06	Total Patrimonio	\$ 7.290,00
Total Activos	\$ 26.510,06	Total Pasivo + Patrimonio	\$ 26.510,06

Tabla 15 Balance Inicial

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

La Situación con la que la empresa iniciará sus operaciones se ve reflejado en el Balance Inicial, teniendo como Total de Activos \$26.510,06 y la suma de Pasivos y Patrimonio un total de \$26.510,06, cumpliendo así con la ecuación contable Activo=Pasivo+Patrimonio.

6.5.9 Costos Operativos

Los costos operativos están especificados por cada paquete con el que cuenta la empresa, además el precio de venta de cada paquete se estipuló marcando un 65% de ingreso sobre los costos, esto es sin los gastos incluidos.

Costos Operativos							
	Transporte	Movilización interna	Hospedaje	Alimentación	Entradas recreación	Costo Total del paquete	Precio de Venta
Paquete 1: Manta Caminos del Sol	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 480,00	\$ 300,00	\$ 150,00	\$ 1.230,00	\$ 2.029,50
Paquete 2: Olón Natural	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 400,00	\$ 240,00	\$ 100,00	\$ 1.040,00	\$ 1.716,00
Paquete 3: Cuenca & Ingapirca de ensue	\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 1.150,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 1.900,00	\$ 3.135,00
Paquete 4: Imbabura Histórico	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 750,00	\$ 300,00	\$ 100,00	\$ 1.550,00	\$ 2.557,50
Paquete 5: Pastaza Sagrada	\$ 1.220,00	\$ 150,00	\$ 1.050,00	\$ 300,00	\$ 120,00	\$ 2.840,00	\$ 4.686,00
Paquete 6: Maravillas del Napo	\$ 1.300,00	\$ 200,00	\$ 900,00	\$ 250,00	\$ 100,00	\$ 2.750,00	\$ 4.537,50
Total	\$ 3.270,00	\$ 1.050,00	\$ 4.730,00	\$ 1.540,00	\$ 670,00	\$ 11.310,00	\$ 18.661,50

Tabla 16 Costos Operativos

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Véase Anexos 2-Costos Operativos Mensuales

6.5.10 Ingresos

Los paquetes representan ingresos en total de \$18.661,50. Esto es por las seis opciones de paquetes y por las diez personas que integrarían cada viaje.

Ingresos			
Producto	Precio unitario	Número de personas	Total mensual
Paquete 1: Manta Caminos del Sol	\$ 202,95	10	\$ 2.029,50
Paquete 2: Olón Natural	\$ 171,60	10	\$ 1.716,00
Paquete 3: Cuenca & Ingapirca de ensueño	\$ 313,50	10	\$ 3.135,00
Paquete 4: Imbabura Histórico	\$ 255,75	10	\$ 2.557,50
Paquete 5: Pastaza Sagrada	\$ 468,60	10	\$ 4.686,00
Paquete 6: Maravillas del Napo	\$ 453,75	10	\$ 4.537,50
Total	\$ 1.866,2	60	\$ 18.661,5

Tabla 17 Ingresos

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Véase Anexos 3-Ingresos Mensuales

6.5.11 Proyección de Ingresos

Inflación Precio	3,20%				
Incremento esperado	4,00%				
Precio por paquete (10 PERSONAS)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete 1: Manta Caminos del Sol	\$ 2.029,50	\$ 2.094,44	\$ 2.161,47	\$ 2.230,63	\$ 2.302,01
Paquete 2: Olón Natural	\$ 1.716,00	\$ 1.770,91	\$ 1.827,58	\$ 1.886,06	\$ 1.946,42
Paquete 3: Cuenca & Ingapirca de ensueño	\$ 3.135,00	\$ 3.235,32	\$ 3.338,85	\$ 3.445,69	\$ 3.555,96
Paquete 4: Imbabura Histórico	\$ 2.557,50	\$ 2.639,34	\$ 2.723,80	\$ 2.810,96	\$ 2.900,91
Paquete 5: Pastaza Sagrada	\$ 4.686,00	\$ 4.835,95	\$ 4.990,70	\$ 5.150,40	\$ 5.315,22
Paquete 6: Maravillas del Napo	\$ 4.537,50	\$ 4.682,70	\$ 4.832,55	\$ 4.987,19	\$ 5.146,78
	\$ 18.661,50	\$ 19.258,67	\$ 19.874,95	\$ 20.510,94	\$ 21.167,29
Ventas por paquetes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete 1: Manta Caminos del Sol	12	12	13	13	14
Paquete 2: Olón Natural	12	12	13	13	14
Paquete 3: Cuenca & Ingapirca de ensueño	12	12	13	13	14
Paquete 4: Imbabura Histórico	12	12	13	13	14
Paquete 5: Pastaza Sagrada	12	12	13	13	14
Paquete 6: Maravillas del Napo	12	12	13	13	14
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete 1: Manta Caminos del Sol	\$ 24.354	\$ 25.938	\$ 27.624	\$ 29.420	\$ 31.333
Paquete 2: Olón Natural	\$ 20.592	\$ 21.931	\$ 23.357	\$ 24.876	\$ 26.493
Paquete 3: Cuenca & Ingapirca de ensueño	\$ 37.620	\$ 40.066	\$ 42.671	\$ 45.446	\$ 48.401
Paquete 4: Imbabura Histórico	\$ 30.690	\$ 32.686	\$ 34.811	\$ 37.074	\$ 39.485
Paquete 5: Pastaza Sagrada	\$ 56.232	\$ 59.888	\$ 63.783	\$ 67.930	\$ 72.347
Paquete 6: Maravillas del Napo	\$ 54.450	\$ 57.991	\$ 61.761	\$ 65.777	\$ 70.054
Total	\$ 223.938	\$ 238.499	\$ 254.008	\$ 270.524	\$ 288.115

Tabla 18 Proyección de Ingresos

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Para la proyección de los Ingresos, se estimó un incremento del 4% para las cantidades de los paquetes vendidos y los precios de los mismos se estimaron bajo el porcentaje de inflación del presente año.

6.5.12 Gastos Generales Mensuales

PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES														
Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total anual
Gastos de administración	\$ 4.767,95	\$ 5.211,62	\$ 62.539,43											
Sueldo Personal administrativo	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 759,72	\$ 9.116,68
Sueldo Personal Comercial	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 960,93	\$ 11.531,17
Sueldo personal Operativo	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 2.187,82	\$ 26.253,86
Servicios básicos	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 172,00	\$ 2.064,00
Alquiler	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Suministros	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Depreciación muebles de oficina	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 30,25	\$ 363,00
Depreciación equipos de comput	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 97,22	\$ 1.166,67
Amortización		\$ 443,67	\$ 493,20	\$ 548,59	\$ 610,53	\$ 679,80	\$ 757,26	\$ 843,89	\$ 940,76	\$ 1.049,09	\$ 1.170,25	\$ 1.305,73	\$ 1.457,24	\$ 10.300,00
Gastos de Venta	\$ 810,00	\$ 9.720,00												
Publicidad	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 810,00	\$ 9.720,00
Gastos Financieros		\$ 1.183,00	\$ 1.133,47	\$ 1.078,08	\$ 1.016,14	\$ 946,87	\$ 869,41	\$ 782,79	\$ 685,91	\$ 577,58	\$ 456,43	\$ 320,94	\$ 169,43	\$ 9.220,06

Tabla 19 Gastos Generales Mensuales

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Dentro de los gastos mensuales en los que incurriría la empresa se tiene por el primer mes de operaciones, en Gastos Administrativos un total de \$5.211,62, Mientras que en Gastos de Ventas, es decir los gastos de Publicidad es un total de \$810 y por Gastos Financieros \$1.183. Todo dando como un resultado proyectado al año de \$62.539,43 en Gastos Administrativos, \$9720 en Gastos de Ventas y \$9.220 en Gastos Financieros.

6.5.13 Proyección de Gastos Generales

PROYECCIÓN DE GASTOS GENERALES					
Inflación	3,20%				
Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de administración	\$ 67.515,4	\$ 69.675,9	\$ 71.905,5	\$ 74.206,5	\$ 76.581,1
Sueldo Personal administrativo	\$ 9.116,7	\$ 9.408,4	\$ 9.709,5	\$ 10.020,2	\$ 10.340,8
Sueldo Personal Comercial	\$ 11.531,2	\$ 11.900,2	\$ 12.281,0	\$ 12.674,0	\$ 13.079,5
Sueldo personal Operativo	\$ 26.253,9	\$ 27.094,0	\$ 27.961,0	\$ 28.855,7	\$ 29.779,1
Servicios básicos	\$ 2.064,0	\$ 2.130,0	\$ 2.198,2	\$ 2.268,6	\$ 2.341,1
Alquiler	\$ 4.800,0	\$ 4.953,6	\$ 5.112,1	\$ 5.275,7	\$ 5.444,5
Suministros	\$ 1.920,0	\$ 1.981,4	\$ 2.044,8	\$ 2.110,3	\$ 2.177,8
Depreciación muebles de oficina	\$ 363,0	\$ 374,6	\$ 386,6	\$ 399,0	\$ 411,7
Depreciación equipos de computo	\$ 1.166,7	\$ 1.204,0	\$ 1.242,5	\$ 1.282,3	\$ 1.323,3
Amortización	\$ 10.300,0	\$ 10.629,6	\$ 10.969,7	\$ 11.320,8	\$ 11.683,0
Gastos de Venta	\$ 9.720,0	\$ 10.031,0	\$ 10.352,0	\$ 10.683,3	\$ 11.025,2
Publicidad	\$ 9.720,0	\$ 10.031,0	\$ 10.352,0	\$ 10.683,3	\$ 11.025,2
Gastos Financieros	\$ 9.220,1	\$ 9.515,1	\$ 9.819,6	\$ 10.133,8	\$ 10.458,1

Tabla 20 Proyección de Gastos Generales

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

6.5.14 Proyección de Costos Operacionales

PROYECCIÓN DE COSTOS OPERACIONALES					
Inflación	3,20%				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$ 135.120,00	\$ 139.443,84	\$ 143.906,04	\$ 148.511,04	\$ 153.263,39
Transporte	\$ 51.840,00	\$ 53.498,88	\$ 55.210,84	\$ 56.977,59	\$ 58.800,87
Hospedaje	\$ 56.760,00	\$ 58.576,32	\$ 60.450,76	\$ 62.385,19	\$ 64.381,51
Alimentación	\$ 18.480,00	\$ 19.071,36	\$ 19.681,64	\$ 20.311,46	\$ 20.961,42
Recreación / Entretenimiento	\$ 8.040,00	\$ 8.297,28	\$ 8.562,79	\$ 8.836,80	\$ 9.119,58
Total	\$ 135.120,00	\$ 139.443,84	\$ 143.906,04	\$ 148.511,04	\$ 153.263,39

Tabla 21 Proyección de Costos Operacionales

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Para las Proyecciones de Gastos Generales y los Costos Operacionales se tomó como referencia la inflación del presente año. Dando como resultado un incremento del 3,20% en los Costos y Gastos.

6.5.15 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Empresa "Gold's Travel"						
Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias						
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre de cada año						
	Precio	\$ 18.661,50	\$ 19.258,67	\$ 19.874,95	\$ 20.510,94	\$ 21.167,29
Costos Operacionales	\$	11.260,00	\$ 11.620,32	\$ 11.992,17	\$ 12.375,92	\$ 12.771,95
Unidades de Producción		12	12	13	13	14
Inflación		3%	3%	3%	3%	3%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
INGRESOS						
VENTAS		223.938,00	238.499,34	254.007,53	270.524,11	288.114,67
COSTOS		135.120,00	139.443,84	143.906,04	148.511,04	153.263,39
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		88.818,00	99.055,50	110.101,48	122.013,08	134.851,28
GASTOS		81.617,86	65.381,99	67.415,66	68.347,74	70.513,66
SUELDO PERSONAL		46.901,70	48.402,56	49.951,44	51.549,89	53.199,48
SUMINISTROS Y SERVICIOS		160,00	165,12	170,40	175,86	181,48
DEPRECIACIÓN		1.529,67	1.529,67	1.529,67	363,00	363,00
AMORTIZACIÓN		9.286,43	300,00	300,00	300,00	300,00
ALQUILER		4.800,00	4.953,60	5.112,12	5.275,70	5.444,53
VENTAS						
PUBLICIDAD Y MARKETING		9.720,00	10.031,04	10.352,03	10.683,30	11.025,16
GASTOS FINANCIEROS		9.220,06				
UTIL. ANTES DE IMP.Y PARTIC. TRAB.	\$	7.200,14	\$ 33.673,52	\$ 42.685,82	\$ 53.665,33	\$ 64.337,63
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRAB.	\$	1.080,02	\$ 5.051,03	\$ 6.402,87	\$ 8.049,80	\$ 9.650,64
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$	6.120,11	\$ 28.622,49	\$ 36.282,95	\$ 45.615,53	\$ 54.686,98
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$	1.530,03	\$ 7.155,62	\$ 9.070,74	\$ 11.403,88	\$ 13.671,75
UTILIDAD NETA	\$	4.590,09	\$ 21.466,87	\$ 27.212,21	\$ 34.211,65	\$ 41.015,24

Tabla 22 Proyección Estado de Pérdidas y Ganancias

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

El Estado de Pérdidas y Ganancias se proyectó en un periodo de 5 años para el análisis, teniendo como Utilidad Neta en el primer año \$4.590,90.

6.5.16 Flujo de Caja

Empresa "Gold's Travel"						
Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias						
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre de cada año						
Precio		\$ 18.661,50	\$ 19.258,67	\$ 19.874,95	\$ 20.510,94	\$ 21.167,29
Costo de Operación		\$ 11.260,00	\$ 11.620,32	\$ 11.992,17	\$ 12.375,92	\$ 12.771,95
Unidades		12	12	13	13	14
Inflación		3,2%	3,2%	3,2%	3,2%	3,2%
Tasa de crecimiento		4%	4%	4%	4%	4%
	Periodo 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
VENTAS		223.938,00	240.348,18	257.960,89	276.864,27	297.152,88
COSTOS		135.120,00	139.443,84	143.906,04	148.511,04	153.263,39
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		88.818,00	100.904,34	114.054,85	128.353,23	143.889,49
GASTOS		81.617,86	65.381,99	67.415,66	68.347,74	70.513,66
ADMINISTRATIVOS						
SUELDO PERSONAL		46.901,70	48.402,56	49.951,44	51.549,89	53.199,48
SUMINISTROS Y SERVICIOS		160,00	165,12	170,40	175,86	181,48
DEPRECIACIÓN		1.529,67	1.529,67	1.529,67	363,00	363,00
AMORTIZACIÓN		9.286,43	300,00	300,00	300,00	300,00
ALQUILER		4.800,00	4.953,60	5.112,12	5.275,70	5.444,53
VENTAS						
PUBLICIDAD Y MARKETING		9.720,00	10.031,04	10.352,03	10.683,30	11.025,16
GASTOS FINANCIEROS		9.220,06				
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART. TRAB.		7.200,14	35.522,35	46.639,19	60.005,48	73.375,83
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		1.080,02	5.328,35	6.995,88	9.000,82	11.006,37
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		6.120,11	30.194,00	39.643,31	51.004,66	62.369,46
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		1.530,03	7.548,50	9.910,83	12.751,17	15.592,36
UTILIDAD NETA		\$ 4.590,09	\$ 22.645,50	\$ 29.732,48	\$ 38.253,50	\$ 46.777,09
(+) DEPRECIACIÓN		\$ 1.529,67	\$ 1.529,67	\$ 1.529,67	\$ 363,00	\$ 363,00
INVERSION INICIAL	\$ 11.770,48					
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 10.000,00					
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	\$ 10.000,00					
Flujo neto de Financiamiento	\$ (21.770,48)	\$ (3.880,25)	\$ 24.175,17	\$ 31.262,15	\$ 38.616,50	\$ 47.140,09
Flujo Neto de Caja	\$ (21.770,48)	\$ (25.650,72)	\$ (1.475,56)	\$ 29.786,59	\$ 68.403,09	\$ 115.543,18

Tabla 23 Flujo de Caja

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Tomando el Flujo de Caja como referencia, se puede observar que la inversión se recuperaría para el tercer año de operaciones de la empresa.

6.5.17 Indicadores de rentabilidad

Los indicadores financieros de evaluación de proyectos mayormente empleados son: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Rendimiento (TIR).

Señalando al respecto que el Van es un indicador absoluto, mientras que la TIR representa el porcentaje de rendimiento anual que genera el capital social empleado en el financiamiento de los activos. (Cervantes, 2002)

6.5.18 El valor Actual Neto (VAN)

Para determinar la rentabilidad de un proyecto de inversión mediante este indicador, es necesaria la determinación de una tasa de descuento (TD), con la cual serán actualizados los diferentes flujos de efectivo involucrados (inversiones y beneficios).

Dado que la expresión anterior genera tres posibles resultados para el Valor Actual Neto (positivo, cero y negativo), los criterios guiarán las decisiones de aceptación o rechazo de proyectos. (Cervantes, 2002)

6.5.19 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La TIR expresa la rentabilidad anual en términos porcentuales. Otra diferencia sustantiva con el indicador anterior es que el cálculo de la TIR no requiere de una tasa de descuento, establecida. Solamente requiere la referencia de una tasa de descuento denominada Tasa de Rendimiento Mínima Atractiva (TMAR).. (Cervantes, 2002)

6.5.20 Criterios de aceptación o rechazo.

Cada indicador tiene dos criterios a seguir para aceptar o rechazar propuestas de inversión:

VAN

- Si el VAN es cero o positivo, el proyecto debe aceptarse.
- Si el Van es negativo, el proyecto debe rechazarse.

TIR

- Si la TIR es mayor o igual que la TMAR el proyecto se acepta.
- Si la TIR es menor que la TMAR el proyecto se rechaza.

De acuerdo con el criterio de la TIR los proyectos o ideas de inversión tendrán una prioridad que será función directa del valor numérico del indicador es decir: a mayor TIR, mayor prioridad.

6.5.21 Análisis de Indicadores

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, en el proyecto presenta un VAN positivo de \$60.885 y una TIR del 57%.

El periodo de recuperación de la inversión sería en 2 años 1 mes. Lo cual demuestra la viabilidad del proyecto por consiguiente debe ser aceptado.

Indicadores Financieros	
TIR	67%
VAN	\$ 60.885
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	2.1
TMAR	18%
TASA DE DESCUENTO	12%

Tabla 24 Indicadores Financieros

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

6.5.22 Escenarios Financieros

- **Escenario Optimista**

Según el Escenario Optimista, que el turismo interno se potencialice y que los esfuerzos de Marketing para llegar a las personas jubiladas hayan sido óptimos, se esperaría un incremento del 6% en las ventas de los paquetes turísticos, la inversión se recuperaría en 1 año 7 meses.

ESCENARIO OPTIMISTA	
Indicadores Financieros	
TIR	96%
VAN	\$ 92.482,61
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	1.7
TMAR	18%
TASA DE DESCUENTO	12%

Tabla 25 Escenario Optimista

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

- **Escenario Conservador (Esperado)**

Como se indicó anteriormente con este escenario esperado, la inversión se recuperaría en 2 años 1 mes.

ESCENARIO CONSERVADOR	
Indicadores Financieros	
TIR	67%
VAN	\$ 60.885
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	2.1
TMAR	18%
TASA DE DESCUENTO	12%

Tabla 26 Escenario Conservador

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

- **Escenario Pesimista**

En el escenario pesimista, tomando como referencia una baja en las ventas del 6%, se tiene que el periodo de recuperación se extiende a comienzos del tercer año, esto es a los 2 años 12 meses.

ESCENARIO PESIMISTA	
Indicadores Financieros	
TIR	38%
VAN	\$ 29.287
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	2.12
TMAR	18%
TASA DE DESCUENTO	12%

Tabla 27 Escenario Pesimista

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

6.6 Plan Operativo

El plan operativo ayudará a poder determinar las funciones de la Operadora Turística.

6.6.1 Venta y Realización del Servicio

6.6.1.1 Atención al cliente

De acuerdo a lo establecido, el Horario de atención será de lunes a sábado de 9:00 Am a 18:00 Pm.

El trato brindado por el personal debe de ser cálido, respetuoso y de buena educación, dispuesto a proponer y a motivar a la compra de los paquetes con los que cuenta la operadora.

Con respecto a la atención al cliente, la empresa se ve en el compromiso de brindar una atención de calidad y por orden de llegada de los clientes, mostrando interés en las necesidades que tienen, escuchando las diversas inquietudes y deseos.

Todo Cliente es Bienvenido en la empresa y se lo atenderá acorde a sus necesidades.

Cuando el cliente ingrese a las oficinas, un Ejecutivo Comercial lo atenderá y le brindará la información necesaria sobre los paquetes turísticos.

6.6.1.2 Información

Es deber del Ejecutivo Comercial tener a la mano todas las propuestas turísticas que cuenta Operadora y detallar cada uno de los Paquetes, haciendo énfasis en las ventajas y beneficios.

Informar de los convenios que se tienen con los prestadores de servicios como Los hoteles y las empresas de transporte aéreo y terrestre de acuerdo al tipo de paquete interesado.

Al mismo tiempo se deben presentar las fechas de los próximos viajes con un mes de anticipación y el cupo que cada paquete tiene, esto es, 10 personas.

6.6.1.3 Venta

El Ejecutivo Comercial deberá entregar el respectivo comprobante de pago y todos los documentos en los que se realice la firma del contrato de adquisición del paquete. Deberá al final del día realizar el informe con los paquetes vendidos y los documentos pertinentes al contrato, los cuales serán revisados por el Supervisor para el control de los cupos y los cierres de paquetes mensuales.

El supervisor entregará los paquetes con cupos llenos al Gerente para su revisión. Una vez revisado y aprobado por el Gerente, el Supervisor deberá realizar las reservaciones con las 10 personas por paquete y cancelar los valores correspondientes a los proveedores.

6.6.1.4 Servicio

El día del viaje, las personas deberán asistir a las oficinas para emprender el viaje al destino del paquete comprado. De igual forma, el día del regreso, la empresa se responsabiliza hasta la llegada a las oficinas.

Los viajes se realizarán en fechas diferentes, debido a que la empresa es pequeña, está recién iniciando y cuenta con poco personal, por lo cual los 6 viajes que se realizarán en un mes serán en fechas diferentes.

6.6.1.5 Post-venta

En la post-venta el ejecutivo debe realizar el seguimiento al cliente, con el fin de obtener información acerca del paquete adquirido para poder realizar mejoras continuas en el servicio, y a su vez motivar a la compra de alguna nueva propuesta que se encuentra, para así conseguir lealtad de marca en el consumidor.

CONCLUSIONES

Luego de haber concluido el presente trabajo se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- La Investigación permitió conocer el perfil de las personas jubiladas, el cual era un poco conservador, disfrutaban de realizar actividades más tranquilas pero que sean divertidas para ellos.
- Los jubilados de Guayaquil, son personas que dentro de sus valores importantes, predominan los que definen decir la verdad y brindar ayuda a los demás.
- Lo más importante para los jubilados es su familia y es lo mismo que han inculcado como mensaje a sus seres queridos.
- En cuanto al tiempo, prefieren pasarlo con sus familiares y otros equilibrarlo entre su familia y hacer actividades solo. Son muy pocos los que prefieren estar solos.
- En cuanto a las actividades que realizan, los días entre semana son principalmente cosas que pueden hacer en el hogar y los fines de semana pasear y visitar familiares.
- Con respecto a cómo ellos se ven, lo hacen como personas con experiencia, luchadoras y trabajadoras, a diferencia de cómo creen que la sociedad los define, como viejos o personas de la tercera edad según sus palabras.
- Como su mayor preocupación, son las enfermedades por la edad.
- Su principal deseo como jubilado es de disfrutar esta nueva etapa de vida y piensan mucho en descansar de los días laborales, y esta forma de disfrutar fue la de realizar viajes.
- Con respecto a las actividades que desearían realizar, estas son más de descanso, pasear, conocer lugares naturales e históricos y poder crear recuerdos de esta etapa.
- Como consecuencia de los datos y el análisis de la información se optó por tomar la idea de los viajes y el deseo de los jubilados por

disfrutar esta etapa, esto permitió la elaboración del Plan de Negocios para una empresa Operadora Turística creando paquetes turísticos para los jubilados.

- De acuerdo al Análisis Financiero, se determinó que el negocio era rentable debido a tener una TIR del 67% y VAN de \$60.885, obteniendo un período de recuperación de la inversión de 2 años 1 mes.
- Este proyecto cumple con todos los lineamientos antes planteados, el mejoramiento de la calidad de vida de los jubilados y el desarrollo económico del país. Además de la integración de estas personas y el exploratorio de un nuevo mercado que no se ha potencializado.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, E. V. (30 de Enero de 2013). El via crucis del jubilado. *Diario Hoy* .
- Asamblea Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador*.
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2a. ed.). México: Pearson Educación.
- Cervantes, J. G. (2002). *Evaluación Económica y Financiera* (Primera ed. ed.). México D.F: Dirección General de publicaciones y Fomento Editorial.
- Comisión de Legislación y Codificación . (2006). *Ley del Anciano*. Quito.
- Diario El Comercio. (17 de Marzo de 2014). Los afiliados del IESS se quejan por la atención y la falta de medicinas.
- Diario La Hora Pais. (18 de Julio de 2012). Jubilados aún exigen derechos. Ecuador.
- EcuadorInmediato. (4 de Junio de 2013). Instructores de centro administrado por IESS protestan por falta de pago de sueldos. Jubilados también solicitan mejor atención en el lugar. Guayaquil.
- Equipo Consultor Tourism & Leisure - Europraxis. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador "PLANDETUR 2020"*.
- Fernandez, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: ESIC.
- Forteza J. (1990). La preparación para el retiro. *Anales de Psicología* , 6d. (Cap. 2).
- IESS. (2014). *IESS*. Recuperado el 16 de Agosto de 2014, de <http://www.iess.gob.ec/es/web/guest/jubilacion-por-invalidez2>
- INEC. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*. Quito.
- Instituto de Estadísticas y Censo. (2012). *Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda en el Ecuador*. Ecuador: INEC.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2010). *Ley de Seguridad Social*.
- Instituto Nacional de Estadísticas y censo. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*. INEC.
- Introducción a la investigación de mercados*2000MadridEspañaEsic Editorial

- Kinney & Taylor. (1993). *Investigación de mercados un enfoque aplicado*. México: McGraw-Hill/Interamericana S.A.
- Kotler P & Armstrong G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6a. ed.). México: Prentice Hall.
- Lin & Mason. (1992). *Estadística para administración y economía* (7ma ed.). México: Alfaomega.
- Merton Roberto C. (2003). *Finanzas*. México: Prentice Hall.
- Metzger M & Donaire V. (2007). *Gerencia Estratégica de Mercado*. México: Cengage Learning.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2005).
- Ministerio de Turismo. (2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito.
- Nogales, Á. F. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: Esic Editorial.
- Perreault W & McCarthy J. (2001). *Marketing: Un enfoque global* (13 ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Scheaffer R & Mendenhall W. (2007). *Elementos de muestreo* (6a. ed.). Madrid, España: International Thomson Paraninfo S.A.
- Schiffman & Lazar, L. G. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: Prentice-Hall.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional Para el Buen Vivir 2013-2017* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Senplades.
- Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE). (2014). *Instructivo para la presentación de proyectos de investigación*. Guayaquil.
- The McGraw Hill Companies. (2014). *El proceso de envejecimiento y los cambios biológicos, psicológicos y sociales*. España: The McGraw Hill.
- Velasco, F. (2007). *Aprender a elaborar un plan de negocio*. Barcelona-España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Zetina Lozano M G. (1999). Conceptualización del proceso de envejecimiento. *Papeles de población*, 5 (19), 23-41.

ANEXOS

Anexo 1 – Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011



Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de secundaria completa.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel C+ se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.
- El 77% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 20% de los hogares cuenta con seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales.

Fuente: Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011

Anexo 2 – Costos Mensuales

COSTOS OPERATIVOS												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Costos Operativo	\$ 11.260,00											
Transporte	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00
Hospedaje	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00	\$ 4.730,00
Alimentación	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00	\$ 1.540,00
Recreación / Entretenimiento	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00
Total	\$ 11.260,00											

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Anexo 3 – Ingresos Mensuales

Ingresos															
Producto	Precio unitario	Número de personas	Total mensual	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Paquete 1: Manta Caminos del Sol	\$ 202,95	10	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50	\$ 2.029,50
Paquete 2: Olón Natural	\$ 171,60	10	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00	\$ 1.716,00
Paquete 3: Cuenca & Ingapirca de ensueño	\$ 313,50	10	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00	\$ 3.135,00
Paquete 4: Imbabura Histórico	\$ 255,75	10	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50	\$ 2.557,50
Paquete 5: Pastaza Sagrada	\$ 468,60	10	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00	\$ 4.686,00
Paquete 6: Maravillas del Napo	\$ 453,75	10	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50	\$ 4.537,50
Total	\$ 1.866,2	60	\$ 18.661,5												

Elaborado por: Autores del presente trabajo de titulación

Anexo 4 – Modelo de Encuesta

CUESTIONARIO JUBILADOS

FILTROS Y PREGUNTAS DE CLASIFICACIÓN

F1_1. Ciudad

Guayaquil 1

F1_3. Género

Masculino 1

Femenino 2

F2. En este estudio nos interesa entrevistar a personas de ciertas edades. ¿Podría decirme su edad? **RU REGISTRE EDAD EXACTA Y EL RANGO CORRESPONDIENTE. EN CASO DE QUE LA PERSONA NO QUIERA DAR SU EDAD EXACTA, SE DEBE PEDIR EL RANGO EN EL QUE SE ENCUENTRA LA EDAD.**

F1_2 Edad Exacta

No responde

93	

Menor de 60 años	1
Entre 60-64 años	2
Entre 65-69 años	3
Entre 70-75 años	4
Mayor a 75 años	5

F3. ¿Está usted jubilado? **RU.**

SI	1	CONTINUE
----	---	----------

NO	2	Preguntar si se jubila este año caso contrario terminar
----	---	---

F4 ¿Me podría decir hace cuánto tiempo se jubiló? **RU. LEER OPCIONES**

Hace más de 6 meses	1	Hace 4-6 meses	2	Hace 1-3 meses	3	Se jubila este año (2014)	4
CONTINUE						AGRADEZCA Y TERMINE	

F5 ¿Conoce el número de años de aportaciones que tenía al jubilarse? **Sí 1 No 2**

F6 ¿Cuántos años de aportaciones tenía al jubilarse? **Respuesta única (RU)**

10 a 14 años	1	15 a 29 años	2	30 a 39 años	3	40 o más	4
--------------	---	--------------	---	--------------	---	----------	---

EMOCIONES

P1. De la siguiente lista de valores podría indicarme ¿Cuáles son los más importantes para usted? **Respuesta múltiple (RM)**

Amor	1	Empatía	6	Honestidad	11	Nobleza	16
Amistad	2	Fidelidad	7	Humildad	12	Respeto	17
Compañerismo	3	Franqueza	8	Igualdad	13	Sinceridad	18
Confianza	4	Generosidad	9	Justicia	14	Solidaridad	19
Constancia	5	Gratitud	10	Lealtad	15	Otros:	100

P2. De la siguiente lista podría indicarme ¿Cuál es el mensaje más importante, el cual ha inculcado en su familia? **RM**

Amor a la familia	1	Respeto a los seres vivos	8
Disciplina	2	Cuidar el medio ambiente	9
Respeto a diferentes pensamientos y opiniones	3	Ser trabajador	10
La Libertad	4	La comunicación	11
Honestidad	5	Otros	100
Optimismo y fe	6		
Ser responsable	7		

P3. ¿Con cuál de las siguientes frases se siente más identificado? **RU**

En mis tiempos libres me gusta pasar con mi familia	1
Equilibrio mi tiempo entre mi familia y actividades solo	2
Prefiero pasar la mayor parte del tiempo solo, realizando actividades que me gusten	3

P3.1 ¿Cuál es su mayor interés o lo más importante para ud? **RU**

Familia	1	Moda	3	Comunidad	5
Profesión	2	Recreación	4	Valores	100

HABITOS

P4. ¿Qué actividades realiza usted para distraerse los días entre semana? **RM ESPONTANEA**

P5. ¿Qué actividades realiza usted para distraerse los días de fines de semana? **RM ESPONTANEA**

Actividades	P4	P5	Actividades	P4	P5
	Entre semana	Fines de semana		Entre semana	Fines de semana
Comer en un restaurante	1	1	Cocinar	16	16
Ir de compras	2	2	Lectura	17	17
Pasear en un centro comercial	3	3	Pintura	18	18
Ir al cine	4	4	Fotografía	19	19
Escuchar música	5	5	Jardinería	20	20
Trotar / caminar	6	6	Va al gimnasio	21	21

Navegar en internet	7	7	Lee periódicos	22	22
Ir al gimnasio	8	8	Escucha la radio	23	23
Asistir a un evento deportivo	9	9	Visita un centro comercial	24	24
Coleccionar cosas	10	10	Sale a comer con su familia	25	25
Hacer deporte	11	11	Visita a familiares o amigos	26	26
Jugar lotería	12	12	Arregla la casa u oficinas del hogar	27	27
Va al cine	13	13	Va a misa	28	28
Visita parques	14	14	Otros	100	100
Bailar	15	15	Otros	100	100

P6. ¿Está afiliado a alguna red social? Si **1** No **2**

P7. Si responde cód. 1 en P6 (sí) ¿A qué redes sociales está afiliado? RM

Facebook	1	Instagram	3	Google+	5
Twitter	2	LinkedIn	4	Otros	100

P9. ¿Qué actividades realiza en internet? RM

Comunicarme con familiares que viven el exterior (llamadas)	1	Ver videos musicales	6
Leer noticias en páginas de periódicos	2	Leer libros online	7
Visitar paginas de canales nacionales	3	Hacer compras por internet	8
Visitar páginas de canales deportivos	4	Escribir correos a familiares	9
Ver por redes sociales fotos y videos de familiares	5	Otros:	100

P9. ¿En qué lugares suele realizar sus compras de artículos personales? RM

Supermercados	1	Tiendas de autoservicio (gasolineras)	4
Farmacias	2	Centros comerciales	5
Tiendas de barrio	3	Otros	100

P10. ¿De qué manera paga al momento de realizar sus compras? RM

En efectivo	1	Tarjeta de débito	2	Tarjeta de crédito	3	Otros: _____	100
-------------	---	-------------------	---	--------------------	---	--------------	-----

P11. Al momento de realizar sus compras, ¿Qué artículos son más importantes para usted? RM

P12. De los siguientes artículos, ¿En cuáles destina mayor parte de su presupuesto? RM

P13. ¿Cuál es el que compra con mayor frecuencia? RU

	P11	P12	P13		P11	P12	P13
Medicinas/Remedios	1	1	1	Zapatos	7	7	7
Cuidado bucal	2	2	2	Materiales de lectura	8	8	8
Artículos para la ducha	3	3	3	Artículos de deportivos	9	9	9
Ropa	4	4	4	Frutas	10	10	10
Perfumes/Cremas	5	5	5	Otros	100	100	100
Tintes para el cabello	6	6	6	Otros	100	100	100

P13.1 ¿Qué marcas asocia ud con los siguientes artículos? RM

	P13.1	P13.1
Medicinas/Remedios		Zapatos
Cuidado bucal		Materiales de lectura
Artículos para la ducha		Artículos de deportivos
Ropa		Frutas
Perfumes/Cremas		Otros
Tintes para el cabello		Otros

P13.2. A continuación le voy a nombrar algunos atributos relacionados a productos en general, por favor indíqueme que tan importante son de acuerdo a una escala de 1 a 10 donde 1 significa "Nada importante para mí" y 10 "Muy importante para mí"

P13.3. Y de estos atributos qué tan satisfecho esta con estos productos. En una escala del 1 al 10 donde 1 significa "Nada satisfecho" y 10 "Muy satisfecho"?

	IMPORTANCIA-P13.2	SATISFACCION-P13.3
Existe en el mercado ecuatoriano ropa de acuerdo a mi gusto	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano ropa de acuerdo a mi talla	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano ropa moderna para personas de avanzada edad	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano zapatos cómodos para mí	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano artículos deportivos para personas de mi edad	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en el mercado ecuatoriano tiendas o locales especializados en ropa y accesorios para personas de mi edad	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Existe en Ecuador actividades para realizar con mi familia	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

P14. ¿Considera que en el mercado ecuatoriano existen artículos dirigidos para los adultos mayores? Si 1 No 2

P15. Si responde cod 2 (no) ¿Qué artículos creen que hacen falta para satisfacer con sus necesidades?

--

PERCEPCION DE ROLES EN LA SOCIEDAD

P16. ¿Con qué frase define a las personas jubiladas?

--

P16.1 ¿Con qué tipo de personalidad se define ud? **RU**

Extrovertido	1	Juvenil	4	Idealista	7
Introvertido	2	Conservador	5	Perfeccionista	8
Alegre	3	Tímido	6	Otros	100

P16.2 Complete la siguiente frase: Cuando una persona se jubila, lo primero que hace es: _____

P17. ¿Con qué frase creen que la sociedad define a los jubilados?

--

P17.1 Imagine que una persona va a realizar una fiesta con personas de distintas edades: un niño, un adolescente, un joven, un adulto y un adulto mayor. Podría indicarme cuál es: **RU**

	Niño	Adolescente	Jóven	Adulto	Adulto mayor
El anfitrión	1	2	3	4	5
Los invitados (RM)	1	2	3	4	5
El que llega sin invitación	1	2	3	4	5
El que empieza el baile	1	2	3	4	5
El conversón	1	2	3	4	5
El que pasa solo	1	2	3	4	5
El que se va temprano	1	2	3	4	5
El que se va tarde	1	2	3	4	5
El que ayuda a limpiar	1	2	3	4	5

DESEOS Y ANHELOS

P18. A continuación le voy a mostrar una lista con frases, ¿Cuáles consideraría usted que son sus principales preocupaciones? **RU**

Le preocupan las enfermedades por la edad	1	Le preocupa la falta de valores que se han perdido	6
Le preocupa el alto costo de la vida	2	Le preocupa la inseguridad	7
Le preocupa que su pensión no sea suficiente para vivir dignamente	3	Le preocupa quedarse en casa sin actividades para realizar	8
Le preocupa el poco respeto que existe hacia los mayores	4	Le preocupa la falta de físico que pudiera tener	9
Le preocupa la soledad	5	Le preocupa no poder alcanzar sus metas	10
Otros: _____			100

P19. Luego de haberse jubilado ¿Cuáles considera usted que son sus anhelos, deseos, o metas que aún le faltan cumplir? **RM**

Realizar viajes y paseos dentro del país	1	Tener lo último en tecnología	5
Realizar viajes y paseos fuera del país	2	Sueña con tener su propia empresa	6
Desea vivir alejado de la ciudad en el campo	3	Sueña con tener su propia casa	7
Desea vivir alejado de la ciudad en la playa	4	Tener atención médica cuando lo requiera	8
Otros	100		

MODULO VIAJE

Para los que dijeron cód. 1 o 2 realizar P20-P27

P20. ¿Ha viajado antes? Si No

P21. ¿Específicamente a qué parte quisiera viajar o conocer?

P22. ¿Por qué razones no ha realizado estos viajes anteriormente?

P23. ¿En compañía de quien o quienes le gustaría realizar estos viajes?

Hijos	1	Hermanos	5
Esposa/o	2	Amigos	6
Nietos	3	Otros: _____	100

P24. ¿Ud. Cuenta con: Pasaporte Visa De qué tipo: _____

P25. ¿Por qué razones le gustaría viajar?

P26. ¿Qué actividades le gustaría realizar en este viaje?

P27. ¿Qué cosas o servicios cree que necesitaría para realizar su viaje?

MODULO VIDA LEJOS DE LA CIUDAD

Para los que dijeron cód. 3 o 4 realizar P28-P30

P28. ¿Por qué razones desea vivir alejado de la ciudad?

P29. ¿Tiene casa o un lugar donde vivir en el campo/playa? Si No

P30. ¿Qué actividades realizaría en el campo/playa?

MODULO TECNOLOGIA

Para los que dijeron cód. 5 realizar P31-P33

P31. ¿Qué tipo de artículos tecnológicos quisiera tener?

P32. ¿Para qué actividades utilizaría estos artículos?

P33. ¿Qué tipo de artículos de última tecnología tiene en su hogar?

MODULO PROPIA EMPRESA

Para los que dijeron cód. 6 realizar P34-P45

P34. ¿Qué tipo de empresa sueña con tener (Actividad)?

P35. ¿Por qué su empresa se dedicaría a..... (MENCIONAR ACTIVIDAD DE P34)?

P36. Conoce ud. Los procedimientos que debería seguir para poner su propia empresa? Si No

P37. ¿Qué cree que necesite tener para poner una empresa?

P38. ¿Considera ud. Que en Ecuador existen organizaciones o facilidades para ayudar a las personas jubiladas a tener s empresa? Si No

P39. ¿Por qué diría ud que (MENCIONAR RESPUESTA DE P38)?

--

P40. ¿Le gustaría obtener capacitaciones para aprender como emprender un negocio propio? Si No

P41. ¿Por qué (mencionar respuesta de P40)?

--

P42. ¿Cuáles son los temas que considera ud. Que se deberían enseñar en estas capacitaciones?

1.	3.	5.	7.
2.	4.	6.	8.

P43. Estas capacitaciones deberían ser:

RU	Sin costo	1	Por pensiones mensuales	2	Por valor del curso completo
P44. ¿Cuál es el valor máximo que estaría dispuesto a pagar?		\$			\$

P45. ¿Qué organismo considera ud que deberían brindar estos cursos del sector público y privado?

Públicos	Privados

MODULO CASA PROPIA

Para los que dijeron cód. 7 realizar P46-P48

P46. ¿Por qué razones considera ud. Que no ha podido tener una casa propia?

--

P47. ¿A qué tipo de financiamiento recurriría para obtenerlo?

--

P48. ¿En qué sector desearía que esté ubicada su casa?

--

MODULO SALUD

Para los que dijeron cód. 8 realizar P48-P53

P49. ¿Cuenta ud con seguro médico privado? Si ¿De qué empresa? _____ No

P50. ¿Asiste ud a citas médicas con el seguro del IESS? Si No

P51. ¿Por qué razón (MENCIONAR RESPUESTA DE P50)?

--

P52. A continuación le voy a nombrar algunos atributos relacionados a la salud y el servicio médico que recibe, por favor indíqueme que tan importante son de acuerdo a una escala de 1 a 10 donde 1 significa "Nada importante para mí" y 10 "Muy importante para mí"

P53. Y de estos atributos qué tan satisfecho esta con el IESS y su seguro médico privado (Si mencionó "SI" en P49) En una escala del 1 al 10 donde 1 significa "Nada satisfecho" y 10 "Muy satisfecho"?

	IMPORTANCIA P52	SATISFACCION P53	
		IESS	Seguro médico
Pido la cita con el médico y mi consulta queda registrada para menos de 2 días	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7
La atención de los doctores es amable	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7
La atención de las enfermeras es amable y atenta	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7
Mi consulta empieza a la hora indicada	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7
Tiene los mejores especialistas (doctores) en diversas áreas	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7
Tiene las mejores instalaciones e infraestructura	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7
Tiene equipos médicos de última tecnología	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7
Puedo comprar mi receta en cualquier otra farmacia	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7
Tengo mi doctor de cabecera (doctor al que siempre acude)	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7

P54. ¿Cómo se visualiza en 5 años?

Respecto a su familia	
Respecto a su economía	

Respecto a su salud	
Respecto a sus sueños y metas	

P55.-¿Conoce ud organismos privados o del estado que tengan actividades o programas para personas jubiladas?

SI 1 No 2

P56.- ¿Cuáles conoce y qué beneficios le ofrecen?

--

NSE

N1. Vivienda:

Propia	1	Alquilada	2	Vive con familiares	3
--------	---	-----------	---	---------------------	---

N2. Tipo de vivienda

Villa	1	Departamento	2	Otro:	98
-------	---	--------------	---	-------	----

N3. ¿Cuántas personas viven en su hogar?

--

N4. ¿Cuántos baños tiene su hogar?

--

N5. ¿Cuenta con los siguientes artículos y servicios en su hogar? **RM**

Lavadora	1
Celular con plan	2
Refrigeradora	3
Servicio doméstico	4
Servicio de Tv pagada	5
Internet	6

N6. ¿Cuál es su profesión?

Profesión: _____

N6.1 ¿Es/era ud trabajador dependiente o independiente ?

Actividad económica: _____

N7. ¿Cuál es el grado de instrucción académico alcanzado por usted? **RU**

Secundaria incompleta	1
Secundaria completa	2
Universidad Incompleta	3
Universidad completa	4
Postgrado	5
Otro: _____	100

N8. ¿Cuál es su estado civil? **RU**

Soltero	1
Casado	2
Unión libre	3
Divorciado	4
Viudo	5
Otro: _____	100

N9. ¿Cuántos hijos tiene ud?

Viven con ud: _____

No viven con ud: _____

N10. ¿Qué edad tienen? _____

¿Qué edad tienen? _____

Anexo 5 – Informe Urkund

URKUND	
Document	TRABAJO DE TITULACION ESTUDIO SOBRE LAS NECESIDADES DE LOS JUBILADOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2014.docx (D11391051)
Submitted	2014-08-29 00:02 (-05:00)
Submitted by	Karem Orbe Aguilar (karem.s.orbe@gmail.com)
Receiver	carlos.sanchez02.ucsg@analysis.orkund.com
Message	[Jubilado] Show full message 3% of this approx. 41 pages long document consists of text present in 6 sources.

Anexo 6 – Informe tutor

Guayaquil 29 de Agosto de 2014.

Ingeniero
Darío Vergara Pereira, Mgs.
DIRECTOR CARRERA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
En su despacho.

COPIA

De mis Consideraciones:

Ingeniero Carlos Eduardo Sánchez Parrales, MSc., Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR de los Trabajos de Titulación de los alumnos **HIDALGO RAMÍREZ, MARÍA DE FÁTIMA** y **ORBE AGUILAR, KAREM STEPHANIE**, por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cúpleme informar a usted, señor Director, que una vez que se han realizado las revisiones necesarias avalo el trabajo presentado por los estudiantes, titulado **"ESTUDIO SOBRE LAS NECESIDADES DE LOS JUBILADOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2014"** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Así mismo se adjunta el informe de URKUND al documento general en el que consta el valor porcentual que se encuentra dentro del rango máximo permitido.

En consecuencia **autorizo** a las estudiantes **María de Fátima Hidalgo Ramírez** y **Karem Stephanie Orbe Aguilar** para que entreguen el trabajo en formato digital en 4 CD's y 3 empastados del mismo contenido.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento a los miembros del H. Consejo Directivo por la confianza depositada y aprovecho la oportunidad para reiterar a cada uno de ellos mis sentimientos de alta estima.

Calificación final obtenida en el desarrollo del Proyecto de Titulación: (9.00)

Atentamente,


ING. CARLOS E. SÁNCHEZ P., MSc.
PROFESOR TUTOR-REVISOR TESIS DE GRADUACIÓN

*Pereira
Darío V.P.
29-08-2014
Faltas
4 copias
3 empastados*