



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Ingeniería de Marketing

Estudio de mercado aplicado al sector de entretenimiento para jubilados
estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca, para el año 2013

Tesis previa a la obtención del título de Ingeniería de Marketing

Autores: Juan Carlos Campuzano Gómez
Erika Nataly Paredes Idrovo

Director: Juan Carlos Aguirre Maxi

Cuenca, Ecuador
2014

DEDICATORIA

A mi familia, pilar fundamental en mi vida y quienes siempre me apoyaron en mi desarrollo personal y profesional.

A mis amigos con quienes compartí los mejores momentos de mi vida universitaria.

Juan Carlos Campuzano Gómez.

La dedicatoria va dirigida hacia las personas que sembraron en mí grandes valores, estas personas son mis padres. Ellos quienes siempre me apoyaron en todos los sentidos. Mi madre quien me enseñó el valor de la perfección y la paciencia, si hay que hacer algo, hay que hacerlo bien y si fallamos a la primera pues hay que seguir intentándolo. Mi padre, ejemplo de superación, jamás hay que rendirse o peor aún ser mediocres, ponernos metas altas y cumplirlas, porque los únicos que pueden impedir que un sueño se cumpla somos nosotros mismos. A ellos les debo esta felicidad tan inmensa que siento al finalizar este proyecto de tesis.

Erika Nataly Paredes Idrovo.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer al Ingeniero Juan Carlos Aguirre, director, mentor y profesional quien con su paciencia nos supo guiar en el transcurso de la realización de este proyecto, a la Economista Andrea Freire, por compartir sus conocimientos y dedicar su tiempo para la realización de la presente tesis y al último, pero no menos importante a Erika Paredes, amiga, y consejera durante más de 6 años que sin su apoyo y paciencia, esta tesis y la meta de graduarnos, no hubiera sido posible.

Juan Carlos Campuzano Gómez

Luego de haber culminado tan importante meta de mi vida quisiera agradecer a Dios por darme la oportunidad de estar rodeada de gente maravillosa que no han hecho más que apoyarme y darme ánimos todo este tiempo. Un agradecimiento especial va hacia mi querido esposo, quien me brindo siempre su apoyo incondicional y estuvo junto a mí en este trayecto de mi vida. Quisiera agradecer también a dos profesores inigualables, Ing. Juan Carlos Aguirre y Econ. Andrea Freire quienes aportaron con grandes conocimientos y con su valioso tiempo. También mi agradecimiento va hacia mi compañero de tesis, Juan Carlos Campuzano, con quien hicimos una dupla espectacular y puedo decir que este proyecto nos ayudó a afianzar nuestra gran amistad.

Erika Nataly Paredes Idrovo.

INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Gráficos.....	xi
Índice de Infografías.....	xiv
Índice de Anexos.....	xiv
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii

Introducción.....	1
-------------------	---

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO.....	2
1.1 Investigación de Mercados.....	2
1.1.1 Antecedentes.....	2
1.1.2 Proceso de la investigación de mercados.....	3
1.1.2.1 Establecer las necesidades de información.....	5
1.1.2.2 Establecer los objetivos de la investigación.....	5
1.1.2.3 Determinar el diseño de la investigación.....	5
a. Investigación exploratoria.....	6
b. Investigación concluyente.....	6
1.1.2.4 Determinar fuentes de datos.....	6
a. Fuentes primarias.....	6
b. Fuentes secundarias.....	6
c. Fuentes terciarias.....	7
1.1.2.5 Desarrollar el procedimiento de recolección de datos.....	7
a. Técnicas cualitativas.....	7
b. Técnicas cuantitativas.....	7
1.1.2.6 Diseñar la muestra.....	7
a. Tipos de muestreo.....	8
b. Tamaño de la muestra.....	8
1.1.2.7 Recopilación de datos.....	8

a. Cuestionario.....	8
b. Observación.....	9
1.1.2.8 Procesamiento de los datos.....	10
1.1.2.9 Análisis de datos.....	10
1.1.2.10 Presentación de resultados.....	10

CAPÍTULO II

2. JUBILADOS ESTADOUNIDENSES RESIDENTES EN LA CIUDAD DE CUENCA.

2.1 Definición del término “ <i>Expatriado</i> ”	11
2.2 Historia de la llegada de los Expats al Ecuador.....	11
2.3 <i>International Living</i>	13
2.3.1 <i>Ranking</i> de los mejores lugares en el mundo para el retiro.....	14
2.3.2 Factores considerados en la elaboración del <i>ranking</i> del año 2013.....	19
2.3.2.1 Bienes raíces.....	20
2.3.2.2 Entretenimiento, recreación y cultura.....	20
2.3.2.3 Costo de la vida.....	20
2.3.2.4 Integración.....	20
2.3.2.5 Salud.....	21
2.3.2.6 Clima.....	21
2.3.2.7 Beneficios especiales.....	21
2.3.2.8 Infraestructura.....	21
2.3.3 Jubilados estadounidenses residentes en Cuenca.....	31
2.3.3.1 Beneficios para los jubilados estadounidenses residentes.....	32
2.3.3.2 Bienes raíces.....	33
2.3.3.3 Salud.....	35
2.3.3.4 Costo de vida.....	36

CAPÍTULO III

3. MARCO INVESTIGATIVO.....	38
3.1 Universo.....	38
3.2 Muestra.....	38
3.2.1 Tamaño de la muestra.....	38
3.2.2 Tipo de muestreo.....	39

3.3	Análisis de datos.....	39
3.3.1	Entrevista.....	39
3.3.2	Encuesta.....	39
3.3.3	Análisis de la encuesta.....	40
3.3.4	Tablas de contingencia.....	73
3.3.5	Regresiones.....	80

CAPÍTULO IV

4.	INVESTIGACIÓN DEL SECTOR DE ENTRETENIMIENTO.....	116
4.1	Actividades diurnas.....	117
4.2	Actividades nocturnas.....	118
4.3	Observación.....	119
4.3.1	Parámetros de observación.....	119
4.3.2	Lugares a observar.....	119
4.3.3	Análisis.....	122
4.3.4	Resultados.....	132

CAPITULO V

5.	DEFINIR MERCADOS POTENCIALES, IDEAS DE EMPRENDIMIENTO Y PERFILES DEL GRUPO.....	136
5.1	Perfil del cliente.....	136
5.2	Ideas de Emprendimiento.....	141
5.3	Análisis del mercado potencial.....	145

Conclusiones.....	158
Recomendaciones.....	159
Bibliografía.....	160
Anexos.....	162

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pasos para la selección de una muestra.....	7
Tabla 2 Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2009.....	15
Tabla 3 Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2010.....	16
Tabla 4 Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2011.....	17
Tabla 5 Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2012.....	18
Tabla 6 Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2013.....	19
Tabla 7 Resumen del puntaje obtenido por el Ecuador, según ranking 2009 – 2013	22
Tabla 8 Bienes raíces Ecuador - Ranking 2009 – 2013	23
Tabla 9 Beneficios especiales Ecuador - Ranking 2009-2013.....	24
Tabla 10 Costo de vida Ecuador - Ranking 2009 – 2013	25
Tabla 11 Integración Ecuador - Ranking 2009-2013.....	26
Tabla 12 Entretenimiento Ecuador - Ranking 2009-2013	27
Tabla 13 Salud Ecuador - Ranking 2009-2013	28
Tabla 14 Infraestructura Ecuador - Ranking 2009-2013.....	29
Tabla 15 Clima Ecuador - Ranking 2009-2013	30
Tabla 16 Encuesta del cuidado de la salud - Año 2013	36
Tabla 17 Presupuesto Mensual 2013 – Cuenca.....	37
Tabla 18 Edad	40
Tabla 19 Estado del que proviene	41
Tabla 20 Sexo.....	42
Tabla 21 ¿En qué sector de la ciudad reside?	43
Tabla 22 ¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?	44
Tabla 23 ¿Cuántas personas viven con usted?	45
Tabla 24 Integración económica entre usted y la ciudad	46
Tabla 25 Integración social entre usted y la ciudad	46
Tabla 26 Integración cultural entre usted y la ciudad	47
Tabla 27 ¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?	48

Tabla 28 ¿Qué le incentivó a elegir Cuenca como su lugar de residencia para vivir su jubilación?	49
Tabla 29 ¿Cuál es su nivel de español?	50
Tabla 30 ¿Qué tipo de alimentos no puede o evita consumir?	51
Tabla 31 ¿Tiene algún tipo de discapacidad o enfermedad?	52
Tabla 32 ¿Qué tipo de enfermedad o discapacidad tiene?	53
Tabla 33 ¿Desde qué edad asiste a actividades culturales?	54
Tabla 34 ¿Desde qué edad realiza viajes nacionales?	55
Tabla 35 ¿Desde qué edad realiza viajes internacionales?	55
Tabla 36 ¿Desde qué edad asiste a museos?	55
Tabla 37 ¿Desde qué edad asiste a eventos deportivos?	56
Tabla 38 ¿Desde qué edad asiste a restaurantes o cafés?	56
Tabla 39 ¿Desde qué edad asiste a bares o discotecas?	56
Tabla 40 ¿Desde qué edad asiste a yoga, bailoterapia, gimnasio o spa?	57
Tabla 41 ¿Desde qué edad asiste a cursos o talleres?	57
Tabla 42 ¿Qué tipo de comida prefiere consumir en Cuenca?	58
Tabla 43 ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume?	59
Tabla 44 ¿Qué bebidas no alcohólicas consume?	60
Tabla 45 ¿Practica deporte?	61
Tabla 46 ¿Qué deporte practica?	61
Tabla 47 ¿Qué deportes le gustaría que se implementen?	62
Tabla 48 ¿Qué tanto cumple sus expectativas la ciudad en el sector entretenimiento?	63
Tabla 49 Cuando sale a un lugar de entretenimiento, lo hace con:	64
Tabla 50 Frecuenta más a eventos:	65
Tabla 51 ¿Qué día de la semana es el que más frecuenta los lugares de entretenimiento?	66
Tabla 52 ¿Qué forma de pago es la que más utiliza?	67
Tabla 53 ¿Qué tarjeta utiliza?	68
Tabla 54 ¿Qué tan importante es para usted encontrar la información en su idioma?	69
Tabla 55 ¿Por qué medio se informa sobre los eventos que hay en la ciudad?	70
Tabla 56 ¿Qué servicios le gustaría que se implementen?	71
Tabla 57 Nivel de ingresos bimensuales	72

Tabla 58 Gastos mensuales	72
Tabla 59 Género – ¿Practica deporte?	73
Tabla 60 Edad - Bebida Alcohólica	74
Tabla 61 Edad – Género.....	75
Tabla 62 Tiempo de residencia – Nivel de español	76
Tabla 63 Nivel de español - Información en inglés	77
Tabla 64 Frecuencia Eventos – Día Semana.....	78
Tabla 65 Gastos anuales.....	79
Tabla 66 Viajes Nacionales - Encuesta N° 31	80
Tabla 67 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 31.....	80
Tabla 68 Viajes Nacionales - Encuesta N° 32	81
Tabla 69 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 32.....	82
Tabla 70 Viajes Nacionales - Encuesta N° 33	83
Tabla 71 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 33.....	83
Tabla 72 Viajes Nacionales - Encuesta N° 42	84
Tabla 73 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 42.....	84
Tabla 74 Viajes Nacionales - Encuesta N° 66	85
Tabla 75 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 66.....	86
Tabla 76 Viajes Nacionales - Encuesta N° 71	86
Tabla 77 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 71.....	87
Tabla 78 Viajes Nacionales - Encuesta N° 80	88
Tabla 79 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 80.....	88
Tabla 80 Viajes Nacionales - Encuesta N° 102	89
Tabla 81 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 102.....	89
Tabla 82 Viajes Nacionales - Encuesta N° 103	90
Tabla 83 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 103.....	90
Tabla 84 Viajes Nacionales - Encuesta N° 112	91
Tabla 85 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 112.....	91
Tabla 86 Viajes Internacionales - Encuesta N° 31.....	92
Tabla 87 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 31.....	92
Tabla 88 Viajes Internacionales - Encuesta N° 32.....	93
Tabla 89 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 32.....	94
Tabla 90 Viajes Internacionales - Encuesta N° 33.....	94
Tabla 91 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 33.....	95

Tabla 92 Viajes Internacionales - Encuesta N° 42.....	96
Tabla 93 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 42.....	96
Tabla 94 Viajes Internacionales - Encuesta N° 66.....	97
Tabla 95 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 66.....	97
Tabla 96 Viajes Internacionales - Encuesta N° 71.....	98
Tabla 97 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 71.....	98
Tabla 98 Viajes Internacionales - Encuesta N° 80.....	99
Tabla 99 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 80.....	99
Tabla 100 Viajes Internacionales - Encuesta N° 102.....	100
Tabla 101 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 102	100
Tabla 102 Viajes Internacionales - Encuesta N° 103.....	101
Tabla 103 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 103	101
Tabla 104 Viajes Internacionales - Encuesta N° 112.....	102
Tabla 105 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 112	102
Tabla 106 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 31.....	103
Tabla 107 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 31	104
Tabla 108 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 32.....	105
Tabla 109 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 32	105
Tabla 110 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 33.....	106
Tabla 111 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 33	106
Tabla 112 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 42.....	107
Tabla 113 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 42	107
Tabla 114 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 66.....	108
Tabla 115 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 66	109
Tabla 116 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 71.....	109
Tabla 117 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 71	110
Tabla 118 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 80.....	110
Tabla 119 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 80	111
Tabla 120 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 102.....	111
Tabla 121 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 102	112
Tabla 122 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 103.....	112
Tabla 123 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 103	113
Tabla 124 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 112.....	114
Tabla 125 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 112	114

Tabla 126 Gastos anuales promedio por persona.....	116
Tabla 127 Veces promedio por persona.....	116
Tabla 128 Cuestionario de observación: Apullacta Tours	123
Tabla 129 Cuestionario de observación: Corpoviajes.....	123
Tabla 130 Cuestionario de observación: VazTours	124
Tabla 131 Cuestionario de observación: Aventours	125
Tabla 132 Cuestionario de observación: Pazhuca Tours	126
Tabla 133 Cuestionario de observación: Tutto Matto Pizza	127
Tabla 134 Cuestionario de observación: Salvia Restaurante	128
Tabla 135 Cuestionario de observación: Café y Pastelería Popacuchu	129
Tabla 136 Cuestionario de observación: Common Grounds	131
Tabla 137 Cuestionario de observación: Don Colón Restaurante	132
Tabla 138 Inversión en Restaurantes/Cafés	142
Tabla 139 Inversión en Agencia de viajes	144
Tabla 140 Flujo de efectivo de restaurantes / cafés	147
Tabla 141 Flujo de efectivo de agencias de viajes	153
Tabla 142 Cuestionario de observación: Agencias de viajes	183
Tabla 143 Cuestionario de observación: Restaurantes/Cafés	184
Tabla 144 Rol de provisiones Restaurantes/Cafés - Año 1.....	198
Tabla 145 Rol de provisiones Restaurantes/Cafés - Año 2 al 10.....	198
Tabla 146 Rol de provisiones Agencia de viajes - Año 1	198
Tabla 147 Rol de provisiones Agencia de viajes - Año 2 al 10	199

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Resumen del puntaje obtenido por el Ecuador, según ranking 2009 – 2013.....	22
Gráfico 2 Bienes raíces Ecuador - Ranking 2009-2013.....	24
Gráfico 3 Beneficios Especiales Ecuador - Ranking 2009-2013	25
Gráfico 4 Costo de vida Ecuador - Ranking 2009-2013.....	26
Gráfico 5 Integración Ecuador - Ranking 2009-2013.....	27
Gráfico 6 Entretenimiento Ecuador - Ranking 2009-2013	28
Gráfico 7 Salud Ecuador - Ranking 2009-2013.....	29
Gráfico 8 Infraestructura Ecuador - Ranking 2009-2013	30
Gráfico 9 Clima Ecuador - Ranking 2009-2013	31

Gráfico 10 Edad	40
Gráfico 11 Estado del que proviene	41
Gráfico 12 Sexo.....	42
Gráfico 13 ¿En qué sector de la ciudad reside?	43
Gráfico 14 ¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?	44
Gráfico 15 ¿Cuántas personas viven con usted?	45
Gráfico 16 Integración económica entre usted y la ciudad.....	46
Gráfico 17 ¿Cómo ha sido la integración social entre usted y la ciudad?.....	47
Gráfico 18 ¿Cómo ha sido la integración cultural entre usted y la ciudad?.....	48
Gráfico 19 ¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?	49
Gráfico 20 ¿Qué le incentivó a elegir Cuenca como su lugar de residencia para vivir su jubilación?	50
Gráfico 21 ¿Cuál es su nivel de español?.....	51
Gráfico 22 ¿Qué tipo de alimentos no puede o evita consumir?.....	52
Gráfico 23 ¿Tiene algún tipo de discapacidad o enfermedad?	53
Gráfico 24 ¿Qué tipo de enfermedad o discapacidad tiene?	54
Gráfico 25 ¿Qué tipo de comida prefiere consumir en Cuenca?	58
Gráfico 26 ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume?	59
Gráfico 27 ¿Qué bebidas no alcohólicas consume?	60
Gráfico 28 ¿Practica deporte?	61
Gráfico 29 ¿Qué deporte practica?.....	62
Gráfico 30 ¿Qué deportes les gustaría que se implementen?.....	63
Gráfico 31 ¿Qué tanto cumple sus expectativas la ciudad en el sector entretenimiento?.....	64
Gráfico 32 Cuando sale a un lugar de entretenimiento, lo hace con:.....	65
Gráfico 33 Frecuenta más a eventos	66
Gráfico 34 ¿Qué día de la semana es el que más frecuenta los lugares de entretenimiento?	67
Gráfico 35 ¿Qué forma de pago es la que utiliza?	68
Gráfico 36 ¿Qué tarjeta utiliza?	68
Gráfico 37 ¿Qué tan importante es para usted encontrar la información en su idioma?	69
Gráfico 38 ¿Por qué medio se informa sobre los eventos que hay en la ciudad?	70

Gráfico 39 ¿Qué servicios le gustaría que se implementen?.....	71
Gráfico 40 Género - ¿Practica deporte?	73
Gráfico 41 Edad - Bebida Alcohólica	74
Gráfico 42 Edad – Género.....	75
Gráfico 43 Tiempo de residencia – Nivel de español	76
Gráfico 44 Nivel de español - Información en inglés	77
Gráfico 45 Frecuencia Eventos – Día Semana.....	78
Gráfico 46 Gastos anuales.....	79
Gráfico 47 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 31	81
Gráfico 48 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 32	82
Gráfico 49 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 33	83
Gráfico 50 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 42	85
Gráfico 51 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 66	86
Gráfico 52 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 71	87
Gráfico 53 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 80	88
Gráfico 54 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 102	89
Gráfico 55 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 103	90
Gráfico 56 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 112	91
Gráfico 57 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern. - Encuesta N° 31.....	93
Gráfico 58 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 32.....	94
Gráfico 59 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 33.....	95
Gráfico 60 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 42.....	96
Gráfico 61 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 66.....	97
Gráfico 62 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 71.....	98
Gráfico 63 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 80.....	100
Gráfico 64 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 102.....	101
Gráfico 65 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 103.....	102
Gráfico 66 Curva de regresión ajustada - Viajes Intern.- Encuesta N° 112.....	103
Gráfico 67 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 31....	104
Gráfico 68 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 32....	105
Gráfico 69 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 33....	106
Gráfico 70 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 42....	108
Gráfico 71 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 66....	109
Gráfico 72 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 71....	110

Gráfico 73 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 80....	111
Gráfico 74 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 102..	112
Gráfico 75 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 103..	113
Gráfico 76 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 112..	114
Gráfico 77 Número de jubilados estadounidenses residentes en Cuenca	162
Gráfico 78 Mapa de Cuenca.....	182
Gráfico 79 Factura Tutto Matto Pizza.....	185
Gráfico 80 Factura Common Grounds – Don Colón	186
Gráfico 81 Factura Popacuchu Café y Pastelería	187
Gráfico 82 Factura Salvia Restaurante.....	188
Gráfico 83 Proforma Aventours.....	189
Gráfico 84 Proforma Expediciones Apullacta	190
Gráfico 85 Proforma Corpoviajes	191
Gráfico 86 Proforma Ecuamuebles	192
Gráfico 87 Proforma Ochoa Importaciones	193
Gráfico 88 Proforma BC Compu	194
Gráfico 89 Proforma Televisiones	195
Gráfico 90 Rol de pagos Restaurante/Café – Cargo de Cajero.....	195
Gráfico 91 Rol de pagos Restaurante/Café – Cargo de Gerente.....	196
Gráfico 92 Rol de pagos Agencia de Viajes – Cargo de Gerente	196
Gráfico 93 Rol de pagos Agencia de Viajes – Cargo de Guía Turístico.....	197
Gráfico 94 Rol de pagos Agencia de Viajes – Cargo de Representante de ventas ..	197
Gráfico 95 Plan televisión + internet – Grupo Tv Cable	199
Gráfico 96 Plan internet – Grupo Tv Cable	199
Gráfico 97 Estructura esquemática por clases – Agencia de viajes	200
Gráfico 98 Rentabilidad financiera promedio – Agencia de viajes	200
Gráfico 99 Estructura esquemática por clases – Restaurantes/Cafés.....	200
Gráfico 100 Rentabilidad financiera promedio – Restaurantes/Cafés	201
Gráfico 101 Tasa de inflación año 2013	201
Gráfico 102 Tasa de interés pasiva año 2013.....	202

INDICE DE INFOGRAFÍAS

Infografía 1 Actividades Diurnas	117
Infografía 2 Actividades Nocturnas	118

Infografía 3 Perfil demográfico del cliente N° 1.....	136
Infografía 4 Perfil demográfico del cliente N° 2.....	137
Infografía 5 Perfil demográfico del cliente N° 3.....	138
Infografía 6 Perfil económico del cliente.....	139
Infografía 7 Perfil de entretenimiento del cliente	139
Infografía 8 Perfil de gustos y preferencias del cliente.....	140

INDICE DE ANEXOS

Anexo # 1: Número de jubilados estadounidenses residentes en Cuenca.....	162
Anexo # 2: Formato de la entrevista.....	163
Anexo # 3: Transcripción de la entrevista.....	164
Anexo # 4: Cuestionario piloto para la encuesta.....	167
Anexo # 5: Cuestionario final para la encuesta.....	174
Anexo # 6: Sectorización de la ciudad de Cuenca.....	182
Anexo # 7: Cuestionarios de observación.....	183
Anexo # 8: Lugares visitados.....	185
Anexo # 9: Proformas para el flujo de efectivo.....	192
Anexo # 10: Rol de pagos.....	195
Anexo # 11: Rol de provisiones.....	198
Anexo # 12: Tarifa de internet y cable – Empresa Tv Cable.....	199
Anexo # 13: Tasas de rendimiento – Superintendencia de Compañías.....	200
Anexo # 14: Tasa de inflación año 2013 – Banco Central del Ecuador.....	201
Anexo # 15: Tasa de interés pasiva año 2013 – Banco Central del Ecuador.....	202

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de graduación tiene como objetivo realizar un estudio de mercado de los jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca aplicado al sector de entretenimiento. En la ciudad, el crecimiento poblacional de jubilados estadounidenses residentes ha generado un nuevo mercado el cual es factible analizar con el fin de crear nuevos negocios de entretenimiento donde se ofrezcan todos los servicios que necesitan.

Para conocer qué tipo de negocio genera mayor rentabilidad con este mercado, se realizó un estudio con métodos de investigación cuantitativos y cualitativos donde se incluyen entrevista, encuestas, y observación que dieron como resultado que, los restaurantes/café y agencias de viajes son los lugares más rentables para invertir debido al alto número de estadounidenses jubilados residentes en la ciudad de Cuenca que frecuentan estos sitios pero que actualmente no cumplen completamente con sus expectativas.

ABSTRACT

ABSTRACT

This graduation paper aims to perform a market study of U.S. retirees residing in the city of Cuenca applied to the entertainment sector. The North American retirees' population growth in the city of Cuenca has generated a new market, which was analyzed in order to create an offer of new entertainment businesses to satisfy the variety of services needed.

In order to know what type of business generates higher returns on the market; a study using quantitative and qualitative research methods was carried out. This study included interviews, surveys, and observation which determined that restaurants, cafes and travel agencies are the most profitable places to invest because of the high number of American retirees living in the city of Cuenca who use these services, but which at the present do not meet their expectations.



Transmitted by:
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Cuenca, Ecuador es preferida por los jubilados estadounidenses para vivir su retiro de una forma más tranquila, económica y divertida en función de sus necesidades. Es por esta razón que la presente tesis tiene como objetivo analizar este nuevo mercado para el sector de entretenimiento con el fin de encontrar un negocio rentable que cumpla con las expectativas de los jubilados estadounidenses que deseen vivir en Cuenca. Para el presente trabajo de graduación se analizarán los fundamentos teóricos sobre la investigación de mercado, así como un detalle actual del mercado de jubilados estadounidenses en la ciudad de Cuenca, su historia y el porqué prefieren a esta ciudad como su lugar de residencia detallando factores como bienes raíces, entretenimiento, recreación, cultura, costo de vida, integración, salud, clima, beneficios especiales e infraestructura.

La investigación contará con análisis de la población a través de entrevistas, encuestas y formularios de observación con el fin de buscar cuáles son las necesidades actuales que aún no se encuentran satisfechas en los diferentes lugares de entretenimiento que frecuentan dentro de la ciudad. Luego, a través de los resultados se crearán modelos de negocios que sean rentables para el inversionista con el objetivo de satisfacer dichas necesidades en los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Investigación de Mercados

La investigación de mercados se define como la recolección, análisis y procesamiento de la información con el objetivo de ayudar y mejorar la toma de decisiones para solucionar problemas y oportunidades de *marketing*. Sirve de enlace entre la organización y su entorno de mercado. (Malhotra N. K., 2004) (Jany Castro, 2010)

La investigación de mercados es sistemática por lo que los procedimientos deben ser metódicos, estar bien comprobados y planeados de antemano. Esta es objetiva y debe realizarse en forma imparcial. (Malhotra N. K., 2004)

1.1.1 Antecedentes

Desde sus inicios, la investigación de mercados se complementa con diferentes técnicas de mercadeo como la publicidad, las ventas, pronósticos, promociones y comercialización.

- Antes de 1910, fase de la estadística industrial: se utilizaban métodos de observación; encuestas simples y los censos empezaron a ser de muy importantes para la investigación.
- 1911-1920, fase de ventas: se desarrolla el análisis de costos funcionales y el análisis estadístico de ventas.
- 1921-1930, fase de formularios: los cuestionarios con el tiempo se iban perfeccionando hasta convertirse en formularios y los sistemas de obtención de información mediante encuestas fueron mejorando.
- 1931-1940, fase del muestreo: se utiliza el muestreo probabilístico por selección de cuotas y muestreo aleatorio simple. Se emplearon métodos de trabajo como correlación simple, costos de distribución y técnicas de auditoria de tienda.
- 1941-1950, fase científica: se usaron muestras selectivas por probabilidad, métodos de regresión, inferencia estadística avanzada y paneles de consumidores y almacenes.

- 1951-1960, fase experimental: se manejaron técnicas de investigación motivacional, investigación de operaciones, regresión y correlación múltiple, diseños experimentales y escala de actitudes.
- 1961-1970, fase tecnológica: se usan modelos matemáticos, análisis de factores, teorías de la decisión, simulación de mercados y almacenamiento de la información en banco de datos en computadoras que facilitaban la toma de decisiones de marketing.
- 1971-1980, fase del consumidor: se explica y pronostica el comportamiento del consumidor por medio de mapas perceptuales, pruebas proyectivas y laboratorios de pruebas de mercado.
- 1981-1990, fase del servicio: la idea era estar más cerca del comprador y del consumidor, comprender sus necesidades y satisfacerlas, y darles un buen trato después de la venta (post-venta). Se usaron evaluaciones de actitudes y percepciones sobre productos y servicios, mapas econométricos, planeación estratégica, estudios de ingresos, valores de la compañía y motivos de compra.
- 1991-2000, fase del marketing electrónico: se usan sistemas complejos y automatizados entre minorista y consumidor, mayorista y minorista, distribuidor y usuario industrial. Se emplean sistemas como *telemercadeo*, televisión por cable, videotexto de doble vía y publicidad *microsegmentada* en nichos de mercado. (Jany Castro, 2010)

1.1.2 Proceso de la investigación de mercados

El proceso de la investigación de mercados está considerado en seis etapas:

Etapas 1. Definición del problema

En este paso se debe determinar cuál es el objetivo de la investigación, información básica importante o que pueda faltar y como se van a utilizar en el estudio quienes toman las decisiones.

Etapas 2. Elaboración de un método para resolver el problema

Se incluye la elaboración de un marco teórico u objetivo, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, y establecer información necesaria. Este proceso se debe guiar por conversaciones con directivos y expertos, análisis de datos secundarios, investigación cualitativa y consideraciones pragmáticas.

Etapa 3. Elaboración del diseño de la investigación

Es un plan para realizar el proyecto de investigación de mercados. Es importante especificar los métodos que se usaron para obtener la información con el objetivo de probar la hipótesis que interesa, establecer posibles respuestas a las preguntas de la investigación y se producir la información necesaria para la toma de decisiones. Se debe seguir los siguientes pasos:

- Definir la información necesaria
- Análisis de datos secundarios
- Investigación cualitativa
- Métodos para el acopio de datos cuantitativos (encuesta, observación y experimentación)
- Procedimiento de medición y preparación de escalas
- Redacción del cuestionario
- Muestreo y tamaño de la muestra
- Plan para el análisis de datos.

Etapa 4. Trabajo de campo o acopio de datos

Incluye un equipo de personas que opera en el área de las entrevistas personales, por teléfono, correo o internet. Se debe capacitar, supervisar y evaluar al equipo con el fin de reducir los errores en el acopio de los datos.

Etapa 5. Preparación y análisis de datos.

Consiste en la revisión, codificación, transcripción y verificación. Se asignan números o letras para representar cada respuesta de cada pregunta. La información se guarda digitalmente en computadora.

Etapa 6. Preparación y presentación del informe

El estudio debe ser entregado en un informe escrito donde se respondan todas las preguntas de la investigación y se describa el método y el diseño, así como los procedimientos de recolección y análisis de datos que se hayan utilizado; además, se muestran los resultados y los principales descubrimientos. (Malhotra N. K., 2004)

1.1.2.1 Establecer las necesidades de información

Se deben considerar tres aspectos importantes para establecer las necesidades de la información:

- Determinar cuál es el objetivo de la investigación y qué tipo de trabajo se va a realizar, ya sea tesis, informe, proyecto, artículo, etc.
- Se debe reunir todo tipo de información de la cual se tiene conocimiento, resumiendo conceptos, sacando las ideas principales y hablando con expertos en el tema.
- Es importante saber cómo organizarse, consultar a profesores o tutores, consultar bibliografía adecuada con el fin de obtener resultados que sepan transmitir de lo que se trata el tema.

1.1.2.2 Establecer los objetivos de la investigación

Los objetivos de la investigación se basan en función de cómo aprovechar el mercado, como mantener la posición de la marca, incrementar el volumen de ventas, incrementar la difusión de la imagen de la empresa, seleccionar la mejor campaña de publicidad, etc. (Jany Castro, 2010)

Objetivo general: Siempre se plantea un solo objetivo general con resultados que ayuden a la gerencia a identificar los elementos para la toma de decisiones. (Jany Castro, 2010)

Objetivos específicos: Hacen referencia a situaciones particulares que inciden o forman parte de situaciones propias del objetivo general.

- Tanto el objetivo general como el específico deben ser explícitos.
- Deben ser cuantificables.
- Deben ser alcanzables. (Jany Castro, 2010)

1.1.2.3 Determinar el diseño de la investigación

El diseño de investigación es una estructura que se utiliza para llevar a cabo el proyecto de investigación de mercados. Detalla los procedimientos que se necesitan para adquirir información con el fin de estructurar o resolver problemas de investigación de mercados. El diseño de investigación coloca las bases para llevar a

cabo el proyecto y asegurará que un proyecto de investigación de mercados se lo desarrolle de manera efectiva y eficiente. Incluye los siguientes componentes:

- Definir la información necesaria
- Planear las fases exploratoria, descriptiva o causal de la investigación.
- Especificar los procedimientos de medida y graduación.
- Construir y probar un cuestionario o una forma apropiada para la recolección de datos. (Malhotra N. K., 2004)

a. Investigación exploratoria

Es un tipo de diseño de investigación que tiene como objetivo primordial proporcionar conocimiento y comprensión del problema que enfrenta el investigador. Se utiliza cuando se debe definir el problema con precisión, identificar las acciones pertinentes u obtener conocimiento adicional antes de establecer un método. Debido a las características de la investigación, los resultados se deben considerar como introductorios a una investigación mayor. (Malhotra N. K., 2004) (Jany Castro, 2010)

b. Investigación concluyente

Es una investigación diseñada para ayudar a quien toma las decisiones, le ayuda a determinar, evaluar y seleccionar el mejor camino a seguir en una investigación dada. Se identifica debido a sus procedimientos formales que llevan hacia objetivos específicos, necesidades definidas o la obtención de información específica (Malhotra N. K., 2004) (Jany Castro, 2010)

1.1.2.4 Determinar fuentes de datos

a. Fuentes primarias

Las fuentes primarias son las que origina el investigador con el objeto de establecer el problema de investigación. La obtención de estos datos puede ser costosa y prolongada. (Jany Castro, 2010)

b. Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son las que se recopilan con algún propósito que no es el problema en referencia. Incluyen información que procede de fuentes comerciales y gubernamentales, empresas privadas de investigación de mercados y bases de datos

automatizadas. Son fuentes económicas y rápidas de información general. (Malhotra N. K., 2004)

c. Fuentes terciarias

Es una selección y combinación de fuentes primarias y secundarias donde su contenido se centra en información dada en guías técnicas, catálogos de libros, bibliotecas, tesis de grado, publicaciones periódicas, etc.

1.1.2.5 Desarrollar el procedimiento de recolección de datos

a. Técnicas cualitativas

Método de investigación no estructurado y exploratorio con base en muestras pequeñas que proporcionan un panorama y comprensión del escenario del problema. Los resultados de una investigación cualitativa desarrollan una comprensión inicial del problema.

b. Técnicas cuantitativas

Método de investigación que busca cuantificar los datos y, por lo general, se aplica para analizar los datos de forma estadística. La muestra de esta investigación tiene una gran cantidad de casos representativos.

1.1.2.6 Diseñar la muestra

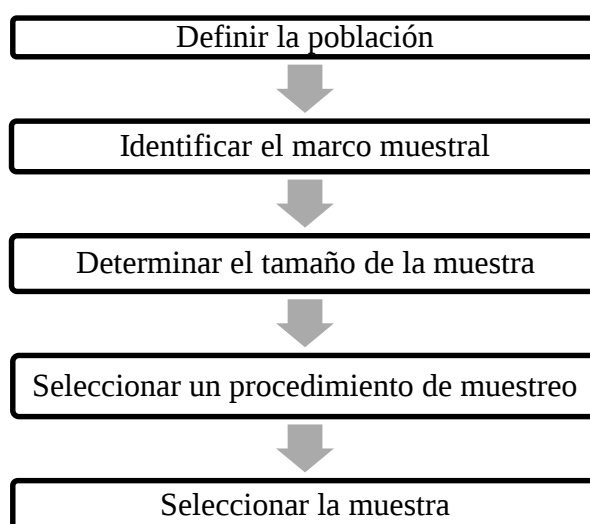


Tabla 1 Pasos para la selección de una muestra
Fuente: (Kinnear & Taylor, 1998)

a. Tipos de muestreo

Muestreo no probabilístico

- **Muestreo de conveniencia.**- El investigador utiliza su propio criterio para encontrar y elegir los elementos que conforman la muestra. Se utiliza este tipo de muestreo cuando no hay una especificación exacta de cuál es o ha de ser la población sobre la que se necesita investigar. (Jany Castro, 2010)
- **Muestreo de comparación.**- Para seleccionar esta muestra, el experto utiliza su experiencia o vivencia y con la posible contribución que ellos puedan brindar al ser seleccionados para formar parte de la muestra. Para este caso es difícil determinar el margen de error y las afirmaciones no tienen fundamento. Depende de si es válido o no el criterio del experto. (Jany Castro, 2010)
- **Muestreo por cupos.**- El investigador asigna variables como: área geográfica, sexo, edad, educación, nivel de ingresos, etc. Con el fin de obtener muestras similares a la población. (Jany Castro, 2010)

Muestreo probabilístico

- **Muestreo aleatorio simple.**- De un número total de población determinada, se selecciona aleatoriamente los elementos que van a integrar la muestra.
- **Muestreo estratificado.**- Se toman las muestras a partir de la división de estratos homogéneos en la población a estudiar.
- **Muestreo por grupos.**- Se selecciona aleatoriamente la muestra a partir de una división numerosa de grupos, donde luego se analiza cada una de estas divisiones.

b. Tamaño de la muestra

En estadística el tamaño de la muestra se refiere al número de sujetos que se incluirán en el estudio para que los datos obtenidos sean representativos de la población. (Malhotra N. , 2004)

1.1.2.7 Recopilación de datos

a. Cuestionario

Es una encuesta estructurada que se da a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica de los entrevistados. Se plantean a los participantes varias preguntas sobre su comportamiento, intenciones, actitudes,

conciencia, motivaciones y características demográficas y de estilo de vida. Estas preguntas pueden hacerse de forma verbal, por escrito o por medio de una computadora. Para realizar la encuesta hay que seguir los siguientes pasos. (Malhotra N. K., 2004) (Jany Castro, 2010)

- Decidir qué datos deben obtenerse de los consumidores y compradores.
- Decidir qué preguntas se formularán preparándolas adecuadamente.
- Determinar los tipos de respuestas que son necesarias para obtener la información (preguntas de dos opciones, de muchas opciones o abiertas).
- Expresar las preguntas con cautela y ponerlas en orden apropiado.
- Preparar borradores del cuestionario utilizando técnicas de diseño y haciendo copias para una prueba piloto.
- Realizar los cambios necesarios y preparar las formas finales de la encuesta. (Jany Castro, 2010)

b. Observación

La observación comprende el registro de los patrones conductuales con personas, objetos y sucesos en forma sistemática para obtener información sobre el fenómeno de interés. El observador no pregunta ni se comunica con las personas que observa. La información puede registrarse conforme ocurren los sucesos o a partir de registros de sucesos anteriores. (Malhotra N. K., 2004) (Jany Castro, 2010)

Ventajas

- Los datos se registran en el momento en el que ocurre la acción
- Los datos tienen una mayor exactitud
- No se necesita ayuda de terceros
- Su tabulación es más sencilla

Desventajas

- Es un método mucho más demorado comparado con otros.
- Tiene un alto costo
- Determinar los motivos del porqué el público tiene ese tipo de comportamiento es más complicado. (Jany Castro, 2010)

1.1.2.8 Procesamiento de datos

Se trata de la conversión de los datos que se obtuvieron de la investigación para poder ser analizados y procesados por una computadora con el fin de obtener resultados precisos y rápidos.

Es importante tomar en cuenta que para una mejor tabulación de los datos, las encuestas, entrevistas o datos recopilados sean codificados, clasificados y ordenados.

1.1.2.9 Análisis de datos

Una vez tabulada la información y representada con los gráficos y tablas correspondientes se debe plantear:

- Un problema bien definido con el fin de no hacer esfuerzo en vano para el análisis de la tabulación, así, se responderán de manera más clara y precisa las preguntas de la investigación.
- Decidir sobre cuáles son las variables que se consideran resultados (dependientes) y las que afectan a los mismos (independientes).
- Determinar cuáles son las hipótesis o supuestos que se van a comprobar y tienen relación con las variables dependientes e independientes.
- Se interpreta la información en base a las tabulaciones, el marco teórico, marco conceptual, diagnóstico del sector a estudiar y el propio criterio del investigador para interpretar la información recopilada.

1.1.2.10 Presentación de resultados

Los resultados presentados deben ser claros y ordenados con el fin de que se pueda interpretar con facilidad. Deben tener una secuencia lógica utilizando tablas, gráficos, ilustraciones y de ser posible los resúmenes de los análisis presentados en texto.

CAPÍTULO II

2. JUBILADOS ESTADOUNIDENSES RESIDENTES EN LA CIUDAD DE CUENCA.

2.1 Definición del término “*expat*”.

El término “*expat*”, que en español significa expatriado, hace referencia a aquellas personas que deciden residir en un país distinto del que provienen. El Diccionario de la Real Academia Española lo define como: “una persona que vive fuera de su patria”. La palabra está compuesta por el prefijo ex-, ‘fuera’ o ‘más allá’, y patria. Actualmente y de manera informal se usa este término para designar a las personas que debido a sus estudios o trabajo deciden vivir en otro país que difiere de su cultura y raíces. (Real Academia Española, 2001)

Muchas veces se confunde el término expatriado con inmigrante, por eso es importante recalcar la diferencia entre estos dos, según Georgina Zinno, una argentina ganadora del premio “*Expat of the year 2012*”, nos comenta en su blog que los dos términos tienen una gran similitud, pero que muchas personas han optado por establecer su diferencia mediante la razón por la que se ha debido emigrar, ya que un expatriado como se mencionó anteriormente, es una persona que por razones profesionales, sea por trabajo o estudio, ha decidido residir en otro país, mientras que se cataloga de inmigrante a aquel trabajador que toma la decisión de cambiar de residencia en busca de un futuro mejor; también hace referencia a que este concepto es poco acertado debido a que esto produce cierta aversión ya que divide a la gente en clases sociales. (Zinno, 2012)

2.2 Historia de la llegada de los *expats* al Ecuador

Actualmente no se puede negar la creciente popularidad de la ciudad de Cuenca entre los extranjeros estadounidenses jubilados que buscan un nuevo hogar, es un hecho que se puede observar con claridad en las calles de la ciudad. Detrás de este aumento se tienen varios factores como el bajo costo de vida, el clima, los lugares que se pueden visitar, pero sobre todo los beneficios que tienen las personas mayores de 65 años como por ejemplo: no tienen que hacer fila ya sea en bancos o en los aeropuertos,

reciben descuento del 50% en sus pagos de servicios eléctricos y de agua, en transporte público, eventos deportivos y culturales.

David Morrill, uno de los escritores del libro “*Expats in Ecuador: Life in Cuenca*”, nos comenta en su blog que este “boom” empezó aproximadamente en septiembre del 2009 a raíz de que la revista *International Living* nombrara a Cuenca como el mejor destino para los jubilados. A finales del año 2009, *Lonely Planet*, *National Geographic*, y *Condé Nast Traveler*, promocionaron en sus sitios web a la ciudad de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad, título que fue otorgado a la misma en el año de 1999 por la UNESCO. La fama para Cuenca continuó en el año 2010 cuando fue nombrada como la ciudad más asequible para los expatriados por Kathleen Peddicord, ex editora de la revista *International Living* y autora del libro “¿Cómo jubilarse en el extranjero?”.

En el blog de Morrill se cita a Sonia González, una estudiante graduada de la Universidad de Cuenca quien investigó sobre las tendencias de inmigración para su tesis, su investigación muestra que sólo habitaban unos 200 extranjeros en Cuenca en el año 2008. Ese número ha aumentado notablemente ya que según datos del último censo de población y vivienda del 2010 en la ciudad habría 9174 extranjeros residentes.

La llegada de “los gringos”, nombre que se les ha otorgado y con el cual hasta ellos se identifican, tiene sus pros y contras. Como ventajas se puede ver que son dos culturas que pueden compartir y a la vez aprender la una de la otra. Hay varias personas que han abierto sus propios locales comerciales, con lo cual se abren nuevas plazas de empleo, entre estos están: *Eucalyptus* Café, Café Austria, e *Inca Lounge and Bistro*. Sobre las desventajas se puede decir que el aumento de la construcción de edificios es perjudicial para la imagen de la ciudad ya que se pierde lo tradicional puesto que se cambian las casas coloniales por los grandes edificios. (Morrill, 2011).

En un artículo del diario El Telégrafo se menciona a Juan Carlos Granda, administrador de bienes raíces CuencaCentral.com quien indica que es evidente el alza de precios de las viviendas y esto es debido al alto poder adquisitivo de los estadounidenses jubilados pues el rango de inversión de este mercado para una

vivienda, oscila entre los 70.000 y 200.000 dólares, dependiendo de sus necesidades. Y son por estas necesidades también que se generan variaciones en las estructuras de los inmuebles para de esa manera solventar las exigencias de este grupo. (Carpio Guevara, 2011).

2.3 *International Living*

International Living es una revista especializada, que fue fundada por Bill Bonner en el año de 1979, en una publicación de la revista nos cuenta que la idea nació a raíz de que varias personas tienen una noción equivocada de que vivir plenamente en algunos paraísos que siempre soñaron tienen limitaciones económicas y que ese lujo solo se lo pueden dar aquellas personas millonarias o famosas, así que su labor principalmente está basada en tomar un enfoque diferente demostrando que se puede vivir en esos lugares a un costo razonable y con una calidad de vida aceptable. Sus suscriptores reciben mensualmente esta revista en donde se detallan los mejores lugares del mundo para vivir, viajar, jubilarse y hasta consejos de inversión. Posee varias oficinas en todo el mundo, en donde se encuentran alrededor de 200 colaboradores que se encargan de explorar varios lugares para luego plasmar sus viajes en las publicaciones.

No solo publica boletines mensuales, sino que mediante su página web se puede estar al día con las noticias y al registrarse se recibirán diariamente las *e-letters* que se tratan de cartas narradas por los viajeros contando sus experiencias y oportunidades en temas relacionados a inversiones de negocios o bienes raíces, viajes, jubilación, etc. Según una publicación hecha por la misma revista, en total son aproximadamente 500 mil lectores que reciben diariamente las publicaciones en sus correos. (International Living, About IL, 2007)

Una de sus labores más importantes y la que más renombre ha tenido es la elección anual de las mejores ciudades para el retiro de los jubilados, para lo cual toman en cuenta varios factores como salud, seguridad, bienes raíces, inversiones, clima, calidad de vida, etc. Otra de las actividades que realiza, es la de organizar conferencias y seminarios a nivel internacional que se llevan a cabo en varios países, donde se tratan de temas anteriormente mencionados. Estas conferencias han sido de gran ayuda para que varios jubilados encuentren el lugar apropiado para vivir su retiro en las mejores

condiciones y a un precio razonable, situación que muchas veces no se da en el país de donde provienen.

2.3.1 *Ranking* de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro según informe 2009-2013.

La revista *International Living* publicó por primera vez en el año 2008 en su página web, el *ranking* de los mejores lugares para vivir el retiro y lo ha venido desarrollando anualmente hasta la actualidad. Para el análisis se han tomado los datos desde el año 2009 debido a que a partir de allí el Ecuador se ha situado en primer lugar en esta lista, destacando como mejor ciudad a Cuenca. Este puesto lo ha mantenido hasta el año 2013, cumpliéndose así 5 años de ser pionera como la mejor ciudad del mundo para vivir el retiro.

Para obtener los puntajes se toman en cuenta 8 factores, los cuales no han sido del todo estáticos, ya que algunos han tenido que ser reemplazados para ajustarse a las necesidades de los jubilados, por ejemplo en el año 2009 los factores a considerar fueron: bienes raíces, beneficios especiales, costo de vida, cultura, salud, infraestructura, seguridad/estabilidad, clima. Mientras que para el año 2013 los factores que se consideraron para el *ranking* fueron: bienes raíces, beneficios especiales, costo de vida, integración, entretenimiento/recreación/cultura, salud, infraestructura, clima.

A continuación se presenta de manera más detallada los puntajes obtenidos por los 10 mejores lugares de la categoría anteriormente mencionada:

Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2009										
#	País	Bienes Raíces	Beneficios Especiales	Costo de Vida	Cultura	Salud	Infraestructura	Seguridad / Estabilidad	Clima	Total
1	Ecuador	90	84	73	67	73	59	92	95	79
2	México	85	76	68	72	82	64	92	91	78
3	Panamá	80	86	65	67	77	73	93	79	77
4	Uruguay	83	61	69	72	79	73	100	89	75
5	Italia	64	63	58	100	80	67	100	87	73
6	Francia	60	45	50	98	100	95	100	87	72
7	Brasil	92	45	70	68	79	65	92	83	71
8	Argentina	81	40	68	71	86	63	100	88	71
9	Costa Rica	66	70	62	64	78	65	93	75	70
10	Australia	65	52	55	68	90	90	100	89	70

Tabla 2 *Ranking* de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2009

Fuente: <http://internationalliving.com/2010/02/2009-retirement-index/>

Elaborado por: Los autores.

Para el año 2009 se puede observar que el Ecuador lleva la delantera en el factor clima y en el costo de vida, ya que de este segundo factor mientras mayor puntaje se obtenga, significa que es menor el costo de vida. Es así que está situado en el primer lugar con 79 puntos, ganando tan solo por un punto a favor a México quien se encuentra ocupando la segunda posición. Todos los países mostrados en el *ranking* obtienen una puntuación total que oscila entre 70 a 79 puntos lo que quiere decir que ninguno se destaca con gran diferencia de puntaje ya que son pocos los puntos que separan a cada uno de los 10 países indicados en la tabla. Hay países como Italia que obtienen un puntaje perfecto de 100 puntos en varios factores, en este caso, se obtiene en factores como son la cultura y la seguridad. Por otra parte, Francia también obtiene puntaje perfecto en los factores de salud y seguridad. En Uruguay también se puede ver el mismo caso con el factor seguridad.

Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2010										
#	País	Bienes Raíces	Beneficios Especiales	Costo de Vida	Cultura	Salud	Infraestructura	Seguridad / Estabilidad	Clima	Total
1	Ecuador	100	95	73	62	72	45	86	96	81
2	Panamá	93	100	62	63	77	74	93	69	80
3	México	94	90	68	66	76	59	81	92	79
4	Francia	78	60	59	81	100	92	100	87	78
5	Italia	85	65	64	85	90	62	100	87	78
6	Uruguay	94	80	64	72	72	61	100	93	77
7	Malta	88	72	66	71	80	52	100	95	76
8	Chile	95	87	60	67	73	73	98	59	76
9	España	90	65	56	68	90	66	100	79	75
10	Costa Rica	95	76	62	60	78	60	95	79	75

Tabla 3 *Ranking* de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2010

Fuente: <http://internationalliving.com/2010/08/retirement-index-2010/>

Elaborado por: Los autores

Para el año 2010 se puede observar notablemente que los puntajes para el Ecuador mejoran ya que alcanza los 100 puntos en el factor de bienes raíces, el factor clima sigue siendo elemental en el puntaje obtenido ya que nuevamente es el mayor con respecto al resto de los países mostrados en la tabla, al igual que el factor costo de vida que sufre el mismo fenómeno. Una vez más el Ecuador se encuentra ocupando el primer lugar con 81 puntos mientras que Panamá lo sigue en segundo lugar con 80, es decir, solo tienen un punto de diferencia por lo que es fundamental buscar la manera de sobresalir en el *ranking* obteniendo mayor puntaje en los factores mencionados. El rango en el que se encuentran los puntajes totales oscila entre 81 y 75 puntos, por lo que se puede decir que no hay una diferencia de puntaje representativa entre países.

Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2011										
#	País	Bienes Raíces	Beneficios Especiales	Costo de Vida	Cultura	Salud	Infraestructura	Seguridad / Estabilidad	Clima	Total
1	Ecuador	100	95	80	83	74	26	82	96	84
2	México	94	90	71	93	69	50	78	99	82
3	Panamá	93	100	69	73	70	71	93	45	81
4	España	90	65	62	97	92	70	100	76	80
5	Nueva Zelanda	96	55	69	92	91	65	100	85	79
6	Francia	75	60	58	100	100	80	100	88	78
7	Uruguay	94	76	67	75	77	52	100	94	78
8	Costa Rica	95	76	73	81	76	29	96	76	77
9	Malta	79	72	60	94	83	61	93	100	77
10	Italia	85	65	54	97	90	62	100	88	77

Tabla 4 *Ranking* de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2011

Fuente: <http://internationalliving.com/2011/08/our-annual-retirement-index-all-the-scores-and-how-its-scored/>

Elaborado por: Los autores.

Para el año 2011 nuevamente el Ecuador obtiene 100 puntos en el factor de bienes raíces y recibe la mejor puntuación en el factor de costo de vida con respecto al resto de países. Pierde el primer lugar en el factor clima ya que esta vez México gana este lugar por 3 puntos. Ecuador solo obtiene el puntaje mayor en el factor de bienes raíces, en el resto de factores llevan la delantera los otros 9 países de la tabla, sin embargo, su puntaje perfecto lo lleva por tercer año consecutivo a situarse en el primer lugar con 84 puntos, estando por encima de México con 2 puntos y de Panamá con 3. Los tres primeros lugares los ocupa Ecuador, México y Panamá que como se ha notado han sido los 3 países que obtienen el mejor puntaje. Se puede decir que no hay una diferencia significativa entre los totales obtenidos por los 10 países debido a que el rango de los puntajes totales se encuentra entre 77 y 84 puntos.

Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2012										
#	País	Bienes Raíces	Beneficios Especiales	Costo de Vida	Integración	Entreten.	Salud	Infraestruc.	Clima	Total
1	Ecuador	97	98	100	95	90	85	80	83	91.1
2	Panamá	95	100	95	96	96	91	82	68	90.4
3	México	94	91	88	96	96	88	75	89	89.6
4	Malasia	94	79	95	95	96	87	91	66	87.7
5	Colombia	93	76	60	92	96	93	84	75	83.7
6	Nueva Zelanda	87	72	69	90	93	84	86	89	83.6
7	Nicaragua	92	79	94	89	85	78	63	70	82.6
8	España	79	68	78	90	93	76	94	81	82.1
9	Tailandia	90	68	71	91	97	83	76	75	81.4
10	Honduras	82	89	76	95	96	78	67	63	80.7

Tabla 5 *Ranking* de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2012

Fuente: <http://internationalliving.com/2011/12/the-scores-and-how-our-2012-retirement-index-works/>

Elaborado por: Los autores

El puntaje del Ecuador en el sector de bienes raíces tiene un descenso de 3 puntos, es decir, deja de tener un puntaje perfecto en este factor, por otra parte se puede observar que el costo de vida obtiene 100 puntos, lo que indica que el costo de vida en el Ecuador es sumamente bajo con respecto al resto de países, es en el único factor que lleva la delantera, sin embargo nuevamente obtiene el primer lugar de entre los 10 países mencionados en la tabla. Para el año 2012 se muestran los resultados con decimales para así conocer por cuantas décimas gana cada país el lugar que le corresponde. Aquí se vuelve a ver el mismo fenómeno registrado en años anteriores debido a que el puntaje total obtenido por los países no tiene gran diferencia de puntos de uno a otro país y para esta ocasión el puntaje se encuentra entre 80,7 a 91,1 puntos. Una vez más el Ecuador es el triunfador con 91,1 puntos, seguido por Panamá con 90,4 puntos y México que ocupa el tercer lugar obtiene 89,6 puntos.

Ranking de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2013										
#	País	Bienes Raíces	Beneficios Especiales	Costo de Vida	Integración	Entreten.	Salud	Infraestruct.	Clima	Total
1	Ecuador	99	99	90	90	95	83	79	100	91.9
2	Panamá	83	100	86	93	95	85	81	88	89.0
3	Malasia	89	77	92	90	100	93	85	75	87.6
4	México	92	71	82	100	100	84	74	78	85.1
5	Costa Rica	89	85	87	90	94	86	73	71	84.4
6	Uruguay	87	72	69	83	94	91	82	92	83.7
7	Colombia	94	75	70	90	82	84	83	86	83.0
8	España	87	57	80	83	96	80	93	83	82.5
9	Tailandia	82	57	97	87	96	81	77	81	82.3
10	Malta	87	82	71	100	68	82	77	75	80.1

Tabla 6 *Ranking* de los mejores lugares en el mundo para vivir el retiro - Año 2013

Fuente: <http://internationalliving.com/2012/12/the-scores-and-how-our-2013-retirement-index-works/>

Elaborado por: Los autores

Para el año 2013, el puntaje total del Ecuador solo aumenta en 0,8 puntos con respecto al año 2012 por lo que se puede decir que no hubo cambios significativos en el año transcurrido. Se obtiene 99 puntos en el factor bienes raíces siendo así el mayor con respecto a los otros 9 países., lo mismo se puede observar con el factor clima, recibiendo 100 puntos. En esta ocasión el costo de vida disminuye en diez puntos con respecto al año 2012 perdiendo así el primer lugar con respecto al resto de países. Una vez más Ecuador ocupa el primer lugar con 91,9 puntos, seguido por Panamá con 89 puntos y en tercer lugar se encuentra Malasia con 87,6 puntos, este último país por primera vez ocupa uno de los tres primeros lugares, desplazando a México al cuarto lugar.

2.3.2 Factores considerados en la elaboración del *ranking* del año 2013

International Living a través de sus corresponsales, editores y asesores que se encuentran alrededor del mundo, recopila información y detalles valiosos, lo cuales son esenciales en la construcción de los factores que forman el *ranking*. Cada año escogen entre 19 a 22 ciudades en las cuales realizan sus investigaciones enfocadas en 8 factores que han ido cambiando a lo largo de los años para así ajustarse a las nuevas necesidades que se van suscitando. La revista realiza una investigación cualitativa basada en datos reales tomados de personas que han viajado para vivir su jubilación

en los lugares anteriormente preestablecidos para la investigación, ya que son ellos quienes pueden otorgar información valiosa.

Laura Doyle, una de las escritoras de los *post* de la página web de *International Living*, detalla los factores considerados en la elaboración del *ranking* del año 2013 con sus debidas especificaciones y ponderaciones:

2.3.2.1 Bienes raíces

Los países que mayor puntuación reciben son aquellos donde los precios de los bienes inmobiliarios son bajos y su proceso de compra es sencillo y sin complicaciones. Para obtener dicha información se apoyan básicamente en los informes de los editores, colaboradores y contactos inmobiliarios de todo el mundo. La ponderación asignada a este factor dentro del *ranking* es del 15%.

2.3.2.2 Entretenimiento, recreación y cultura

Esta categoría encierra varios puntos entre los que están: el número de periódicos por cada 1.000 ciudadanos, el número de museos y teatros per cápita, el número de estudiantes universitarios, la tasa de alfabetización, y la variedad de ofertas culturales y recreativas que ofrece dicho país que se esté investigando para finalmente otorgar el puntaje en base a todos los factores anteriormente mencionados. La ponderación asignada a este factor dentro del *ranking* es del 10%.

2.3.2.3 Costo de vida

Este puntaje se obtiene mediante el análisis de los índices de costo de vida en el extranjero que se obtienen en las oficinas de estadísticas en cada país. Mientras menor sea la puntuación obtenida, se considera que es mayor el costo de vida. Este es uno de los factores más importantes ya que recibe una ponderación del 20%.

2.3.2.4 Integración

Este factor mide el grado de aceptación que tienen las personas extranjeras jubiladas en el país al que llegan, si pueden integrarse o formar parte de eventos deportivos, culturales o sociales. Se toma en cuenta todos aquellos factores que hacen más sencilla la convivencia entre los ciudadanos autóctonos de un país y los extranjeros jubilados residentes. La ponderación asignada a este factor es del 5%.

2.3.2.5 Salud

Son varios los factores que se toman en cuenta en esta categoría, como por ejemplo el costo de una típica visita a un médico general, costo y cobertura de los seguros de salud, el número de habitantes por cada médico, el número de camas de hospital por cada 1000 habitantes, el porcentaje de personas que tienen acceso a agua potable, entre otros datos estadísticos como son: la tasa de mortalidad infantil, esperanza de vida y el gasto público en salud. Este índice se considera como uno de los más importantes ya que al ser personas de avanzada edad quienes buscan un lugar donde vivir su retiro es para ellas de vital importancia el tema de la salud. La ponderación para este factor es del 20%.

2.3.2.6 Clima

Los países que obtienen mayor puntaje en esta categoría son aquellos que tienen un clima templado todo el año, pocas probabilidades de que ocurran catástrofes naturales y una lluvia moderada anualmente. Para el estudio se toman en cuenta los datos de cada país como conjunto, más no por zonas para que de esa manera sea un estudio unánime y no se favorezcan a unos lugares frente a otros. La ponderación asignada a este factor dentro del *ranking* es del 5%.

2.3.2.7 Beneficios especiales

Esta categoría hace referencia a las disposiciones gubernamentales de cada país, que hacen más fácil y mayormente asequible la vida de los jubilados extranjeros en el lugar donde decidan vivir su retiro. Entre los factores que se toman en cuenta en esta categoría están: descuentos en servicios públicos, tarifas aéreas, servicios de salud, servicios públicos y entretenimiento, también se toma en cuenta el hecho de que los jubilados extranjeros puedan importar mercancías libres de impuestos. La ponderación para este factor es del 20%, considerándose como uno de los más importantes en la construcción del *ranking*.

2.3.2.8 Infraestructura

El último factor hace referencia a la infraestructura en donde se toman en cuenta aspectos tales como el número de carreteras pavimentadas, vías navegables y la longitud de las vías férreas, estos datos anteriormente mencionados, se comparan con el número de habitantes y la extensión geográfica del país. Se consideran también otros

datos importantes tales como el número de vehículos y aeropuertos, teléfonos móviles por habitante y la cantidad de proveedores de servicios de internet. La ponderación asignada a esta categoría dentro del *ranking* es del 5%. (Doyle , 2013).

Resumen del puntaje obtenido por el Ecuador, según *ranking* 2009-2013

Se han recogido los datos obtenidos en la revista *International Living* para construir el cuadro que se presenta a continuación:

Resumen del puntaje obtenido por el Ecuador, según <i>ranking</i> 2009-2013									
Año	Bienes Raíces	Beneficios Especiales	Costo de Vida	Integración	Entretenimiento	Salud	Infraestructura	Clima	Total
2009	90	84	73	67	73	59	92	95	79
2010	100	95	73	62	72	45	86	96	81
2011	100	95	80	83	74	26	82	96	84
2012	97	98	100	95	90	85	80	83	91,1
2013	99	99	90	90	95	83	79	100	91,9

Tabla 7 Resumen del puntaje obtenido por el Ecuador, según *ranking* 2009 – 2013

Elaborado por: Los autores

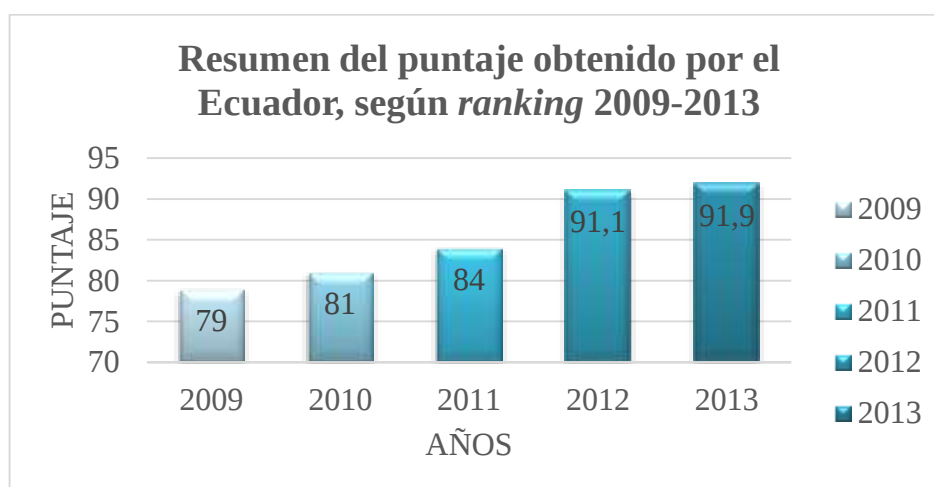


Gráfico 1 Resumen del puntaje obtenido por el Ecuador, según *ranking* 2009 – 2013

Elaborado por: Los autores

Analizando el cuadro anteriormente presentado, se puede decir que el puntaje total que ha obtenido el Ecuador anualmente ha ido aumentando. Del 2009 al 2010 ha subido en 2 puntos, del 2010 al 2011 en 3 puntos, del 2011 al 2012 en 7,1 puntos y finalmente del 2012 al 2013 en 0,8, registrándose así en este periodo el menor crecimiento, mientras que el mayor incremento se registró en el periodo del 2011 al 2012. Si se

toman los datos desde el año 2009 hasta el 2013 se puede observar que ha incrementado en 12,9 puntos el resultado del Ecuador en los años analizados. A partir de estos resultados se puede decir que en el último periodo no ha habido un aumento considerable, es por ello que se debe revisar en que aspectos se han obtenido los menores puntajes para así mejorar e incrementar el ranking en los próximos años.

A continuación se detallan los puntajes de cada factor considerado en la construcción del *ranking* para así analizarlos:

Bienes raíces

El mayor incremento se da en el periodo 2009-2010 ya que hay un aumento de 10 puntos, por lo que se puede suponer que los precios de los bienes inmobiliarios bajaron en este periodo y el proceso de compra es mucho más sencillo. Para el año 2011 este puntaje se mantiene intacto, mientras que para el año 2012 hay una disminución de este factor, lo que significaría que el precio se incrementó. Para el año 2013, este puntaje se eleva hasta los 99 puntos, lo que representaría un bajo costo de los bienes inmobiliarios y un proceso de compra sin complicaciones.

Bienes Raíces Ecuador - <i>Ranking</i> 2009-2013	
Año	Bienes Raíces
2009	90
2010	100
2011	100
2012	97
2013	99

Tabla 8 Bienes raíces Ecuador - *Ranking* 2009 – 2013

Elaborado por: Los autores.



Gráfico 2 Bienes raíces Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores.

Beneficios especiales

Este factor ha aumentado paulatinamente cada año, como se observa no hay ningún año en el que haya disminuido este puntaje, lo que significaría que los beneficios para los jubilados extranjeros son cada vez mejores, ya sea en descuentos de servicios públicos, tarifas aéreas, servicios de salud, servicios públicos, entretenimiento, así como también en la oportunidad de importar mercancías libres de impuestos para así mejorar la calidad de vida.

Beneficios Especiales Ecuador - <i>Ranking</i> 2009-2013	
Año	Beneficios Especiales
2009	84
2010	95
2011	95
2012	98
2013	99

Tabla 9 Beneficios especiales Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores



Gráfico 3 Beneficios Especiales Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores

Costo de vida

Este factor mantuvo el mismo puntaje en el año 2009 y 2010, pero para el año 2011 hay una mejora de 7 puntos que representa un aumento del 9%, lo que quiere decir que el costo de vida es menor a comparación de los dos años anteriores. El menor costo de vida registrado se da en el año 2012 donde se obtiene 100 puntos, pero para el año 2013 este escenario cambia ya que el puntaje es menor indicando así que el costo de vida se elevó en comparación al año 2012.

Costo de Vida Ecuador - <i>Ranking</i> 2009-2013	
Año	Costo de Vida
2009	73
2010	73
2011	80
2012	100
2013	90

Tabla 10 Costo de vida Ecuador - *Ranking* 2009 – 2013

Elaborado por: Los autores



Gráfico 4 Costo de vida Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores

Integración

Analizando este factor se puede decir que del año 2009 al 2010 se da una disminución del 7%, pero para el año 2011 este panorama cambia ya que el puntaje aumenta en un 33% y para el año 2012 vuelve a darse un aumento en este caso del 14%. Para el último año se da nuevamente una disminución del 5% lo que significaría que la integración a eventos culturales, deportivos o sociales también ha descendido y que no se está aportando satisfactoriamente a la convivencia con los jubilados extranjeros.

Integración Ecuador - <i>Ranking</i> 2009-2013	
Año	Integración
2009	67
2010	62
2011	83
2012	95
2013	90

Tabla 11 Integración Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores

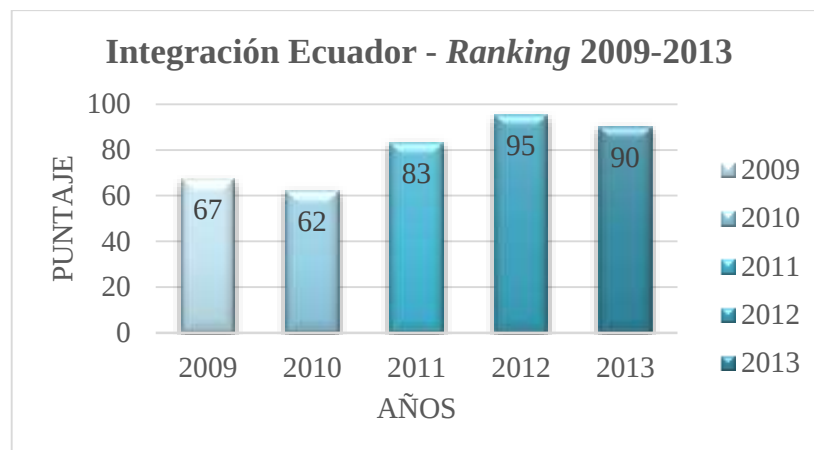


Gráfico 5 Integración Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores

Entretenimiento

Este factor como se puede observar solo tuvo una disminución del año 2009 al 2010 en donde redujo su puntuación en tan solo 1%, de allí en adelante este factor fue aumentando paulatinamente, del año 2010 al 2011 se da un aumento del 2%, del 2011 al 2012 este factor tiene un crecimiento del 21% el cual sería el mayor registrado en el lapso de los 5 años del estudio. Por último para el año 2013 se tiene un aumento del 5%.

Entretenimiento Ecuador - <i>Ranking</i> 2009-2013	
Año	Entretenimiento
2009	73
2010	72
2011	74
2012	90
2013	95

Tabla 12 Entretenimiento Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores



Gráfico 6 Entretenimiento Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores

Salud

Del año 2009 al 2010 se presenta una reducción del 23%, del 2010 al 2011 nuevamente se presenta una disminución, esta vez del 42%. Para el año 2012 este escenario cambia ya que se da un aumento considerable del 226% aproximadamente, siendo este periodo el único en el que se registra un incremento ya que para el último periodo otra vez se tiene un decrecimiento del 2%. Se debe cuidar muy bien este tema ya que al tratarse de personas jubiladas, una de las características principales es la salud debido a su avanzada edad.

Salud Ecuador - <i>Ranking</i> 2009-2013	
Año	Salud
2009	59
2010	45
2011	26
2012	85
2013	83

Tabla 13 Salud Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores

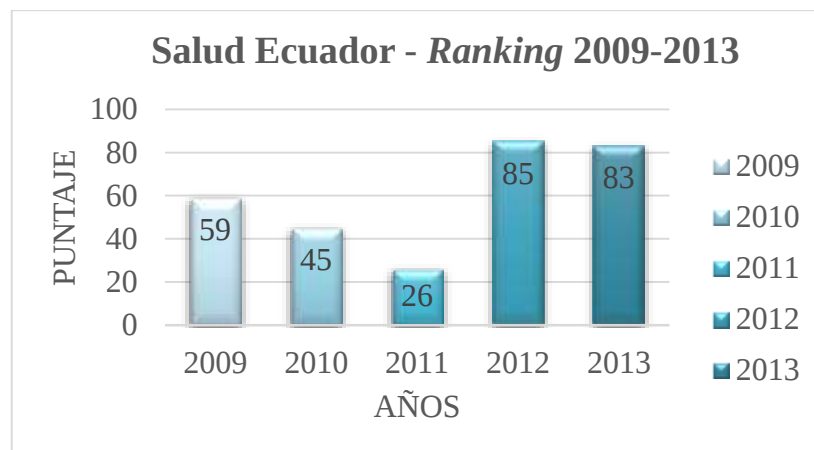


Gráfico 7 Salud Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores

Infraestructura

Este factor tiene un comportamiento decreciente, los porcentajes de disminución son: del 2009 al 2010 un 6%, del 2010 al 2011 un 4%, del 2011 al 2012 un 2% y por último del 2012 al 2013 un 1%. Esto puede ser causa de que en Ecuador no existen vías férreas, además de que en el Ecuador solo hay dos aeropuertos internacionales, uno ubicado en Quito y otro en Guayaquil. Otra de las posibles razones del decrecimiento de este factor puede ser número de vías pavimentadas ya que aún falta mucho por mejorar en el tema vial.

Infraestructura Ecuador - <i>Ranking</i> 2009-2013	
Año	Infraestructura
2009	92
2010	86
2011	82
2012	80
2013	79

Tabla 14 Infraestructura Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores



Gráfico 8 Infraestructura Ecuador - *Ranking* 2009-2013
Elaborado por: Los autores

Clima

Al analizar el factor clima se puede decir que mantiene puntajes relativamente altos, del año 2009 al 2010 hay un incremento del 1%, en el año 2010 y 2011 su puntaje se mantiene en 96 puntos, mientras que para el año 2012 hay una disminución del 13%, en el último año, es decir, del 2012 al 2013 se vuelve a ver un aumento, en este caso del 20% y en este lapso se obtiene el mejor puntaje que se puede alcanzar, es decir, de 100 puntos.

Clima Ecuador - <i>Ranking</i> 2009-2013	
Año	Clima
2009	95
2010	96
2011	96
2012	83
2013	100

Tabla 15 Clima Ecuador - *Ranking* 2009-2013
Elaborado por: Los autores

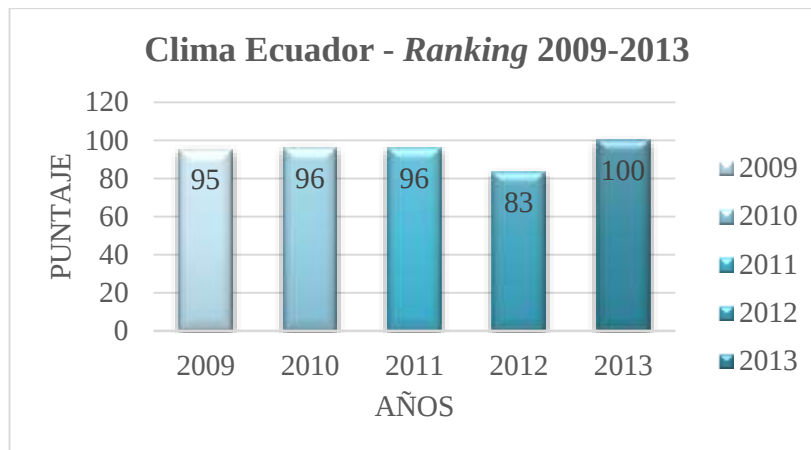


Gráfico 9 Clima Ecuador - *Ranking* 2009-2013

Elaborado por: Los autores

2.3.3 Jubilados estadounidenses residentes en Cuenca

Según datos obtenidos por estudios realizados por la Cámara de Comercio de Cuenca y publicados por el diario El Telégrafo, el número de jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca es de aproximadamente 4000 personas. (El Telégrafo, 2013). Se puede decir que dicho grupo tiene condiciones conductuales distintas a las nuestras ya que son dos culturas diferentes empezando por el hecho de que en Estados Unidos de América su idioma predominante es el inglés, ya que no posee un idioma oficial pero se toma como referencia el idioma en el que está escrito sus leyes y constitución, mientras que el idioma oficial en Ecuador país es el español, aunque los pueblos indígenas tienen su propio idioma como por ejemplo el *quichua*, *shuar* y otros.

Otro de los puntos en los que vale la pena recalcar de las diferencias de los dos países es sobre las costumbres, en Estados Unidos la mayoría de edad es a los 21 años en donde pueden consumir bebidas alcohólicas, fumar cigarrillos y obtener el permiso de conducir, otra de sus marcadas costumbres es el tema de las propinas, por ejemplo cuando se acude a un restaurante, la propina estándar es del 15% del total de la factura aunque dependerá si el servicio fue lento o rápido. En los hoteles también es común encontrar personas que entreguen propina de \$1 a los botones. Inclusive hay días festivos que no se festejan en Ecuador como por ejemplo el Día de Acción de Gracias, *Halloween*, San Patricio, Día del Presidente, entre otros. Otra de las diferencias se

encuentran en los deportes populares de ese país, los cuales son: baloncesto, béisbol, y fútbol americano. (Gente y costumbres de Estados Unidos, 2013)

A continuación se detallan datos importantes sobre los cuatro factores que tienen mayor ponderación para la construcción del ranking. Es importante tratar estos puntos para que una persona jubilada estadounidense tome la decisión correcta en cuanto al lugar en el que va a vivir su retiro:

2.3.3.1 Beneficios especiales para los jubilados estadounidenses

Dentro de la Constitución del Ecuador del año 2008, se encuentran los beneficios otorgados a las personas adultas mayores, aunque estos beneficios son en general para aquellas personas mayores de 65 años, pues se aplica a su vez para los jubilados quienes se encuentran en el rango de edad anteriormente descrito, estos artículos se encuentran descritos en el capítulo tercero que nos habla sobre los derechos de las personas y grupos de atención prioritaria, en la sección primera relacionada a adultas y adultos mayores, específicamente el Art. 36 y Art. 37 de la constitución, a continuación se detalla el contenido de estos dos artículos:

Art. 36.- “Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad”. (Asamblea Nacional Constituyente , 2008)

Art. 37.- “El Estado garantizará a las personas adultas mayores los siguientes derechos:

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

- f. Exoneración del pago por costos notariales y registrales, de acuerdo con la ley.
- g. El acceso a una vivienda que asegure una vida digna, con respeto a su opinión y consentimiento”. (Asamblea Nacional Constituyente , 2008)

Dentro de la página web de *International Living* se puede encontrar un apartado donde se habla de los beneficios para los jubilados estadounidenses que deciden vivir en el Ecuador, aquí nos dice algo similar a lo anteriormente mencionado, como beneficios que se puede encontrar en la página están los siguientes:

- 50% de descuento en el transporte público y privado dentro del país (incluyendo las Islas Galápagos).
- 50% de descuento en entradas para todos los eventos culturales y deportivos, incluyendo películas en el cine.
- 50% de descuento en las facturas de electricidad y agua (por debajo de ciertos niveles de uso).
- Libre servicio de telefonía fija doméstica (no incluye larga distancia y otros servicios).
- Las reducciones en una variedad de impuestos (éstos varían según el ingreso y los bienes o servicios adquiridos).
- Uno de los descuentos más populares para los residentes extranjeros es la reducción de tarifa de 50% para los viajes internacionales que ofrecen las compañías aéreas como Taca, Copa Airlines y AeroGal de Ecuador. El descuento se aplica a los boletos de ida y vuelta comprados en Ecuador para los vuelos que se originan dentro del país.
- Otro de los beneficios para los ciudadanos y residentes mayores de 65 años es que no tienen que esperar en la cola cuando hacen un depósito bancario, pago de una factura de servicios públicos, etc., sino que pasan directamente al inicio de la fila para ser atendidos. (International Living, 2013)

2.3.3.2 Bienes Raíces

La revista recomienda contratar los servicios de un abogado para no tener inconvenientes con los trámites respectivos y que los guíe durante todo el proceso de compra. También en uno de sus artículos publica una guía paso a paso para comprar

una propiedad en Ecuador, aquí se menciona cuatro pasos esenciales para la adquisición de bienes raíces:

a. Escrituras de la propiedad

Es esencial que una vez que se haya acordado un precio con el vendedor, el abogado proceda a revisar las escrituras de la propiedad para dar fe si tiene o no algún gravamen que impida que se realice el proceso de compra.

b. Firmar la promesa de compra

Si no se está comprando de inmediato la vivienda, es recomendable que un abogado realice el documento de compra y venta, el contiene las firmas de ambas partes, el precio fijado, la fecha de cierre de la compra, así como las sanciones en caso de incumplimiento.

c. Firmar el acuerdo de compra

Ambas partes deben firmar el documento de compra en la oficina de un notario. Es indispensable que reciba este documento como un respaldo para conocer los términos del contrato, el mismo que lo preparará el abogado en idioma español, en caso de que una de las partes o las dos no tengan un español fluido, la ley ecuatoriana establece que un traductor calificado lo represente durante todo el proceso. En esta etapa, la persona que adquiere el bien, tendrá que pagar el valor acordado anteriormente o los saldos que estén pendientes.

d. Pago de impuestos

El último paso es pagar los impuestos e inscribir el bien en el registro de la propiedad. El costo de este registro es mínimo y los requisitos se los puede consultar directamente con el abogado. Si no se puede estar presente durante el proceso, se puede entregar a una persona de confianza un poder para que pueda realizar los trámites anteriormente mencionados. (International Living, 2013)

Michael Berger, oriundo del estado de Oregón quien es corredor de bienes raíces y se estableció en la ciudad de Cuenca, comenta a la Revista Clave que el presupuesto de los jubilados estadounidenses para adquirir una vivienda generalmente no excede de los \$100.000, si la compra la hacen en un edificio o urbanización donde se deba aportar

una alícuota, buscan que ésta no sea mayor a los \$100 mensuales. El tamaño promedio de la propiedad oscila entre los 90 y 120 m². También comenta que la mayoría busca viviendas en condominios o multifamiliares debido a que sienten mayor seguridad.

Indica que prestan mucha atención al tipo de acabado y accesorios que se usen en especial en el área de los baños y la cocina. Entre los servicios que consideran indispensables al momento de tomar la decisión de compra, se tienen: servicios básicos como agua, luz y teléfono, internet, servicio de cable, puertas con control remoto, sistema de alarma, etc. (Vallejo & Berger, 2011)

2.3.3.3 Salud

Uno de los factores más importantes para los estadounidenses jubilados es la salud, debido a su avanzada edad, además de que en el Ecuador el costo por la misma es bastante asequible. Para fundamentar lo anteriormente mencionado, cabe señalar algunos ejemplos que nos presenta la revista *International Living*: un chequeo tiene un costo de \$25 en Ecuador a comparación de \$100 que se debería cancelar por el mismo servicio en Estados Unidos, el reemplazo de la válvula del corazón en el país tiene un costo de \$15.000 mientras que en Estados Unidos su precio es de alrededor \$160.000. En el Ecuador un *bypass* de corazón está valorado en \$10.000, mientras que en Estados Unidos se tendría que cancelar un valor de \$130.000. (International Living, 2013)

Edd Staton, en un boletín de la revista *International Living*, nos comenta acerca de la gran diferencia de costos de los seguros de salud en Ecuador con relación a Estados Unidos, por ejemplo un seguro para un hombre o mujer de 60 años que en Ecuador se debe pagar unos \$70 mensuales, en Estados Unidos esta cifra asciende a los \$1.200 mensuales. Estos datos de precios y planes se toman de la empresa Salud, S.A., la cual es considerada como la mayor compañía de seguros de salud en Latinoamérica, ésta empresa paga el 80% de las visitas al médico, el 100% en caso de hospitalización y el 60% del costo de los medicamentos. (Staton, 2013)

La revista *International Living* presenta algunos ejemplos de los costos de salud en los 7 países que se encuentran dentro de la encuesta del cuidado de la salud del año 2013 publicada por la misma revista, estos valores son promedios basados en los costos

proporcionados por los *expats* que viven en estas ciudades, a continuación se presenta el cuadro resumen:

ENCUESTA DEL CUIDADO DE LA SALUD - AÑO 2013 - <i>INTERNATIONAL LIVING</i>								
		PAÍS						
		Costa Rica	Ecuador	Francia	Malasia	México	Panamá	Uruguay
Consulta	Visita al médico	\$ 55	\$ 28	\$ 46	\$ 16	\$ 29	\$ 18	\$ 75
	Visita a domicilio de un médico	\$ 80	\$ 35	\$ 85	\$ 16	No hacen visitas	\$ 45	No hacen visitas
	Visita a un especialista	\$ 90	\$ 70	\$ 117	\$ 16	\$ 41	\$ 17	\$ 75
Operaciones	Bypass de corazón	\$ 25.000	\$ 10.000	\$ 19.643	\$ 11.430	\$ 13.000	\$ 17.000	Ver nota al pie
	Cirugía láser ocular	\$ 1.800	\$ 1.541	\$ 3.400	\$ 477	\$ 1.995	\$ 2.500	Ver nota al pie
	Prótesis de cadera	\$ 12.500	\$ 10.000	\$ 13.000	\$ 20.000	\$ 9.500	\$ 12.500	Ver nota al pie
Odontólogo	Limpieza dental	\$ 55	\$ 45	\$ 55	\$ 25	\$ 30	\$ 20	\$ 125
	Corona dental de porcelana	\$ 425	\$ 375	\$ 1.172	\$ 300	\$ 350	\$ 325	\$ 500
	Relleno de caries	\$ 50	\$ 30	\$ 32	\$ 16	\$ 55	\$ 50	\$ 75
Nota: Todos los <i>expats</i> consultados en Uruguay poseen planes en hospitales privados para cubrir los costos de operaciones								

Tabla 16 Encuesta del cuidado de la salud - Año 2013

Fuente: <http://internationalliving.com/wp-content/blogs.dir/1/files/2013/04/healthcare-infographic.jpg>

Elaborado por: Los autores.

Como se puede observar en la mayoría de los casos el menor costo se lo registra en el Ecuador, a excepción de Malasia que posee costos más bajos en los ítems de consulta, servicios odontológicos y cirugía láser ocular. Pero esto se puede justificar diciendo que el Ecuador posee equipos médicos de buena calidad así como profesionales que han estudiado en el extranjero para especializarse.

2.3.3.4 Costo de vida

En un apartado de la revista *International Living*, nos comentan que el costo de vida en Ecuador es muy bajo ya que una pareja puede vivir bien con menos de \$1500 al mes. Algunos de los jubilados estadounidenses que residen en el país poseen no solo una casa en la ciudad sino también una casa en el campo o una propiedad en la playa, escenario que no podría ser posible en Estados Unidos. A continuación se presenta un

presupuesto de lo que gasta una pareja de jubilados extranjeros mensualmente en la ciudad de Cuenca, tomando precios del 2013:

PRESUPUESTO MENSUAL 2013 – CUENCA	
Alquiler departamento de lujo de dos dormitorios	\$500
Persona para limpieza (dos veces por semana)	\$60
Alimentación	\$275
Mantenimiento y combustible de un carro	\$140
Ropa	\$70
Entretenimiento (cenar fuera ocho veces al mes)	\$200
Salud	\$20
Varios	\$150
TOTAL:	\$1415

Tabla 17 Presupuesto Mensual 2013 – Cuenca

Fuente: <http://internationalliving.com/countries/ecuador/cost-of-living-in-ecuador/>

Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO III

3. MARCO INVESTIGATIVO

3.1 Universo

Según datos obtenidos por estudios realizados por la cámara de comercio de Cuenca, el número de jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca es de aproximadamente 4000 personas. Ver anexo # 1

3.2 Muestra

Para definir la muestra se debe especificar el tipo de muestreo y el tamaño de la misma de la siguiente manera:

3.2.1 Tamaño de la muestra

Del total del número de jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca (4000 personas) se obtendrá la muestra mediante la siguiente fórmula:

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra requerido

N = Población total

Z = nivel de confianza de 95% (valor estándar de 1,96)

P = Variabilidad positiva

Q = Variabilidad negativa

e = Margen de error de 7%

Para obtener P y Q se realizó la siguiente pregunta dicotómica, es decir que su respuesta es de si o no, ¿Está usted satisfecho con las actividades de entretenimiento que le brinda la ciudad de Cuenca?, dicha pregunta se aplicó a 10 personas jubiladas estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca, las cuales fueron escogidas de manera aleatoria. Se obtuvieron 8 respuestas de Si, que representarían la variable P (0,8 de variabilidad positiva), y 2 respuestas de No, que vendría a ser la variable Q (0,2

variabilidad negativa). El error se lo consideró del 7% debido a que es la primera investigación que se realiza acerca de este tema y se necesita que los resultados sean precisos. Reemplazando estos valores en la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{1,96^2 * 4000 * 0,8 * 0,2}{0,07^2 * (4000 - 1) + 1,96^2 * 0,8 * 0,2}$$

$$n = 121 \text{ personas que deberían ser encuestadas}$$

3.2.2 Tipo de muestreo

Se utilizará un muestreo probabilístico ya que todas las personas jubiladas estadounidenses que residen en la ciudad de Cuenca tienen la misma probabilidad de ser elegidos para que formen parte de la muestra. Además se empleará muestreo aleatorio simple debido a que se elegirá al azar a las personas que conformarán la muestra.

3.3 Análisis de datos

Los datos que se recopilarán de las encuestas serán tabulados y analizados con el software SPSS 22.

3.3.1 Entrevista

Para realizar la entrevista se contó con la ayuda de una persona residente extranjera proveniente de Wisconsin. La entrevista fue realizada el 8 de abril del 2014 a Lucy Altemus en su restaurante Windhorse Café alrededor de la 1:30 pm. Se eligió a esta persona debido a que ya lleva 2 años y medio viviendo en la ciudad de Cuenca y conoce como es la transición del estilo de vida americano al ecuatoriano. La entrevista tiene una duración de 6 minutos y 59 segundos. Para revisar el cuerpo de la entrevista ver el anexo # 2 y para leer la transcripción de la misma, ir al anexo # 3.

3.3.2 Encuesta

Para la parte de la investigación cualitativa se realizó 121 encuestas. En primer lugar se levantó una encuesta piloto a 6 extranjeros jubilados estadounidenses elegidos al azar en varios sectores de la ciudad. Para revisar la encuesta piloto ver anexo # 4. Esto fue de utilidad para realizar ciertas modificaciones a varias preguntas hasta llegar al

cuestionario final que se lo aplicó a la muestra total. Para revisar dicho cuestionario ir al anexo # 5.

3.3.3 Análisis de la encuesta

Edad

Grupo de edades		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 50 a 55 años	9	7%
De 56 a 60 años	10	8%
De 61 a 65 años	55	45%
De 66 a 70 años	24	20%
De 71 a 75 años	21	17%
De 76 a 80 años	2	2%
Total	121	100%

Tabla 18 Edad

Elaborado por: Los autores

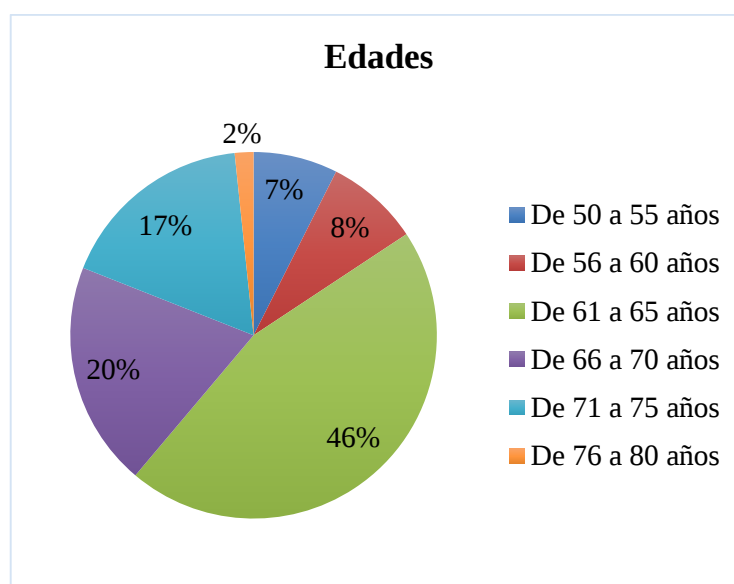


Gráfico 10 Edad

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 121 personas encuestadas, un 7% tienen de 50 a 55 años, un 8% de 56 a 60 años, en su mayoría con un 46% de 61 a 65 años, con un 20% de 66 a 70 años, un 17% de 71 a 75 años y por último un 2% de 76 a 80 años.

Estado de origen

Estado del que proviene		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
California	18	15%
Georgia	5	4%
Illinois	5	4%
Kansas	7	6%
Luisiana	4	3%
Massachusetts	4	3%
Tennessee	2	2%
Michigan	6	5%
Minnesota	4	3%
Nueva Jersey	3	2%
Nueva York	8	7%
Texas	10	8%
Utah	4	3%
Virginia	5	4%
Washington	8	7%
Ohio	4	3%
Vermont	4	3%
Pensilvania	4	3%
Florida	3	2%
Otros	13	11%
Total	121	100%

Tabla 19 Estado del que proviene

Elaborado por: Los autores

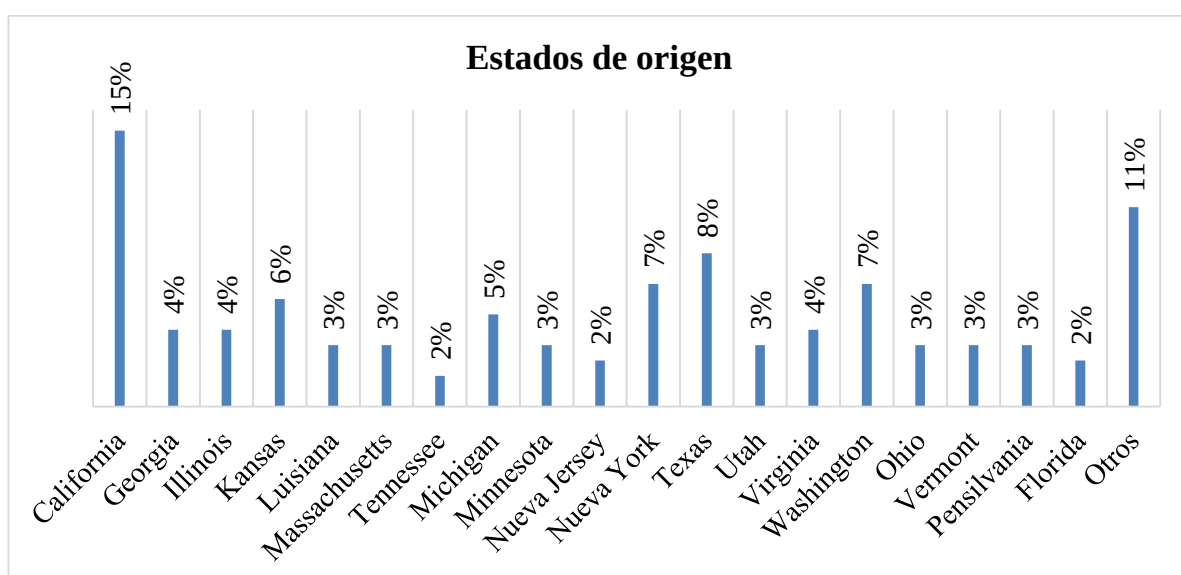


Gráfico 11 Estado del que proviene

Elaborado por: Los autores

Interpretación: En su mayoría, los estadounidenses jubilados que residen en Cuenca provienen del estado de California con un 15%, seguido de una variedad de estados como Memphis, Oregon, etc., que debido a motivos ilustrativos no se los pudo incluir en la tabla. Con un origen desde Texas está un 8% y desde Nueva York y Washington provienen un 7%. Los demás estados tienen un porcentaje menor del 6% como se indica en el gráfico.

Sexo

Género		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	56	46%
Masculino	65	54%
Total	121	100%

Tabla 20 Sexo
Elaborado por: Los autores

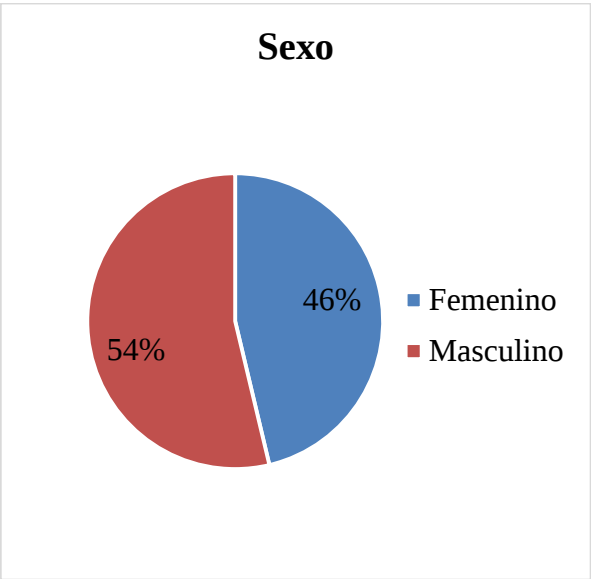


Gráfico 12 Sexo
Elaborado por: Los autores

Interpretación: De los 121 encuestados, 56 fueron mujeres que representan un 46% y 65 fueron hombres representando un 54%.

Pregunta N° 1

¿En qué sector de la ciudad reside?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Norte	46	38%
Centro	37	31%
Sur	38	31%
Total	121	100%

Tabla 21 ¿En qué sector de la ciudad reside?

Elaborado por: Los autores.

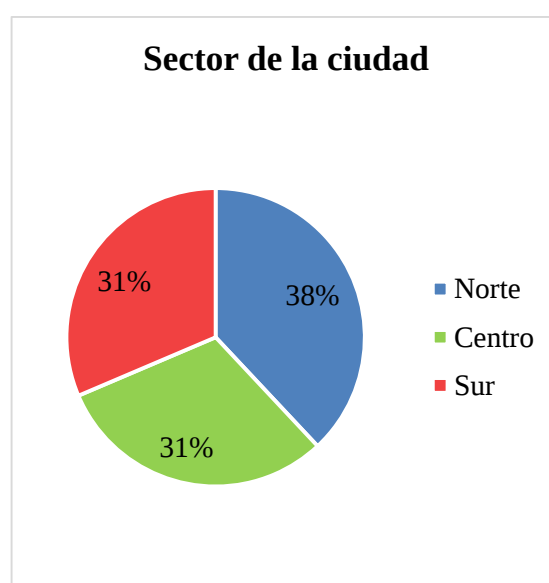


Gráfico 13 ¿En qué sector de la ciudad reside?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Para el análisis del sector en donde viven se limitó a la ciudad de Cuenca en tres partes: el norte desde el sector de Chaullabamba hasta la Av. Huayna Capac aproximadamente, el centro se limitó desde la Av. Huayna Capac hasta la calle Gran Colombia entre la Av. de las Américas y la Calle Larga. El sector sur se limitó desde la Av. Huayna Capac, hasta el Control Sur, incluyendo sectores como la Av. 10 de Agosto, Primero de Mayo, Av. Ordoñez Lasso, etc. De los jubilados estadounidenses encuestados, 46 personas que representan un 38% viven en el norte de la ciudad, 37 personas viven en el centro y 38 viven en el sector sur compartiendo un 31% del total de resultados. Un mayor detalle de la sectorización se encuentra en el anexo # 6.

Pregunta N° 2

¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?		
Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 6 meses	24	20%
De 7 a 12 meses	21	17%
De 13 a 24 meses	27	22%
De 25 a 36 meses	20	17%
Más de 36 meses	29	24%
Total	121	100%

Tabla 22 ¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?

Elaborado por: Los autores

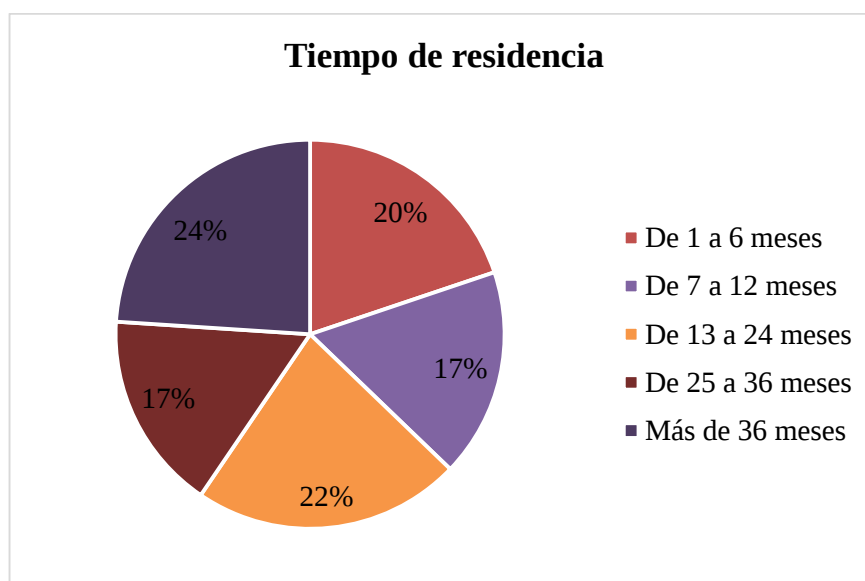


Gráfico 14 ¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: La distribución del tiempo de residencia de los estadounidenses se divide en: un 20% de jubilados que vive entre 1 y 6 meses en la ciudad de los cuales la mayoría están como turistas con visa de 90 días, un 17% vive de 7 a 12 meses, un 22% reside de 13 a 24 meses, un 17% de 25 a 36 meses y un 24% vive actualmente más de 36 meses.

Pregunta N° 3

¿Cuántas personas viven con usted?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Vive solo	19	16%
1 persona	49	40%
2 persona	37	31%
3 persona	10	8%
4 persona	6	5%
Total	121	100%

Tabla 23 ¿Cuántas personas viven con usted?

Elaborado por: Los autores

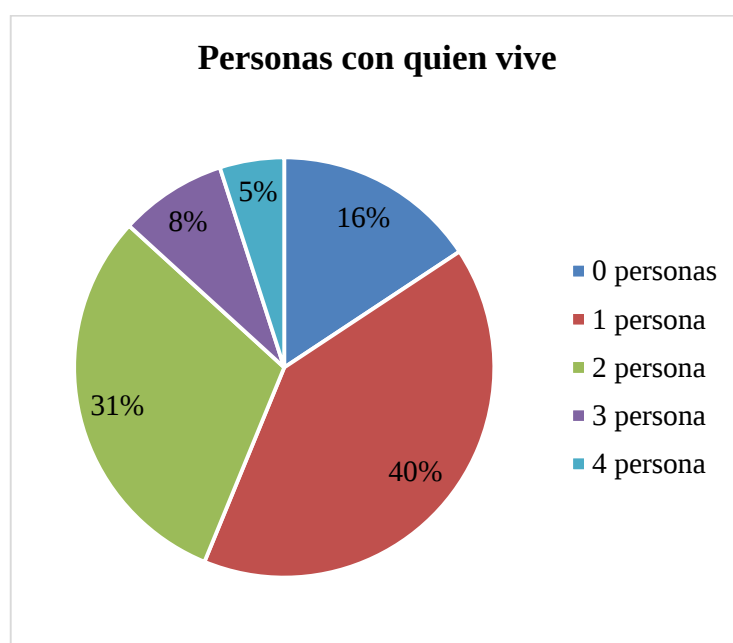


Gráfico 15 ¿Cuántas personas viven con usted?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Se puede analizar en el cuadro que un 16% de los estadounidenses jubilados viven solos y en su mayoría con un 40% viven con 1 persona que se considera en su mayoría, su pareja. Un 31% vive con 2 personas, un 8% vive con 3 personas y un 5% vive con 4 personas. Dentro de la encuesta se constata que algunos jubilados traen a sus hijos a estudiar o a trabajar en Ecuador.

Pregunta N° 4

¿Cómo ha sido la integración económica entre usted y la ciudad?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Fácil	82	68%
Regular	36	30%
Difícil	3	2%
Total	121	100%

Tabla 24 Integración económica entre usted y la ciudad

Elaborado por: Los autores

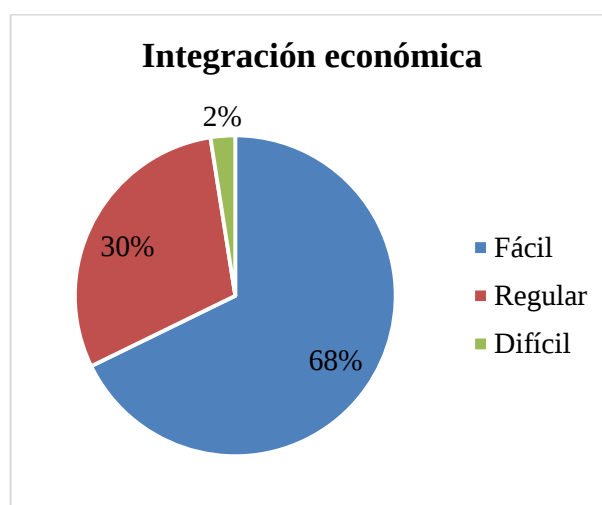


Gráfico 16 Integración económica entre usted y la ciudad

Elaborado por: Los autores

Interpretación: La integración económica ha sido fácil en su mayoría con un 68%, para un 30% ha sido regular y solamente para un 2% fue difícil.

Pregunta N° 4

¿Cómo ha sido la integración social entre usted y la ciudad?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Fácil	71	59%
Regular	42	35%
Difícil	8	6%
Total	121	100%

Tabla 25 Integración social entre usted y la ciudad

Elaborado por: Los autores

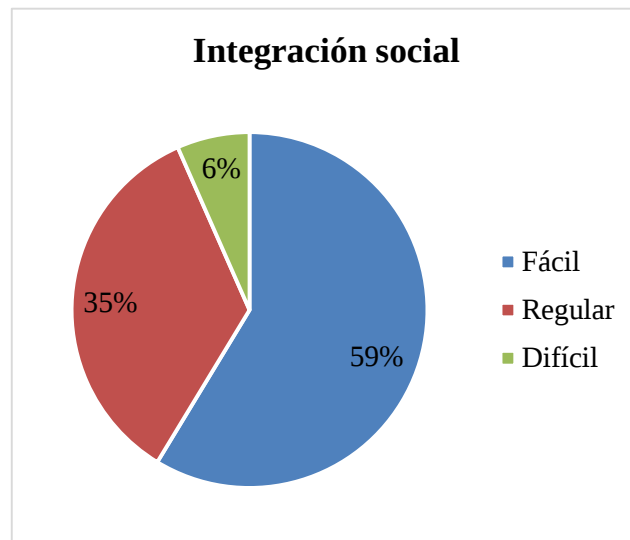


Gráfico 17 ¿Cómo ha sido la integración social entre usted y la ciudad?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Detallando la integración social que se refiere a la adaptación de los estadounidenses en la ciudad de Cuenca con su gente, su forma de vida y su comportamiento. Para un 59% ha sido fácil, para un 35% regular y para un 6% difícil.

Pregunta N° 4

¿Cómo ha sido la integración cultural entre usted y la ciudad?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Fácil	69	57%
Regular	47	39%
Difícil	5	4%
Total	121	100%

Tabla 26 Integración cultural entre usted y la ciudad

Elaborado por: Los autores

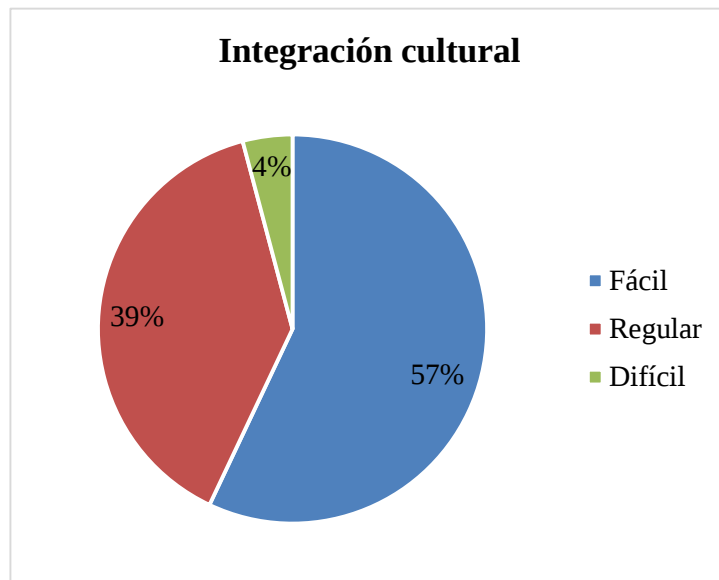


Gráfico 18 ¿Cómo ha sido la integración cultural entre usted y la ciudad?
Elaborado por: Los autores

Interpretación: En cuanto a la integración cultural referente a las costumbres de Cuenca, para la mayoría con un 57% ha sido fácil, para un 39% regular y para un 4% difícil.

Pregunta N° 5

¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Revistas	40	19%	33%
Internet	81	38%	67%
Amigos/Familia	61	29%	50%
Periódicos	11	5%	9%
Televisión	13	6%	11%
Por visita	7	3%	6%
Total	213	100%	176%

Tabla 27 ¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?
Elaborado por: Los autores

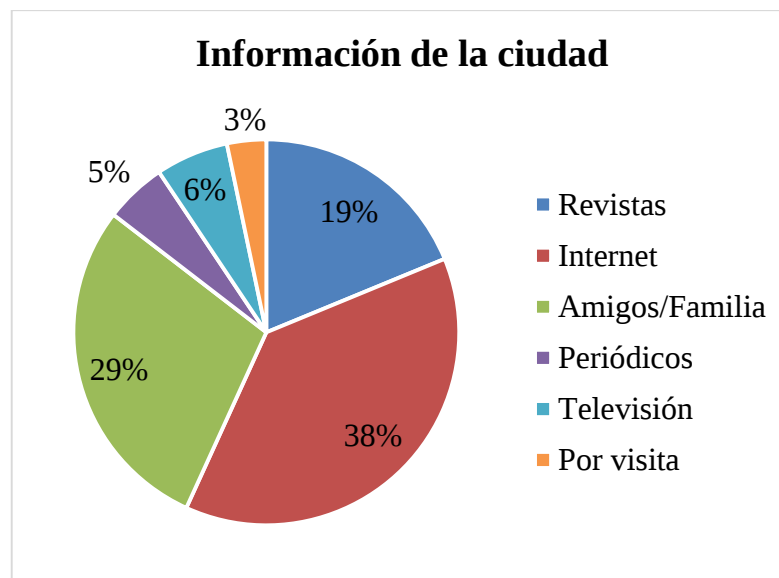


Gráfico 19 ¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?
Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 213 respuestas obtenidas de los 121 encuestados, se puede ver que un 38% obtuvo información en internet. Luego, con información de experiencia de amigos o familia que viajaron a éste país, se tiene un 29%, seguido de información en revistas con un 19%. Se enteraron un menos del 6% a través de periódicos, televisión o por visita al país en ocasiones anteriores ya sea por turismo o trabajo.

Pregunta N° 6

¿Qué le incentivó a elegir Cuenca como su lugar de residencia para vivir su jubilación?			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Bienes raíces	30	7%	25%
Beneficios especiales	25	6%	21%
Costo de vida	76	18%	63%
Integración	6	1%	5%
Entretenimiento	49	11%	41%
Salud	67	16%	55%
Infraestructura	10	2%	8%
Clima	63	15%	52%
Cultura	30	7%	25%
Gente	33	8%	27%
Seguridad	40	9%	33%
Total	429	100%	355%

Tabla 28 ¿Qué le incentivó a elegir Cuenca como su lugar de residencia para vivir su jubilación?

Elaborado por: Los autores

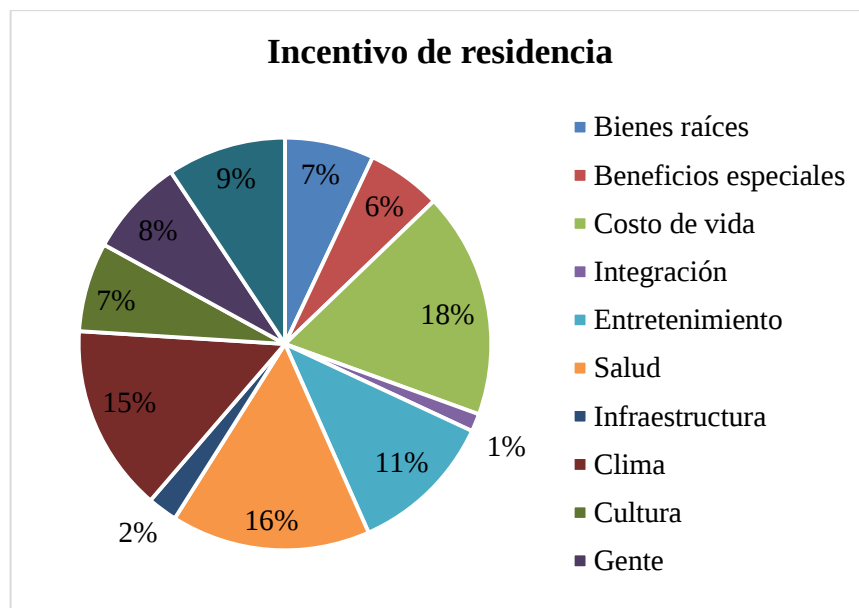


Gráfico 20 ¿Qué le incentivó a elegir Cuenca como su lugar de residencia para vivir su jubilación?
Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 121 encuestas aplicadas, se obtuvieron 429 respuestas. En su mayoría se puede analizar que eligieron a Cuenca como su lugar de residencia debido al costo de vida con un 18%, seguido del factor salud con un 16%, el clima con un 15% y por entretenimiento un 11%. En valores inferiores al 9% están factores como seguridad, con un 8% por su gente, con un 7% por su cultura y bienes raíces y con un 6% por beneficios especiales que obtienen al ser jubilados.

Pregunta N° 7

¿Cuál es su nivel de español?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	18	15%
Bueno	40	33%
Regular	39	32%
Malo	20	17%
Pésimo	4	3%
Total	121	100%

Tabla 29 ¿Cuál es su nivel de español?
Elaborado por: Los autores

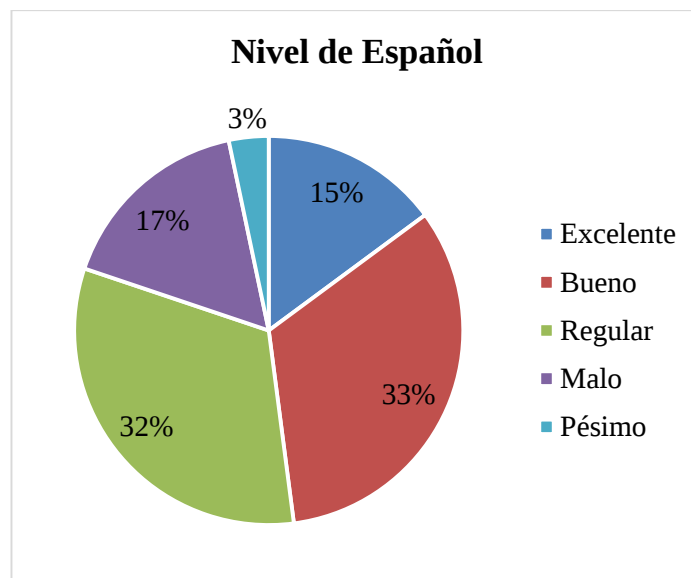


Gráfico 21 ¿Cuál es su nivel de español?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: El nivel de español que hablan los jubilados estadounidenses es excelente en un 15% de los habitantes, un 33% bueno que es en su mayoría, un 32% hablan regular, un 17% malo y un 3% consideran que no hablan nada de español o lo hablan pésimo.

Pregunta N° 8

¿Qué tipo de alimentos no puede o evita consumir?			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Grasas	49	30%	41%
Azúcar	34	21%	28%
Carbohidratos	14	9%	12%
Colorantes	18	11%	15%
Leche	1	1%	1%
Carne	3	2%	3%
Sal	3	2%	3%
Otros	1	1%	1%
Consume todo	40	25%	33%
Total	163	100%	135%

Tabla 30 ¿Qué tipo de alimentos no puede o evita consumir?

Elaborado por: Los autores

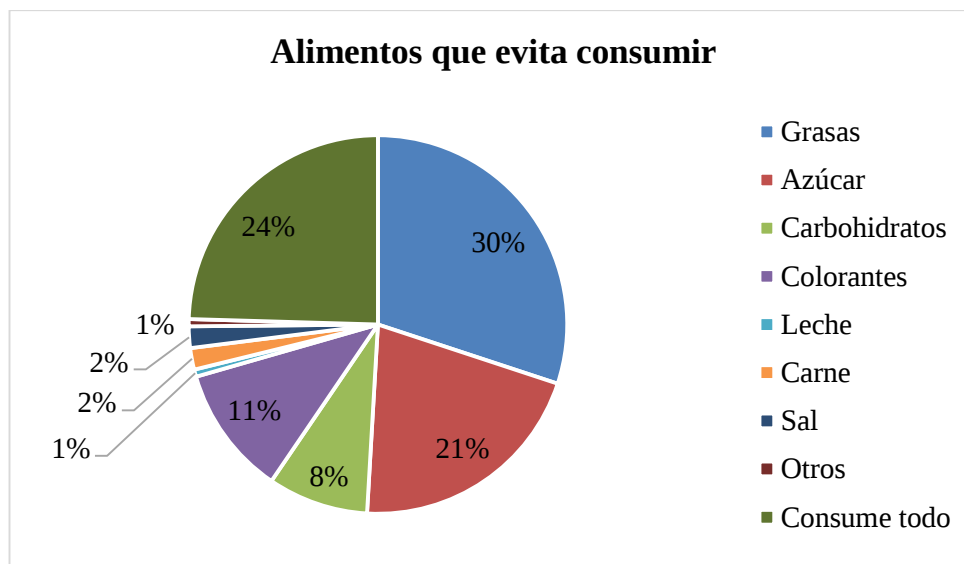


Gráfico 22 ¿Qué tipo de alimentos no puede o evita consumir?
Elaborado por: Los autores

Interpretación: Al ser la mayoría personas de la tercera edad, tratan de evitar consumir cierto tipo de alimentos que afectan a su salud. Entre los menos consumidos están los alimentos con mucha grasa que lo evitan el 30% de las personas, así como alimentos con carbohidratos evitándolos un 24%. Un 21% evita comer alimentos con mucha azúcar y en porcentajes menores están colorantes, sales, leche, carne, entre otros. Un 8% indicaron que consumen todo tipo de comida.

Pregunta N° 9

¿Tiene algún tipo de discapacidad o enfermedad?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	23%
No	93	77%
Total	121	100%

Tabla 31 ¿Tiene algún tipo de discapacidad o enfermedad?
Elaborado por: Los autores

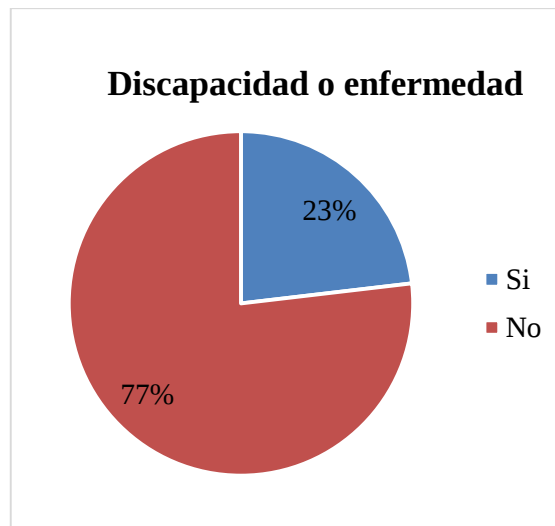


Gráfico 23 ¿Tiene algún tipo de discapacidad o enfermedad?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De los 121 encuestados, 93 personas indicaron que no tienen ningún tipo de enfermedad o discapacidad al momento, esto es un 77% de los jubilados encuestados. 28 personas dijeron que si tienen algún tipo de discapacidad representando un 23%. Los principales tipos de enfermedades o discapacidades se detallan en la tabla siguiente.

Pregunta N° 9

¿Qué tipo de enfermedad o discapacidad tiene?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Auditiva	6	21%
Visión	6	21%
Extremidades	4	14%
Diabetes	2	7%
Corazón	2	7%
Otros	8	29%
Total	28	100%

Tabla 32 ¿Qué tipo de enfermedad o discapacidad tiene?

Elaborado por: Los autores

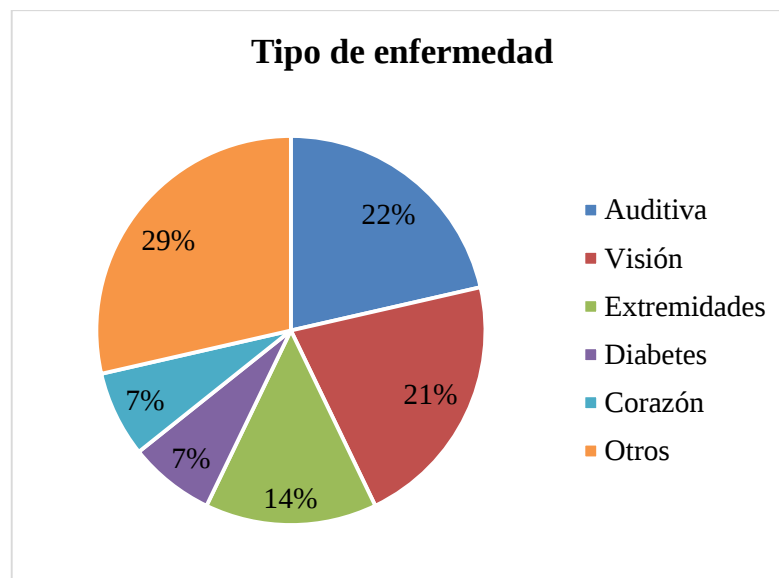


Gráfico 24 ¿Qué tipo de enfermedad o discapacidad tiene?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Para efectos investigativos de las 28 personas que indican que tienen algún tipo de enfermedad o discapacidad, se tuvo que clasificar en: un 22% tiene discapacidad auditiva, un 21% discapacidad visual, un 14% enfermedades en las extremidades ya sea de huesos o ligamentos. Un 7% problemas por diabetes y corazón y un 29% otros tipos de enfermedades o discapacidades como intolerancia a la lactosa, problemas respiratorios, problemas gástricos, etc.

Pregunta N° 10

▪ Eventos Culturales

¿Desde qué edad asiste a actividades culturales?			
N	Mínimo	Máximo	Media
110	3 años	35 años	14 años

Tabla 33 ¿Desde qué edad asiste a actividades culturales?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 121 personas encuestadas, 110 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca han asistido a actividades culturales, lo que representa un 91%. La edad a la que asisten por primera vez a una actividad cultural oscila entre los 3 y 35 años. También se puede decir que en promedio los jubilados estadounidenses residentes, asisten por primera vez a una actividad cultural a los 14 años.

▪ Viajes Nacionales

¿Desde qué edad realiza viajes nacionales?			
N	Mínimo	Máximo	Media
121	1 año	33 años	13 años

Tabla 34 ¿Desde qué edad realiza viajes nacionales?

Elaborado por: Los autores.

Interpretación: La edad a la que han realizado un viaje nacional por primera vez, oscila entre 1 y 33 años. También se puede decir que en promedio los jubilados estadounidenses residentes, realizan por primera vez un viaje nacional a los 13 años.

▪ Viajes Internacionales

¿Desde qué edad realiza viajes internacionales?			
N	Mínimo	Máximo	Media
121	5 años	50 años	23 años

Tabla 35 ¿Desde qué edad realiza viajes internacionales?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: La edad a la que han realizado un viaje internacional por primera vez, oscila entre los 5 y 50 años. También se puede decir que en promedio los jubilados estadounidenses residentes, realizan por primera vez un viaje internacional a los 23 años.

▪ Museos

¿Desde qué edad asiste a museos?			
N	Mínimo	Máximo	Media
96	3 años	38 años	13 años

Tabla 36 ¿Desde qué edad asiste a museos?

Elaborado por: Los autores.

Interpretación: Del total de las encuestas realizadas, 96 personas han asistido a un museo, lo que representa un 79%. La edad a la que asisten por primera vez a un museo oscila entre los 3 y 38 años. También se puede decir que en promedio los jubilados estadounidenses residentes, asisten por primera vez a un museo a los 13 años.

- **Eventos Deportivos**

¿Desde qué edad asiste a eventos deportivos?			
N	Mínimo	Máximo	Media
115	3 años	28 años	11 años

Tabla 37 ¿Desde qué edad asiste a eventos deportivos?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 121 encuestas realizadas, 115 personas han asistido a un evento deportivo, es decir, el 95%. La edad a la que asisten por primera vez a un evento deportivo oscila entre los 3 y 28 años. También se puede decir que en promedio los jubilados estadounidenses residentes, asisten por primera vez a un museo a los 11 años.

- **Restaurantes/Cafés**

¿Desde qué edad asiste a restaurantes o cafés?			
N	Mínimo	Máximo	Media
121	1 año	10 años	5 años

Tabla 38 ¿Desde qué edad asiste a restaurantes o cafés?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Todos los 121 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca han asistido a restaurantes o cafés, es decir, el 100%. La edad a la que han asistido a un restaurante o café por primera vez, oscila entre 1 y 10 años. También se puede decir que en promedio los jubilados estadounidenses residentes, asisten por primera vez a un restaurante o café a los 5 años.

- **Bares/Discotecas**

¿Desde qué edad asiste a bares o discotecas?			
N	Mínimo	Máximo	Media
121	16	35	22

Tabla 39 ¿Desde qué edad asiste a bares o discotecas?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: En este caso, todas las personas encuestadas, es decir, los 121 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca, han asistido a bares o discotecas. La edad a la que han asistido por primera vez a un bar o discoteca, oscila entre los 16 y

35 años. También se puede decir que la edad promedio a la que asisten a un bar o discoteca por primera vez, es a los 16 años.

▪ **Yoga/Bailoterapia/Gimnasio/Spa**

¿Desde qué edad asiste a yoga, bailoterapia, gimnasio o spa?			
N	Mínimo	Máximo	Media
86	7 años	42 años	18 años

Tabla 40 ¿Desde qué edad asiste a yoga, bailoterapia, gimnasio o spa?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Del total de las encuestas realizadas, 86 personas han asistido a yoga, bailoterapia, gimnasio o spa, lo que representa un 71% de asistencia. La edad a la que realizan por primera vez las actividades anteriormente mencionadas, oscila entre los 7 y 42 años. También se puede decir que en promedio los jubilados estadounidenses residentes, asisten por primera vez a yoga, bailoterapia, gimnasio o spa a los 18 años.

▪ **Cursos/Talleres**

¿Desde qué edad asiste a cursos o talleres?			
N	Mínimo	Máximo	Media
97	4 años	40 años	18 años

Tabla 41 ¿Desde qué edad asiste a cursos o talleres?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 121 personas encuestadas, 97 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca han asistido a cursos o talleres, lo que representa un 80%. La edad a la que asisten por primera vez a un curso o taller, oscila entre los 4 y 40 años. También se puede decir que en promedio los encuestados asisten por primera vez a un curso o taller a los 18 años.

Pregunta N° 11

¿Qué tipo de comida prefiere consumir en Cuenca?			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Mexicana	45	13%	37%
Italiana	62	17%	51%
Árabe	4	1%	3%
China	23	6%	19%
Japonesa	7	2%	6%
Americana	69	19%	57%
Ecuatoriana	88	24%	73%
Argentina	33	9%	27%
Peruana	31	9%	26%
Total	362	100%	299%

Tabla 42 ¿Qué tipo de comida prefiere consumir en Cuenca?

Elaborado por: Los autores

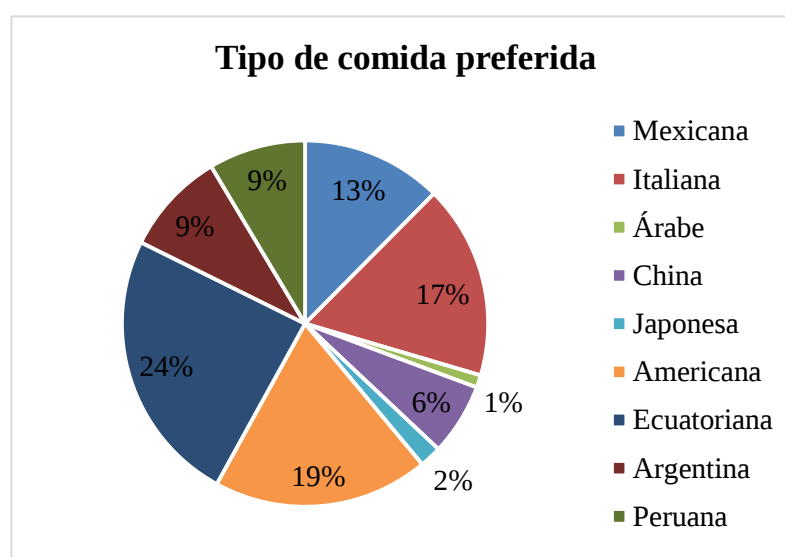


Gráfico 25 ¿Qué tipo de comida prefiere consumir en Cuenca?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: La comida ecuatoriana es una de las más apetecidas por los extranjeros jubilados con un 24% de preferencia, seguida del 19% a la comida americana, un 17% prefiere comida italiana, un 13% la comida mexicana y en valores menores están comidas de China, Japón, Argentina y Perú.

Pregunta N° 12

¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume?			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Whisky	28	12%	23%
Vodka	19	8%	16%
Gin	9	4%	7%
Ron	31	14%	26%
Tequila	4	2%	3%
Cerveza	56	25%	46%
Vino	52	23%	43%
Jaggermeister	1	0%	1%
No consume	25	11%	21%
Total	225	100%	186%

Tabla 43 ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume?

Elaborado por: Los autores

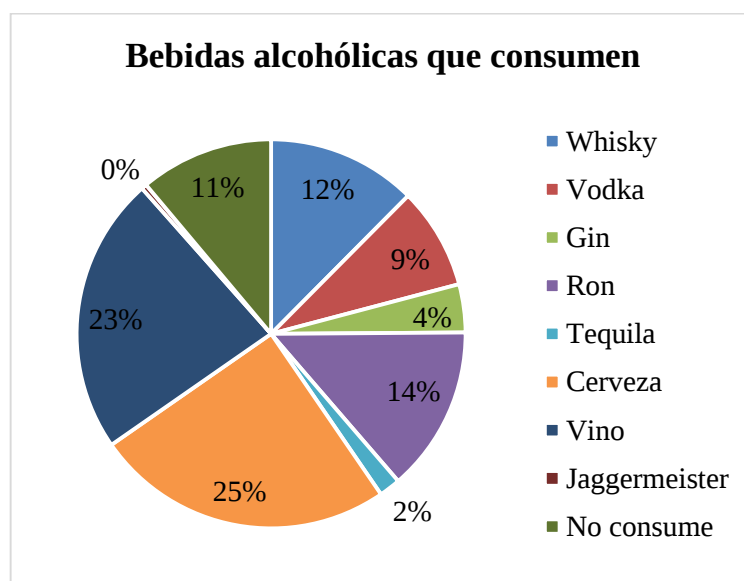


Gráfico 26 ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Al realizar las 121 encuestas, se obtuvieron 225 respuestas debido a que en la pregunta se puede escoger varias opciones. Dentro de las preferencias sobre las bebidas alcohólicas en los extranjeros jubilados están la cerveza con un 25% y el vino con un 23%, en valores menores están el ron con 14% de preferencia, al whisky con el 12% y al 9% el vodka. Un 11% indicaron que no consume bebidas alcohólicas.

Pregunta N° 13

¿Qué bebidas no alcohólicas consume?			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Jugos	101	25%	83%
Batidos	24	6%	20%
Agua	113	28%	93%
Café	51	13%	42%
Chocolate	18	4%	15%
Gaseosa	26	6%	21%
Té	69	17%	57%
Energizantes	2	0%	2%
Total	404	100%	334%

Tabla 44 ¿Qué bebidas no alcohólicas consume?

Elaborado por: Los autores.

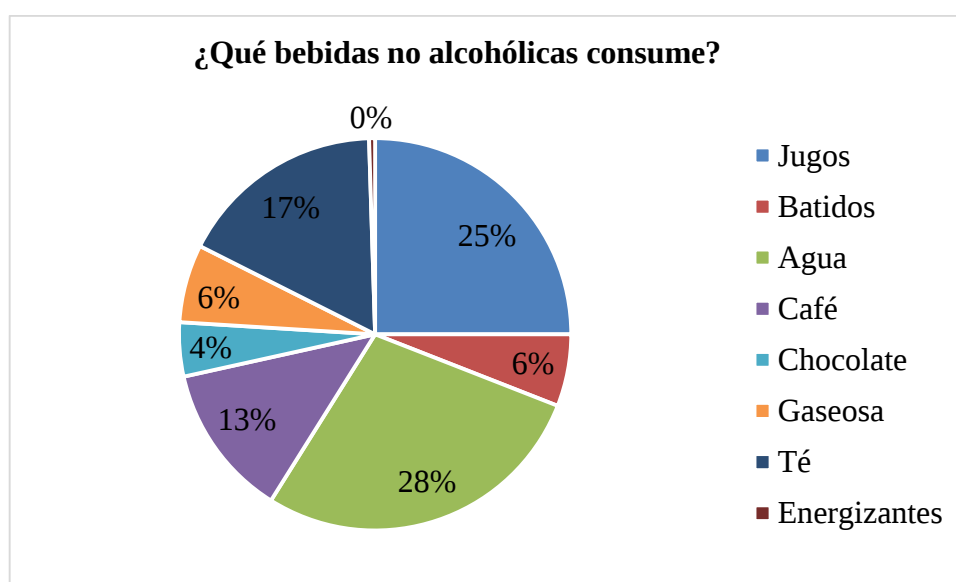


Gráfico 27 ¿Qué bebidas no alcohólicas consume?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 121 personas encuestadas, se obtuvieron 404 respuestas, ya que la mayoría escogió varias opciones. La bebida no alcohólica con mayor porcentaje es el agua con un 28%, seguido de los jugos con 25%, el té con 17%, el café con un 13%, las gaseosas y los batidos con 6%, el chocolate con un 4% y en último lugar los energizantes con un 0%. Por lo que las 3 bebidas preferidas por los encuestados serían: el agua, los jugos y el té. La bebida menos apetecida por los encuestados son los energizantes.

Pregunta N° 14

¿Practica deporte?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	36%
No	78	64%
Total	121	100%

Tabla 45 ¿Practica deporte?

Elaborado por: Los autores

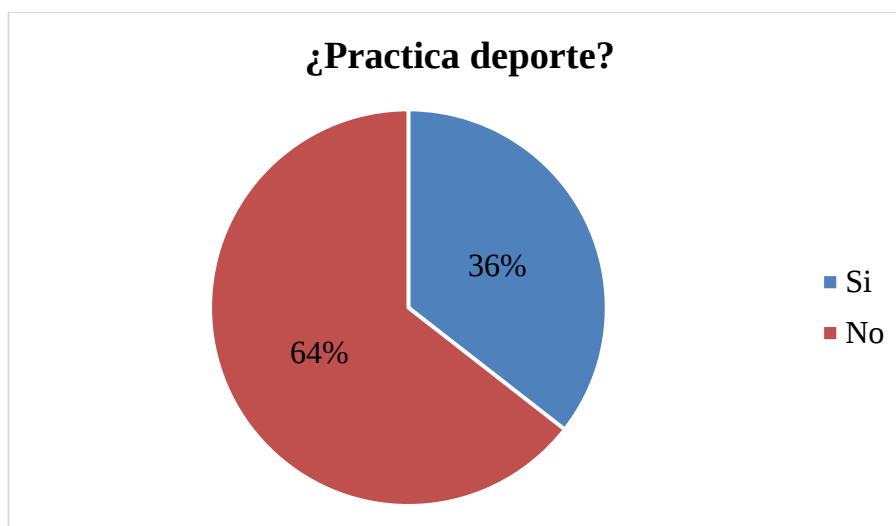


Gráfico 28 ¿Practica deporte?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Se preguntó a los 121 encuestados si practicaban algún deporte, los resultados fueron los siguientes: 43 personas si practican algún deporte, esto corresponde a un 36%, pero la mayoría de jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca no practican ningún deporte y esto se ve reflejado en el 64% obtenido, es decir, 78 personas no practican ningún deporte.

¿Qué deporte practica?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Natación	10	23%
Caminata	8	19%
Ciclismo	5	12%
Trotar	5	12%
Otros	15	35%
Total	43	100%

Tabla 46 ¿Qué deporte practica?

Elaborado por: Los autores

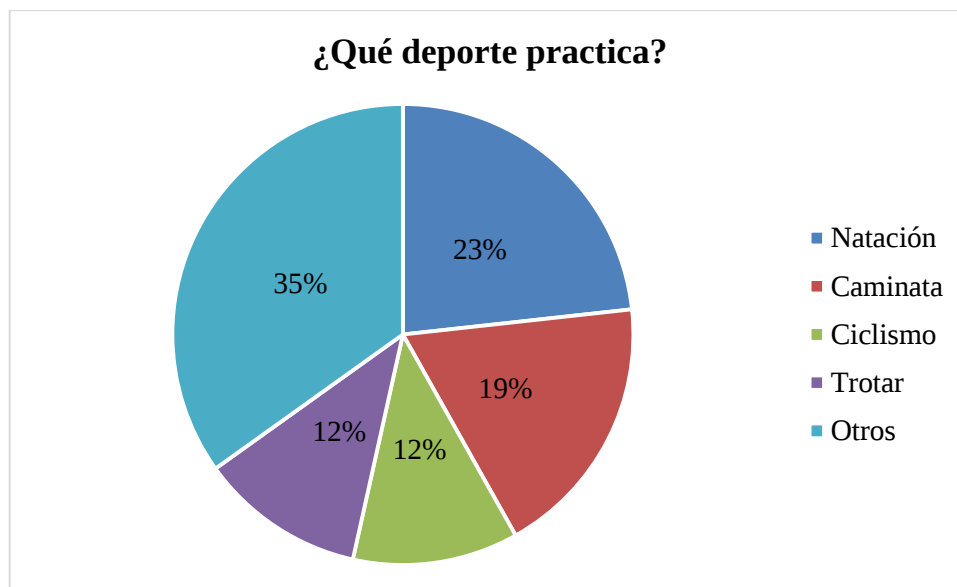


Gráfico 29 ¿Qué deporte practica?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 43 personas que practican deporte, se puede observar que el 35% se encuentra en la categoría otros, en la cual se encuentran deportes como: yoga, basquetbol, atletismo y tenis, estos deportes se condensaron en la categoría otros ya que cada uno no representaba un valor significativo como para crear una nueva variable. El segundo deporte que practican los encuestados, es la natación con un 23%. Seguido por la caminata con un 19%, y el ciclismo y trotar con un porcentaje del 12%.

Pregunta N° 15

¿Qué deportes le gustaría que se implementen?			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
<i>Baseball</i>	39	22%	34%
<i>Football</i>	19	11%	17%
<i>Ice hockey</i>	39	22%	34%
<i>Lacrosse</i>	2	1%	2%
<i>Cricket</i>	1	1%	1%
Carrera de caballos	35	20%	30%
<i>Softball</i>	4	2%	3%
Aeróbicos en el agua	36	21%	31%
Total	175	100%	152%

Tabla 47 ¿Qué deportes le gustaría que se implementen?

Elaborado por: Los autores

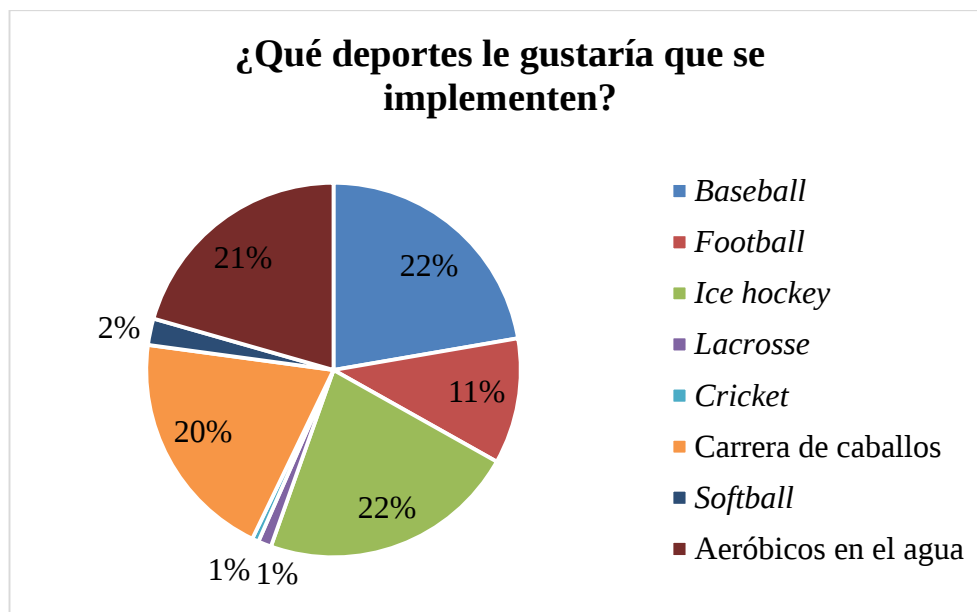


Gráfico 30 ¿Qué deportes les gustaría que se implementen?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 121 personas encuestadas, se obtuvieron 175 respuestas, ya que algunos encuestados escogieron varias opciones. En primer lugar, se encuentran los deportes de *baseball* y *ice hockey* con un 22%, seguido de aeróbicos en el agua con 21%, carrera de caballos con un 20%, *football* con 11% y en los últimos lugares se encuentran: el *cricket* con un 2%, *lacrosse* y *softball* con un porcentaje de 1% cada uno. Como conclusión se puede decir que los deportes que se podrían implementar en Cuenca serían *baseball*, *ice hockey* y aeróbicos sobre el agua ya que son los deportes que obtuvieron mayores porcentajes en la investigación.

Pregunta N° 16

¿Qué tanto cumple sus expectativas la ciudad en el sector de entretenimiento?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	35	29%
Mucho	55	45%
Regular	28	23%
Poco	3	2%
Nada	0	0%
Total	121	100%

Tabla 48 ¿Qué tanto cumple sus expectativas la ciudad en el sector entretenimiento?

Elaborado por: Los autores

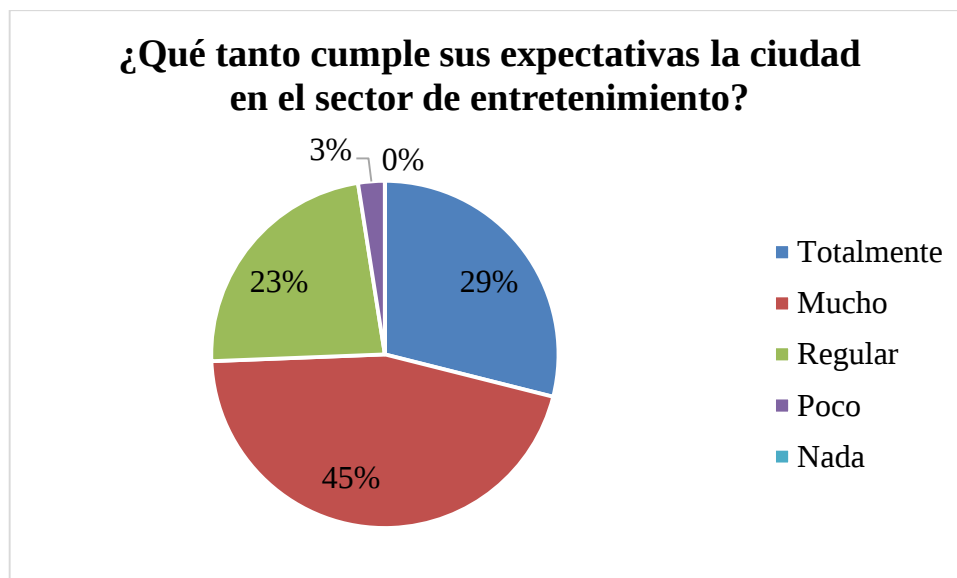


Gráfico 31 ¿Qué tanto cumple sus expectativas la ciudad en el sector entretenimiento?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Luego de realizado el levantamiento de la información se puede concluir diciendo que la ciudad cumple mucho las expectativas de los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca, recibiendo un porcentaje de 45%, seguido de la opción totalmente con un 29%, luego está la opción regular con un 23% y finalmente la opción poco con un 3%, la opción nada no recibe ningún porcentaje. Se puede decir que los jubilados estadounidenses residentes tienen una buena percepción del sector entretenimiento en la ciudad de Cuenca, ya que entre las opciones totalmente y mucho suman un total de 74%.

Pregunta N° 17

Cuando sale a un lugar de entretenimiento, lo hace con:			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Pareja	88	55%	73%
Solo	9	6%	7%
Amigos	62	39%	51%
Total	159	100%	131%

Tabla 49 Cuando sale a un lugar de entretenimiento, lo hace con:

Elaborado por: Los autores

Cuando sale a un lugar de entretenimiento, lo hace con:

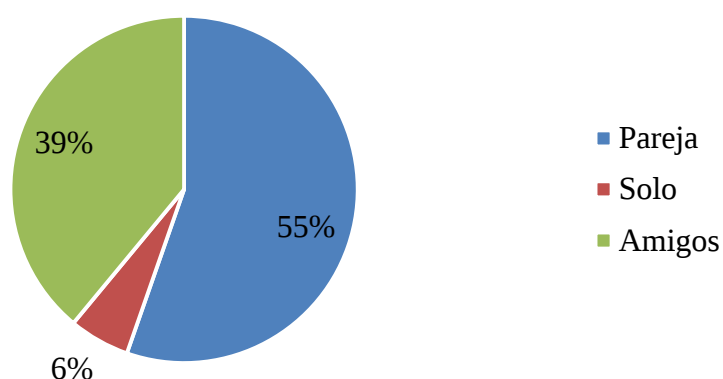


Gráfico 32 Cuando sale a un lugar de entretenimiento, lo hace con:

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Luego de encuestar a los 121 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca, se obtuvo los siguientes resultados: el 55% de personas asiste con su pareja a los lugares de entretenimiento, el 39% asiste con amigos y tan solo el 6% va solo.

Pregunta N° 18

Frecuenta más a eventos:			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Matutinos	12	9%	10%
Vespertinos	38	28%	31%
Nocturnos	88	64%	73%
Total	138	100%	114%

Tabla 50 Frecuenta más a eventos:

Elaborado por: Los autores

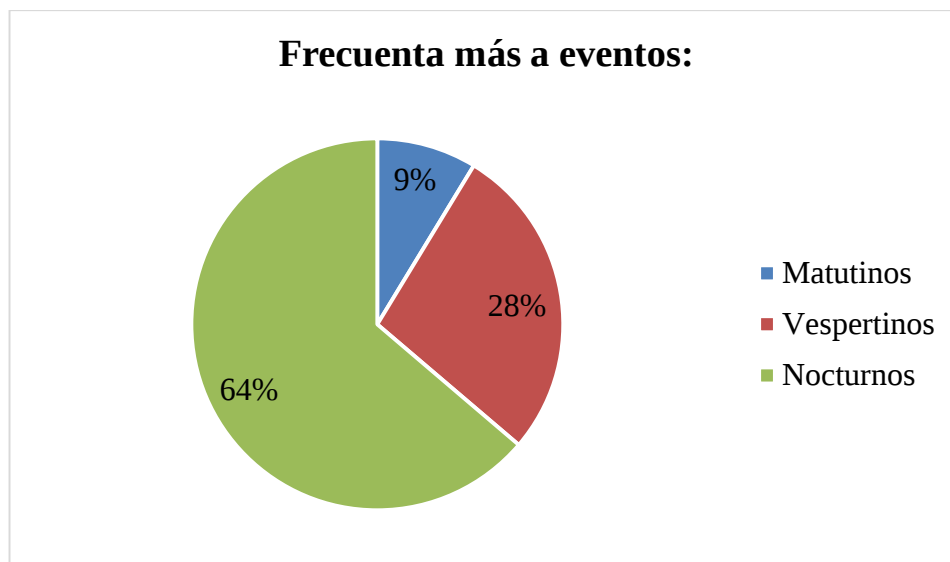


Gráfico 33 Frecuencia más a eventos

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Del total de los encuestados, la mayoría frecuenta a eventos nocturnos ya que representa un 64%, luego se tienen los eventos vespertinos con un 28%, finalmente se tienen los eventos matutinos con un porcentaje bajo del 6%, es decir, los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca no asisten en mayor número a eventos matutinos.

Pregunta N° 19

¿Qué día de la semana es el que más frecuenta los lugares de entretenimiento?		
Opciones	Respuestas	
	N°	Porcentaje
Lunes	2	1%
Martes	6	2%
Miércoles	23	8%
Jueves	60	21%
Viernes	92	32%
Sábado	84	29%
Domingo	24	8%
Total	291	100%

Tabla 51 ¿Qué día de la semana es el que más frecuenta los lugares de entretenimiento?

Elaborado por: Los autores.

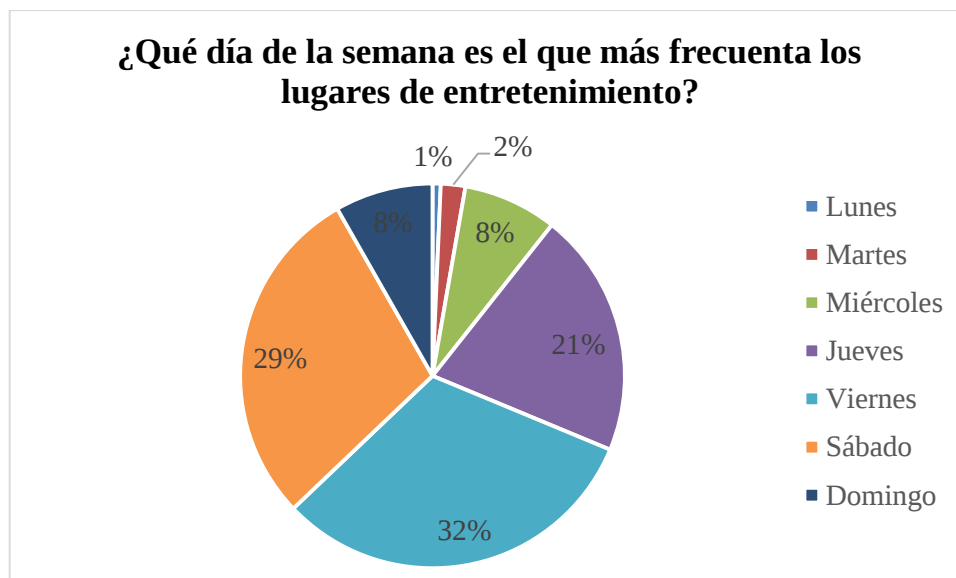


Gráfico 34 ¿Qué día de la semana es el que más frecuenta los lugares de entretenimiento?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 121 encuestas realizadas se han obtenido 291 respuestas, ya que algunos encuestados escogieron más de un día. Los días de la semana que más frecuentan a lugares de entretenimiento son los días: viernes, sábado y jueves con los porcentajes de 32%, 29%, y 21% respectivamente. Luego en el ranking se encuentra el día domingo y miércoles con un 8% cada uno. Por último están los días martes con un 2% y el lunes con 1%. Se puede concluir diciendo que el día más concurrido es el día viernes y el menos concurrido es el día lunes.

Pregunta N° 20

¿Qué forma de pago es la que más utiliza?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	91	75%
Tarjeta	30	25%
Total	121	100%

Tabla 52 ¿Qué forma de pago es la que más utiliza?

Elaborado por: Los autores

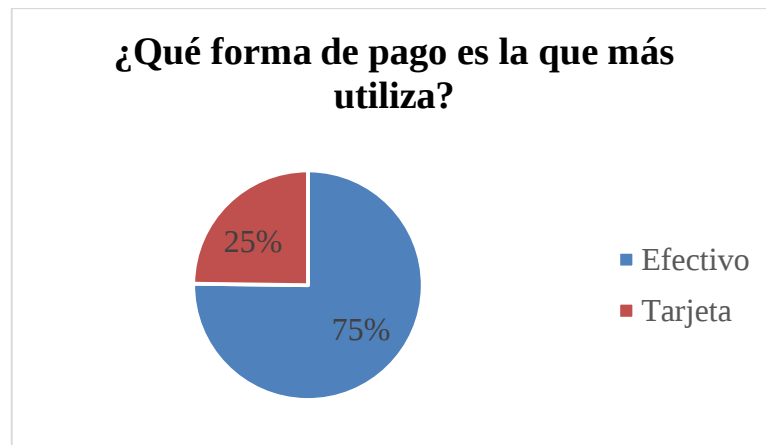


Gráfico 35 ¿Qué forma de pago es la que utiliza?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: En el cuadro presentado se puede observar claramente que la forma de pago más utilizada es en efectivo, ya que representa el 75%, mientras que la tarjeta de crédito representa un 25%.

¿Qué tarjeta utiliza?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
American Express	5	17%
Diners Club	6	20%
Visa	18	60%
Mastercard	1	3%
Total	30	100%

Tabla 53 ¿Qué tarjeta utiliza?

Elaborado por: Los autores

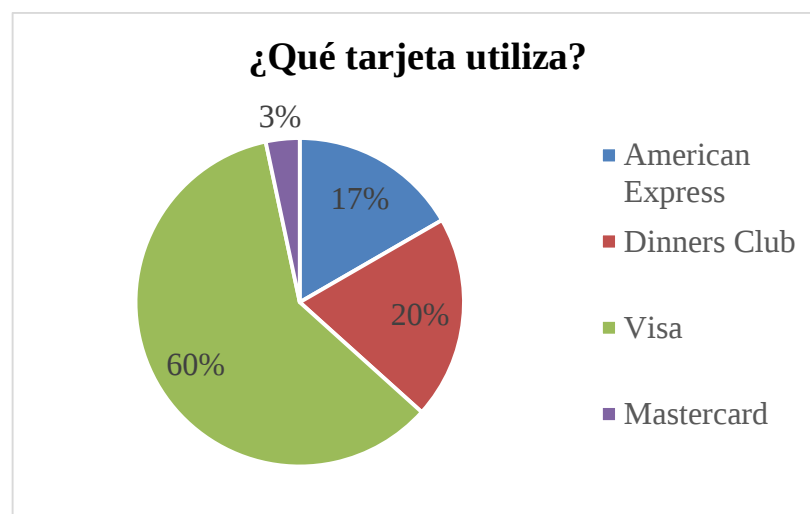


Gráfico 36 ¿Qué tarjeta utiliza?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: De las 30 personas que respondieron que el medio utilizado de pago es la tarjeta de crédito, se han obtenido los siguientes resultados: El 60% de los encuestados utiliza Visa, seguido del 20% que utiliza Diners Club, el tercer lugar lo ocupa la tarjeta American Express con el 17% y finalmente con un 3% siendo la tarjeta menos usada está Mastercard.

Pregunta N° 21

De los lugares que frecuenta, ¿Qué tan importante es para usted encontrar la información en su idioma?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	36	30%
Importante	41	34%
Poco importante	44	36%
Total	121	100%

Tabla 54 ¿Qué tan importante es para usted encontrar la información en su idioma?

Elaborado por: Los autores

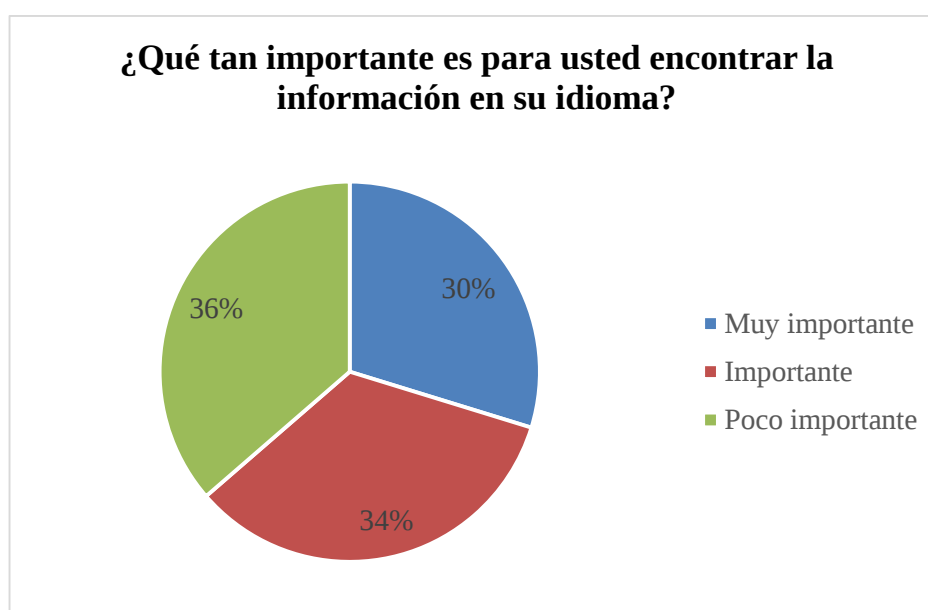


Gráfico 37 ¿Qué tan importante es para usted encontrar la información en su idioma?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: En esta pregunta no hay mayor diferencia entre los porcentajes de las opciones, pero la que obtuvo mayor puntaje es la opción poco importante con un 36%, seguida de la opción importante con un 34% y finalmente está la opción muy importante con un 30%.

Pregunta N° 22

¿Por qué medio se informa sobre los eventos que hay en la ciudad?			
Opciones	Respuestas		Porcentaje de casos
	N°	Porcentaje	
Revistas	7	2%	6%
Redes sociales	53	19%	44%
E-mail	48	17%	40%
Sitios Web	41	14%	34%
Amigos/familia	69	24%	57%
Periódico	19	7%	16%
Televisión	6	2%	5%
Flyers	43	15%	36%
Total	286	100%	236%

Tabla 55 ¿Por qué medio se informa sobre los eventos que hay en la ciudad?

Elaborado por: Los autores

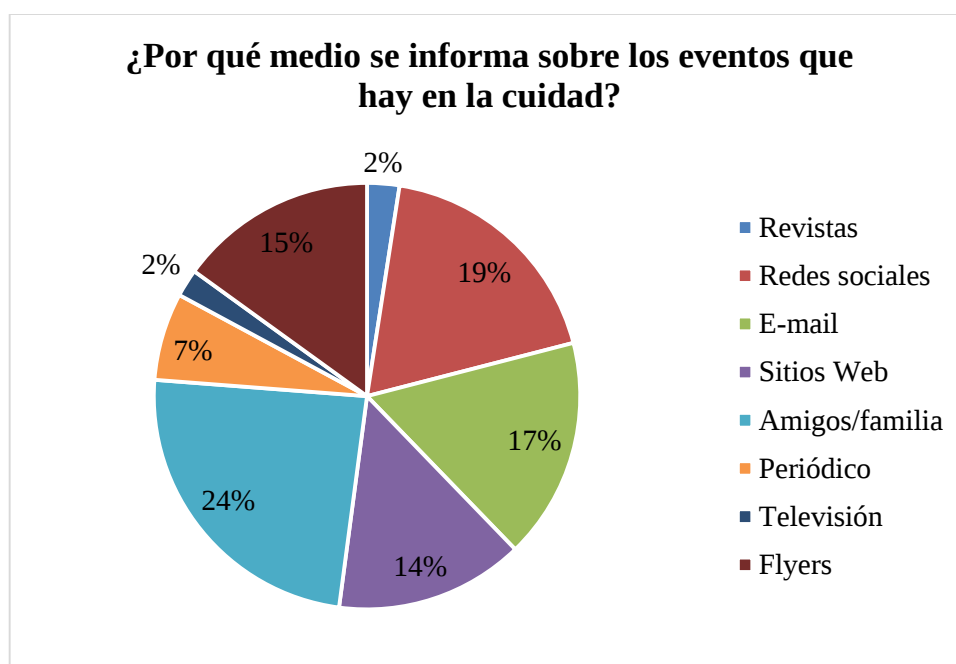


Gráfico 38 ¿Por qué medio se informa sobre los eventos que hay en la ciudad?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: El medio con mayor porcentaje se centra en los amigos o familia con un 24% con lo que se puede decir que la mejor manera para informar sobre eventos es el boca a boca. Después están redes sociales y e-mail con un 19% y 17% respectivamente, cabe recalcar la importancia del internet ya que estas dos categorías se encuentran ocupando el segundo y tercer puesto. En cuarto lugar se encuentran los flyers con un 15%, también es importante mencionar los sitios web que obtienen un

14%. En los últimos lugares se tienen los siguientes medios: periódico con un 7%, televisión y revistas con un 2% cada uno.

Pregunta N° 23

¿Qué servicios le gustaría que se implementen?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Wifi	13	11%
Atención cortés	12	10%
Atención bilingüe	15	12%
Bancas de descanso en veredas	7	6%
Botón de atención	3	2%
Música en vivo	12	10%
Café-Libro	2	2%
Buzón de sugerencias	2	2%
Información turística	4	3%
Seguridad	6	5%
Otros	18	15%
Está satisfecho	27	22%
Total	121	100%

Tabla 56 ¿Qué servicios le gustaría que se implementen?

Elaborado por: Los autores

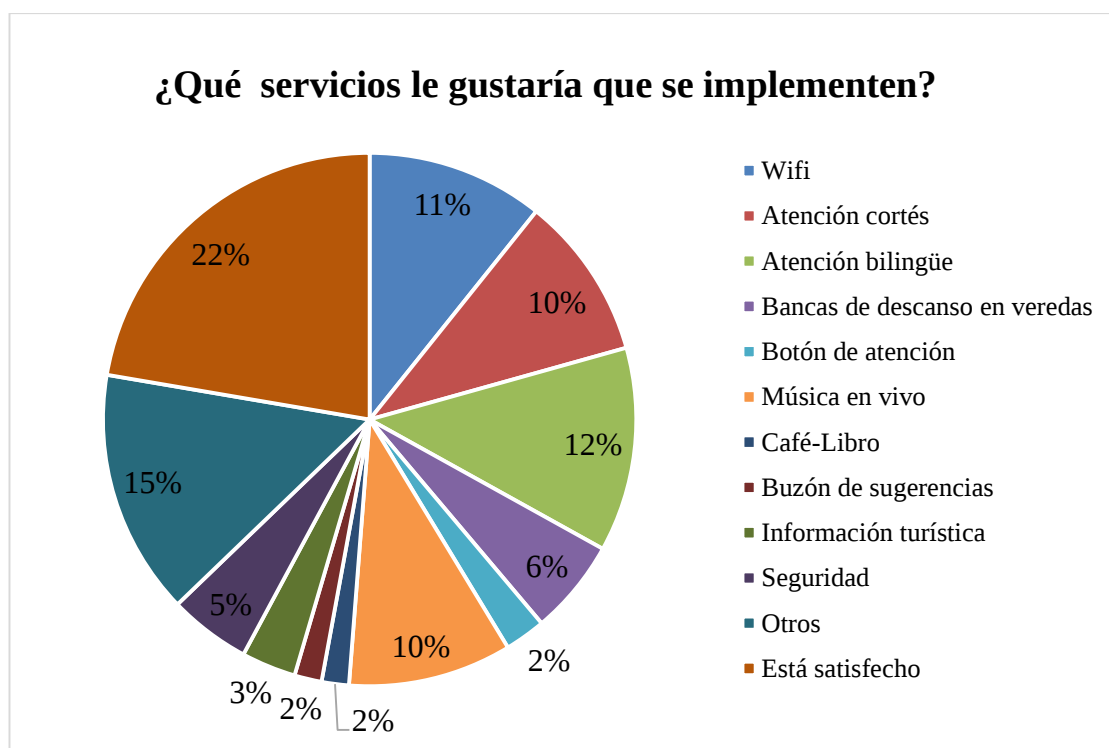


Gráfico 39 ¿Qué servicios le gustaría que se implementen?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: El 22% de los encuestados están satisfechos con el servicio que se brinda en la ciudad, pero como sugerencia se puede decir que entre los servicios que son importantes para los jubilados estadounidenses residentes están la atención bilingüe y cortés con un 12% y 10% respectivamente. También está el servicio de wifi abierto con un 11% y la música en vivo con un 10%. Las demás sugerencias poseen porcentajes menores pero que también serían importante tomar en cuenta, entre los que están: bancas de descanso en veredas, seguridad, buzón de sugerencias, etc.

Pregunta N° 25

Nivel de ingresos bimensuales			
Opciones	Mínimo	Máximo	Media
Julio - Agosto 2013	\$ 700	\$ 4.000	\$ 2.596
Septiembre - Octubre 2013	\$ 600	\$ 4.000	\$ 2.606
Noviembre - Diciembre 2013	\$ 700	\$ 4.000	\$ 2.618
Enero - Febrero 2014	\$ 800	\$ 6.000	\$ 2.685
Marzo - Abril 2014	\$ 900	\$ 6.000	\$ 2.694
Mayo - Junio 2014	\$ 700	\$ 6.000	\$ 2.690

Tabla 57 Nivel de ingresos bimensuales

Elaborado por: Los autores

Interpretación: En cuanto a los ingresos se puede decir que en promedio un jubilado estadounidense residente en Cuenca tiene un ingreso mensual aproximado de \$1300. También se puede decir que los ingresos oscilan entre \$ 300 y \$3000 mensuales.

Pregunta N° 26

Gastos mensuales en las categorías:			
Opciones	Mínimo	Máximo	Media
Salud	\$ 20	\$ 350	\$ 112
Alimentación	\$ 15	\$ 570	\$ 294
Vestimenta	\$ 0	\$ 375	\$ 59
Entretenimiento	\$ 8	\$ 450	\$ 146
Transporte	\$ 0	\$ 380	\$ 87
Arriendo	\$ 0	\$ 600	\$ 331
Servicios básicos	\$ 0	\$ 225	\$ 75
Ahorro	\$ 0	\$ 765	\$ 227

Tabla 58 Gastos mensuales

Elaborado por: Los autores

Interpretación: En cuanto al gasto mensual se puede decir que en las categorías de vestimenta, transporte, arriendo, servicios básicos y ahorro el valor mínimo es de \$0 ya que en el caso de la vestimenta algunos traen sus prendas de vestir del extranjero, no gastan en transporte ya que prefieren caminar o disponen de bicicleta, en arriendo no se registra un gasto ya que tienen vivienda propia y finalmente del ahorro se puede decir que hay personas que disfrutan del dinero y no tienen ahorros. En salud, un jubilado estadounidense residente gasta en promedio mensualmente \$112, en alimentación \$294, vestimenta \$59, entretenimiento \$146, transporte \$87, arriendo \$331, servicios básicos \$75 y finalmente está la categoría de ahorro con \$227. Como conclusión se puede decir que el rubro en el que gastan menos los jubilados estadounidenses residentes es la vestimenta y la categoría en la que gastan más es el arriendo.

3.3.4 Tablas de contingencia

- Tabla de contingencia: Género - ¿Practica deporte?

Tabla de contingencia: Género - ¿Practica deporte?			
Género	¿Practica deporte?		Total
	Si	No	
Femenino	23	33	56
Masculino	20	45	65
Total	43	78	121

Tabla 59 Género – ¿Practica deporte?

Elaborado por: Los autores

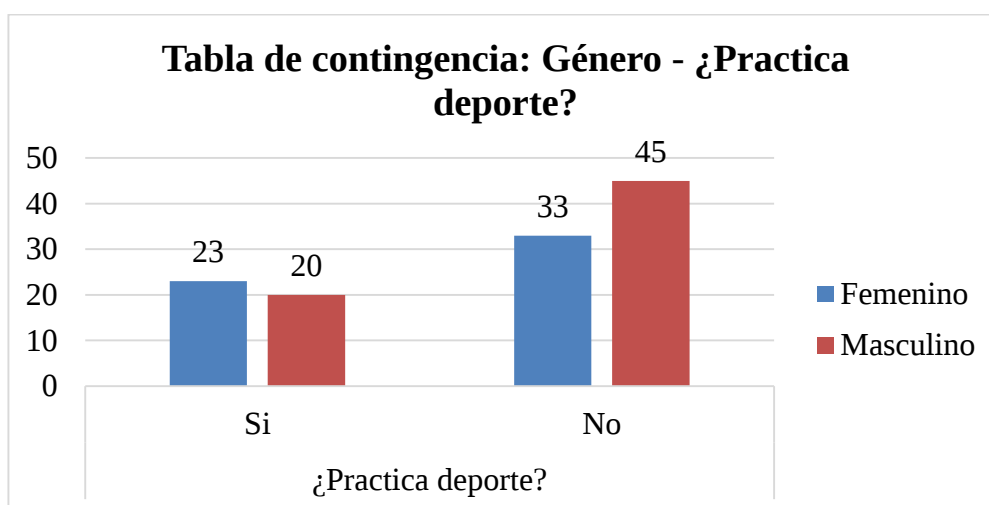


Gráfico 40 Género - ¿Practica deporte?

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Como se puede observar en el gráfico, en el porcentaje de quienes realizan deporte no se presenta una diferencia significativa, sin embargo, las mujeres son quienes más practican deporte con un 53% (23 mujeres), seguido de los hombres con un 47% (20 hombres).

- **Tabla de contingencia: Edad – Bebida Alcohólica**

Tabla de contingencia: Edad - Bebida Alcohólica								
Edad	Bebida Alcohólica							
	Whisky	Vodka	Gin	Ron	Tequila	Cerveza	Vino	Jaggermeister
De 50 a 55 años	2	1	1	3	0	2	3	0
De 56 a 60 años	3	0	0	3	0	4	4	0
De 61 a 65 años	14	12	3	15	2	29	22	1
De 66 a 70 años	5	5	5	5	2	9	10	0
De 71 a 75 años	4	1	0	5	0	10	11	0
De 76 a 80 años	0	0	0	0	0	2	2	0
Total	28	19	9	31	4	56	52	1

Tabla 60 Edad - Bebida Alcohólica

Elaborado por: Los autores

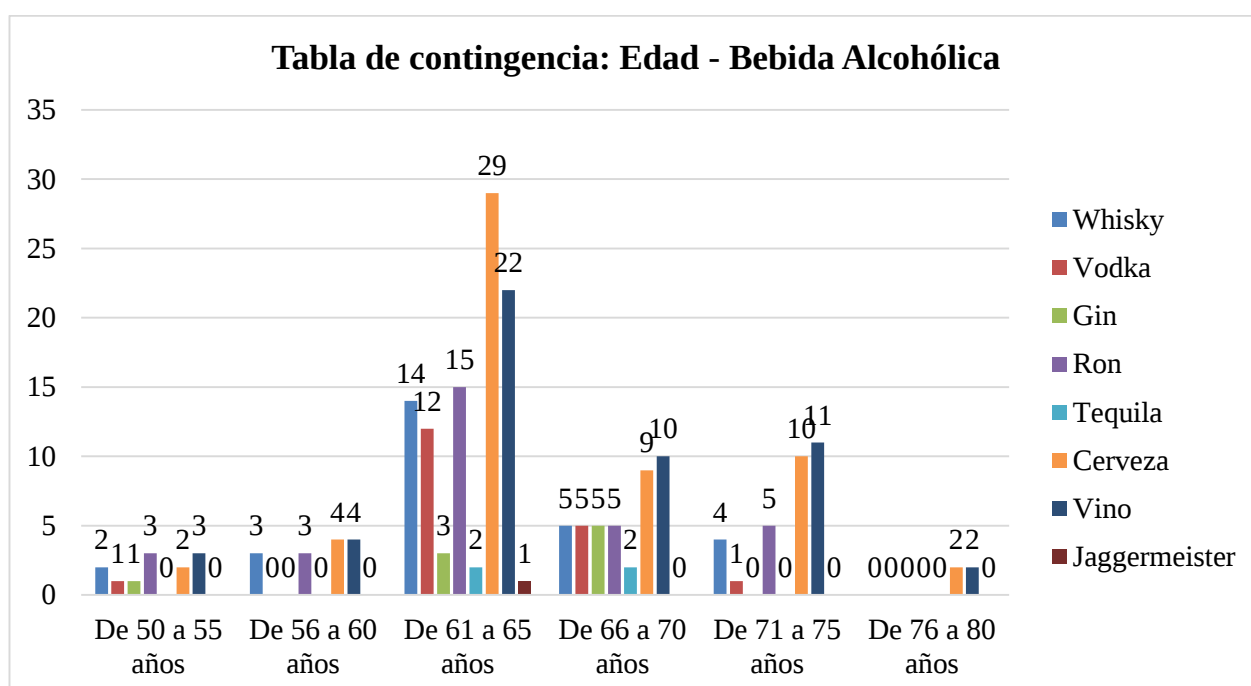


Gráfico 41 Edad - Bebida Alcohólica

Elaborado por: Los autores

Interpretación: En el rango de edad de 50 a 55 años se puede decir que no hay una bebida alcohólica favorita, pero las que reciben mayor puntaje son el ron y el vino con

3 personas cada una. Entre los 56 a 60 años tampoco se puede determinar una bebida favorita, pero el vino y la cerveza son los dos picos que se puede observar en el gráfico con 4 personas cada una. Entre los 61 a 65 años, si se puede observar una diferencia y se puede decir que la bebida alcohólica preferida es la cerveza con 29 personas y en segundo lugar se encuentra el vino con 22 personas. Entre los 66 a 70 años y de 71 a 75 años también se puede observar un puntaje mayor en el vino con 10 y 11 personas respectivamente. Por último en el rango de edad de 76 a 80 años se puede decir que las dos bebidas que consumen con la cerveza y el vino. Para concluir se puede decir que las dos bebidas preferidas del grupo investigado son la cerveza y el vino.

- **Tabla de Contingencia: Edad – Género**

Tabla de contingencia: Edad - Género			
Edad	Género		Total
	Femenino	Masculino	
De 50 a 55 años	5	4	9
De 56 a 60 años	2	8	10
De 61 a 65 años	30	25	55
De 66 a 70 años	9	15	24
De 71 a 75 años	10	11	21
De 76 a 80 años	0	2	2
Total	56	65	121

Tabla 61 Edad – Género
Elaborado por: Los autores

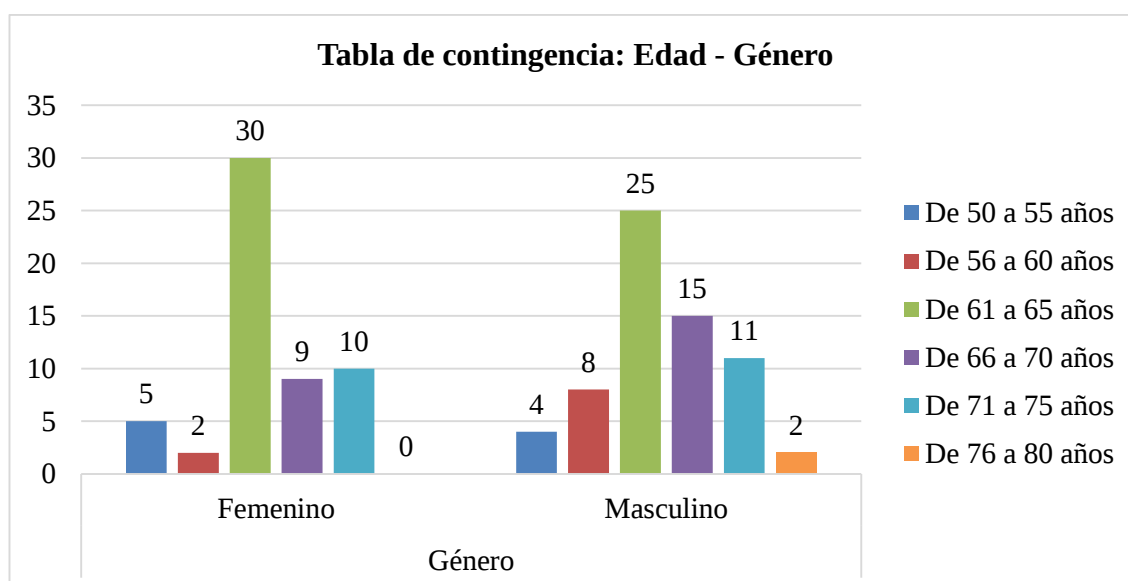


Gráfico 42 Edad – Género
Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tanto en el grupo femenino como en el masculino, el mayor valor se presenta entre los 61 a 65 años con 30 y 25 personas respectivamente, con lo que se podría decir que el grupo femenino predomina en este grupo de edad con un 55% mientras que el grupo masculino obtiene un 45%. Entre los 50 a 55 años de igual manera las mujeres predominan frente a los hombres con un 56%. Pero el escenario cambia en el rango de edad entre los 56 a 60 años ya que los hombres obtienen un 80% versus un 20% de las mujeres. El mismo comportamiento se puede observar entre los 66 a 70 años, ya que los hombres alcanzan un 63%, mientras que las mujeres un 37%. Entre los 71 a 75 años, nuevamente los hombres consiguen un mayor puntaje, en esta ocasión, 52% frente al 48% obtenido por el grupo femenino. Por último, entre los 76 a 80 años, se tienen solo a dos personas, quienes pertenecen al grupo masculino, es decir en esta ocasión y para este grupo de edad el 100% lo representan los hombres.

- **Tabla de Contingencia: Edad – Género**

Tabla de contingencia: Tiempo de residencia – Nivel de español						
¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?	¿Cuál es su nivel de español?					Total
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
De 1 a 6 meses	2	7	5	7	3	24
De 7 a 12 meses	1	2	14	4	0	21
De 13 a 24 meses	1	16	7	3	0	27
De 25 a 36 meses	2	6	8	4	0	20
Más de 36 meses	12	9	5	2	1	29
Total	18	40	39	20	4	121

Tabla 62 Tiempo de residencia – Nivel de español

Elaborado por: Los autores

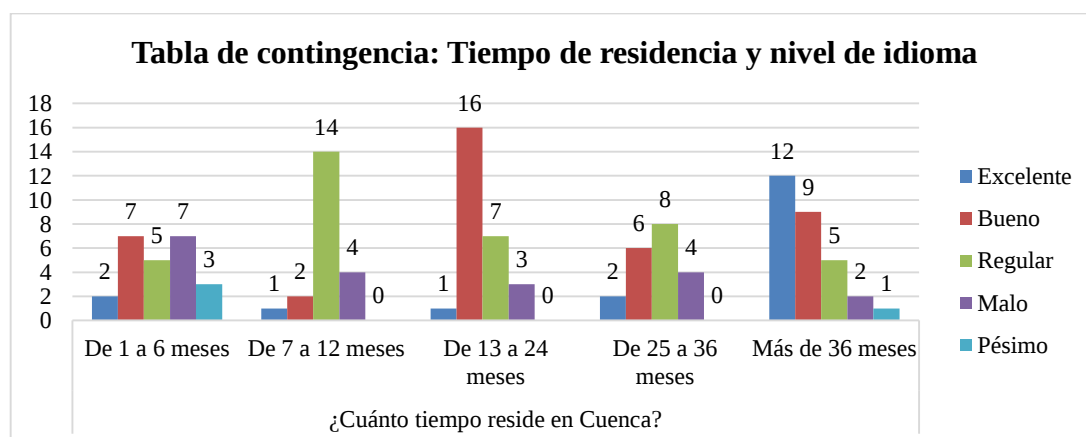


Gráfico 43 Tiempo de residencia – Nivel de español

Elaborado por: Los autores

Interpretación: En el siguiente gráfico se puede determinar que muchos de los estadounidenses aprenden a hablar español de una forma bastante rápida. Se considera en el resultado que los jubilados estadounidenses, mientras mayor tiempo viven en la ciudad, mejor desenvolvimiento tienen en el idioma. Al alcanzar el tiempo de permanencia de más de un año, en su mayoría, el nivel de idioma va desde regular, bueno o excelente. Algunos no consideran necesario aprender el idioma, este es el caso de aquellas personas que viven más de 2 años estos son un 8% del total de encuestados que dijeron que tienen un nivel entre malo y pésimo.

- **Tabla de Contingencia: Nivel de español – Información en inglés**

Tabla de contingencia. Nivel de español - Información en inglés				
¿Cuál es su nivel de español?	De los lugares que frecuenta, ¿Qué tan importante es para usted encontrar la información en su idioma?			Total
	Muy importante	Importante	Poco importante	
Excelente	3	3	12	18
Bueno	3	11	26	40
Regular	9	24	6	39
Malo	17	3	0	20
Pésimo	4	0	0	4
Total	36	41	44	121

Tabla 63 Nivel de español - Información en inglés

Elaborado por: Los autores

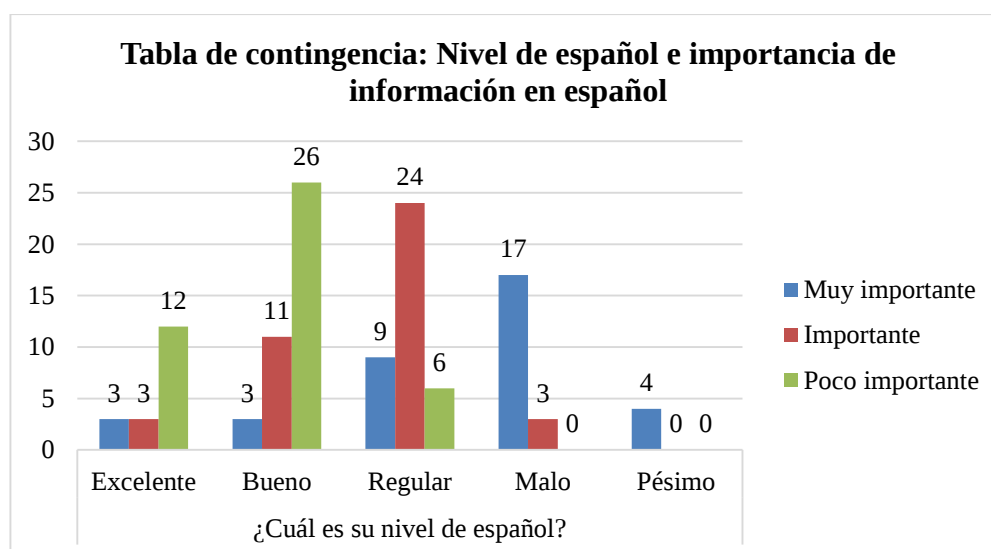


Gráfico 44 Nivel de español - Información en inglés

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Para el análisis del siguiente cuadro se puede determinar que mientras un mejor nivel de español tengan los estadounidenses jubilados, menos importancia le dan a que la información de los lugares que frecuentan esté en inglés. En este punto se refiere a la información que está en flyers de eventos, menús de restaurantes y bares, señalética en lugares que frecuentan como museos, eventos deportivos o gimnasios y lugares para realizar ejercicios. Para un futuro modelo de negocio se debe considerar que la información en inglés, a pesar de que no se considere muy importante para los estadounidenses jubilados, es importante para atraerlos como clientes ya que de esa forma podrán saber que la atención también es bilingüe y se sentirán cómodos si necesitan información en inglés.

- **Tabla de Contingencia: Nivel de español – Información en inglés**

Tabla de contingencia Frecuencia Eventos – Día Semana								
Frecuenta más a eventos	Días de la semana que más asiste							Total
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
Matutinos	0	1	5	5	7	8	4	12
Vespertinos	1	3	15	22	25	24	12	38
Nocturnos	1	3	9	41	72	66	14	88
Total	2	6	23	60	92	84	24	121

Tabla 64 Frecuencia Eventos – Día Semana

Elaborado por: Los autores

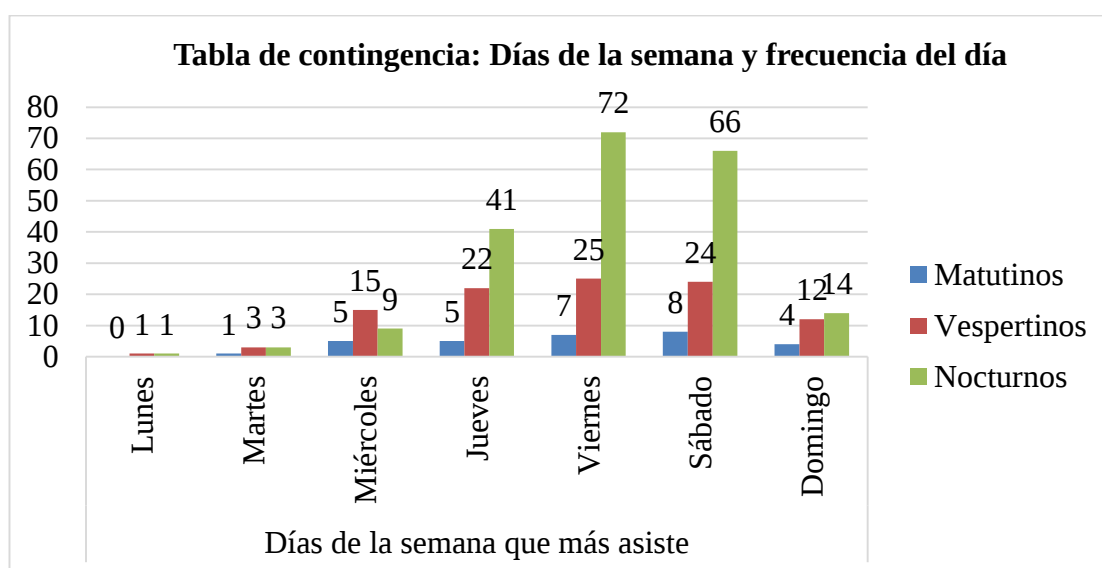


Gráfico 45 Frecuencia Eventos – Día Semana

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Los días que más frecuentan los estadounidenses jubilados a lugares de entretenimiento son jueves con un 49,58%, viernes un 51,24% y sábado el 69,42%. Se puede ver que en cualquiera de los días que vayan, prefieren ir en la tarde un 31,4% y en la noche con mayor frecuencia un 72,7%. Esto indica que es mucho más rentable un negocio que se atienda en la tarde y noche de preferencia fines de semana.

- **Suma anual de gastos por actividad de los 121 encuestados**

Gastos anuales			
Categoría	Máximo	Suma	Porcentaje
Eventos Culturales	\$ 445	\$ 6.682	1,6%
Viajes Nacionales	\$ 3.600	\$ 71.965	17,5%
Viajes Internacionales	\$ 10.000	\$ 190.561	46,4%
Museos	\$ 50	\$ 833	0,2%
Eventos Deportivos	\$ 800	\$ 4.712	1,1%
Restaurantes y Cafés	\$ 2.550	\$ 102.484	25%
Bares y Discotecas	\$ 2.550	\$ 13.295	3,2%
Bailoterapia - Yoga - Gimnasio - Spa	\$ 1.055	\$ 9.875	2,4%
Cursos y Talleres	\$ 480	\$ 10.300	2,5%
Total		\$ 410.707	100%

Tabla 65 Gastos anuales

Elaborado por: Los autores

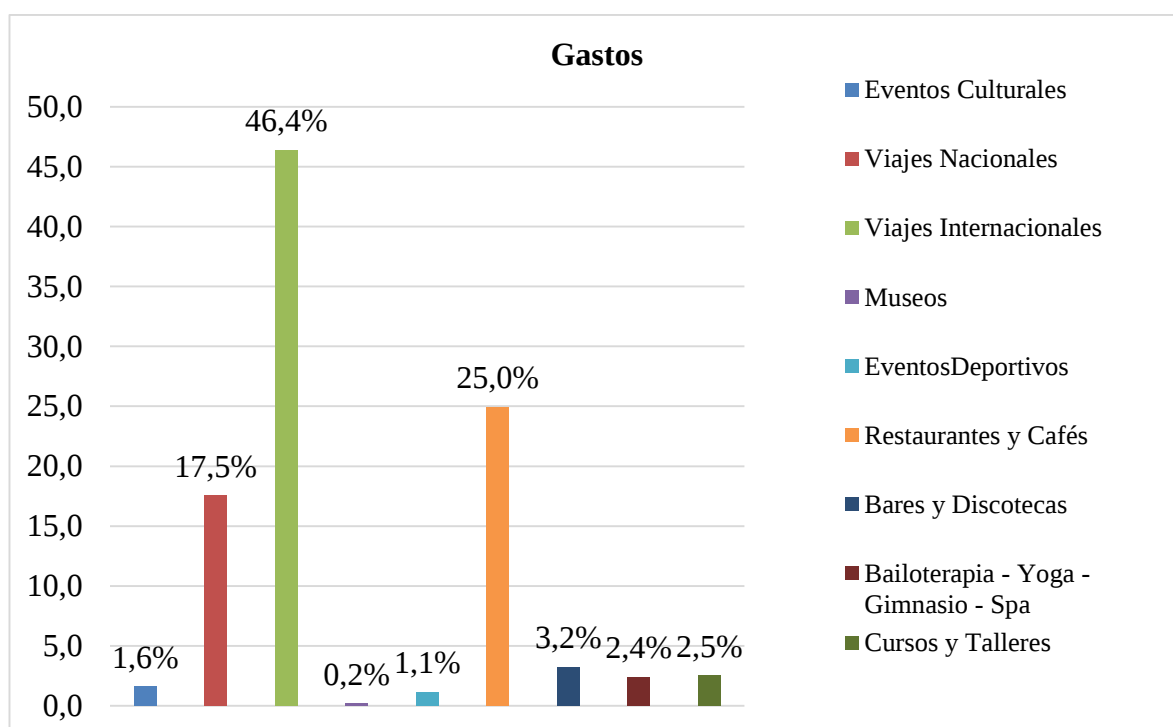


Gráfico 46 Gastos anuales

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Para encontrar las 3 actividades en donde los 121 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca registran mayores gastos anualmente, se realizó una suma de cada actividad, por lo que se puede decir que la actividad en la que más gastan son los viajes internacionales con un valor de \$190.561, que representa un 46,4%, el mayor valor registrado en dicha actividad es de \$10.000. En segundo puesto están los restaurantes y bares con \$102.484, que constituye un 25%, también se puede decir que lo que más ha gastado una persona al año en esta actividad son \$2.550. Por último, el tercer puesto lo ocupan los viajes nacionales con \$71.965, representando un 17,5%, el mayor valor registrado en dicha actividad es de \$3.600. También se puede decir que la actividad en la que gastan menos son los museos con \$833 anuales entre las 121 personas encuestadas, lo que constituye un porcentaje realmente bajo de 0,2%, lo máximo que gasta una persona en esta actividad son \$50 al año.

3.3.5 Regresiones

Viajes Nacionales

- Encuesta N° 31

Viajes Nacionales - Encuesta N° 31		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 150
Sept. – Oct.	1	\$ 180
Nov. – Dic.	1	\$ 120
Ene. – Feb.	1	\$ 200
Mar. – Abr.	2	\$ 400
May. – Jun.	1	\$ 150

Tabla 66 Viajes Nacionales - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9626219
Coeficiente de determinación R ²	0,92664093
R ² ajustado	0,90830116
Error típico	30,82207
Observaciones	6

Tabla 67 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

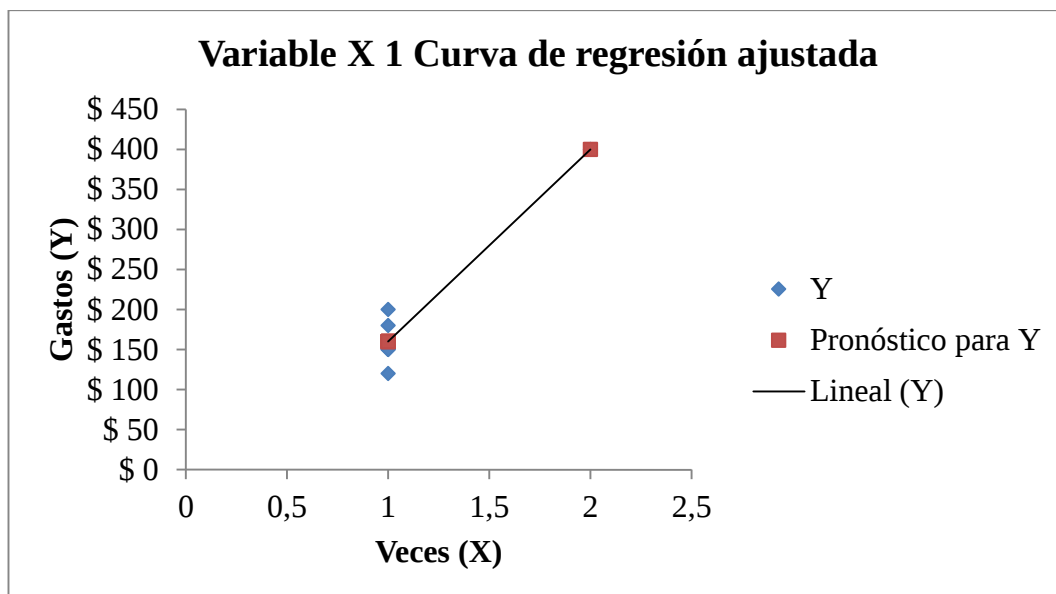


Gráfico 47 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 96,3% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede indicar que la variable independiente veces, explica al modelo en un 92,7%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 90,8% de las veces que se realicen viajes nacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 32

Viajes Nacionales - Encuesta N° 32		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 320
Sept. – Oct.	1	\$ 280
Nov. – Dic.	1	\$ 250
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	1	\$ 300

Tabla 68 Viajes Nacionales - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0,98808045
Coefficiente de determinación R^2	0,97630297
R^2 ajustado	0,97037871
Error típico	25,8602011
Observaciones	6

Tabla 69 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

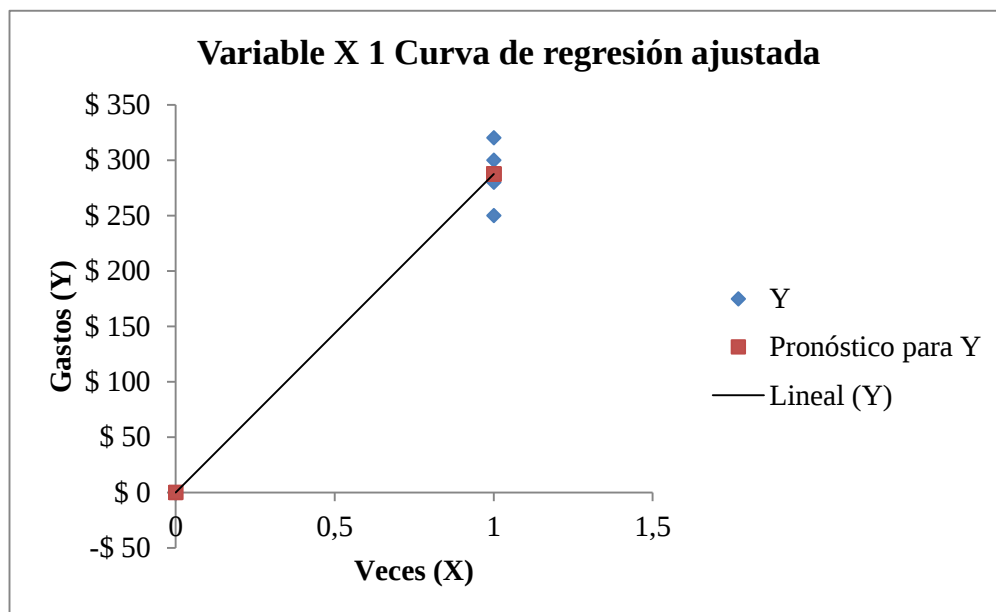


Gráfico 48 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 98,8% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 97,6%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 97% de las veces que se realicen viajes nacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 33**

Viajes Nacionales - Encuesta N° 33		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 250
Sept. – Oct.	1	\$ 180
Nov. – Dic.	1	\$ 230
Ene. – Feb.	2	\$ 400
Mar. – Abr.	1	\$ 200
May. – Jun.	1	\$ 150

Tabla 70 Viajes Nacionales - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9158426
Coeficiente de determinación R^2	0,8387677
R^2 ajustado	0,7984596
Error típico	39,623226
Observaciones	6

Tabla 71 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

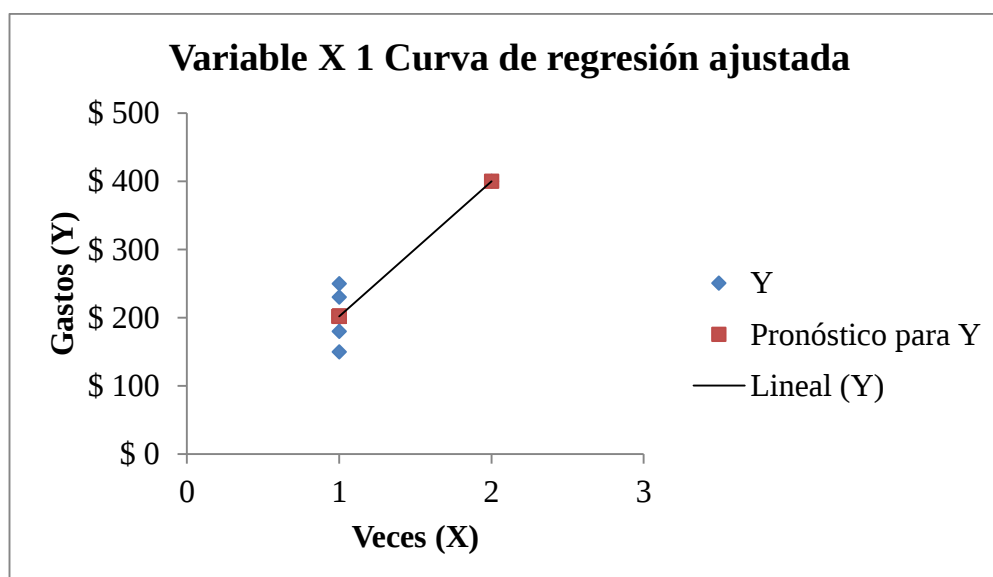


Gráfico 49 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 91,6% (coeficiente de correlación).

En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 83,9%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 79,8% de las veces que se realicen viajes nacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Aunque los porcentajes bajaron un poco para este caso, aun así sigue habiendo una buena relación entre las variables ya que el porcentaje es mayor a 65%. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 42**

Viajes Nacionales - Encuesta N° 42		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 180
Sept. – Oct.	1	\$ 150
Nov. – Dic.	0	\$ 0
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	2	\$ 250
May. – Jun.	2	\$ 280

Tabla 72 Viajes Nacionales - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9839591
Coeficiente de determinación R^2	0,9681756
R^2 ajustado	0,9602194
Error típico	24,022559
Observaciones	6

Tabla 73 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

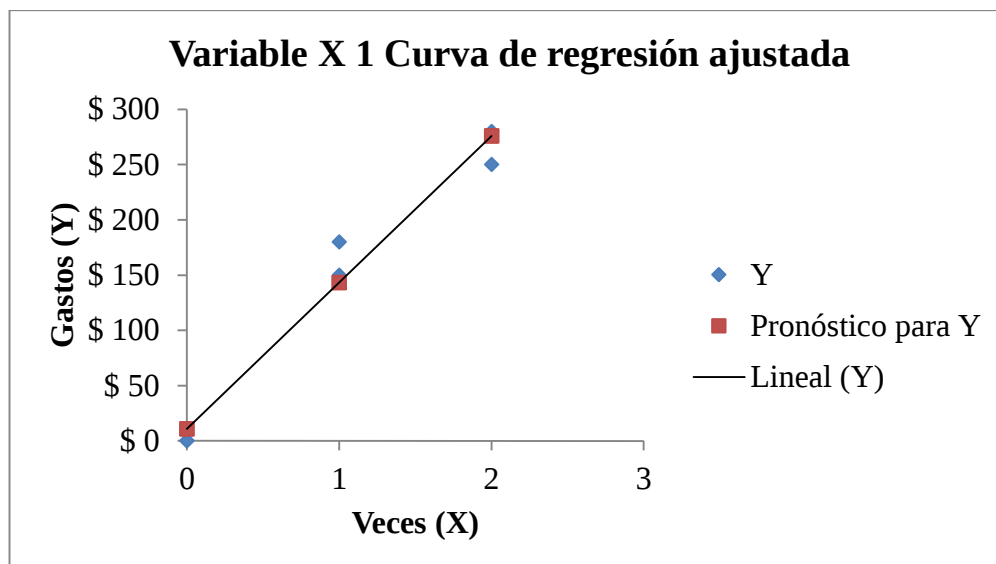


Gráfico 50 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 98,4% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 96,8%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado en donde los gastos dependen en un 96% de las veces que se realicen viajes nacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 66

Viajes Nacionales - Encuesta N° 66		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	2	\$ 500
Nov. – Dic.	1	\$ 150
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	1	\$ 200

Tabla 74 Viajes Nacionales - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9789542
Coeficiente de determinación R ²	0,9583514
R ² ajustado	0,9479393
Error típico	44,72136
Observaciones	6

Tabla 75 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

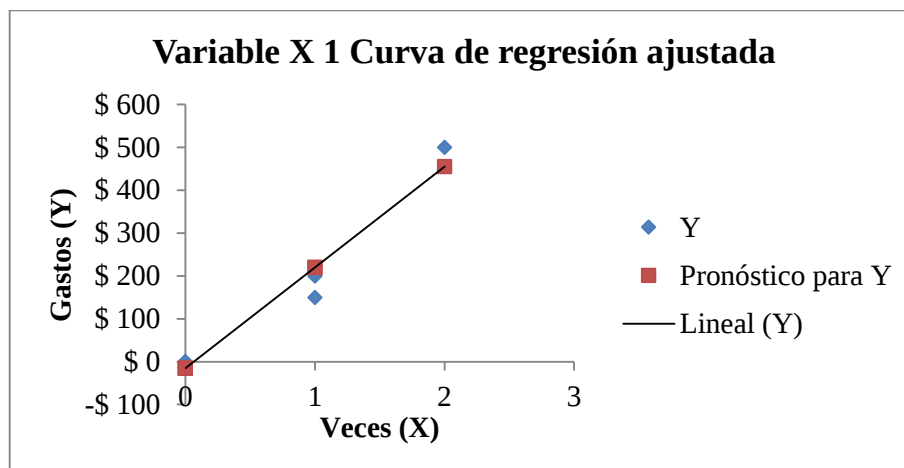


Gráfico 51 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 97,9% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 95,8%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 94,8% de las veces que se realicen viajes nacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 71

Viajes Nacionales – Encuesta N° 71		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 300
Sep. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	1	\$ 400
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	1	\$ 400

Tabla 76 Viajes Nacionales - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,98386991
Coeficiente de determinación R^2	0,968
R^2 ajustado	0,96
Error típico	40,82482905
Observaciones	6

Tabla 77 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

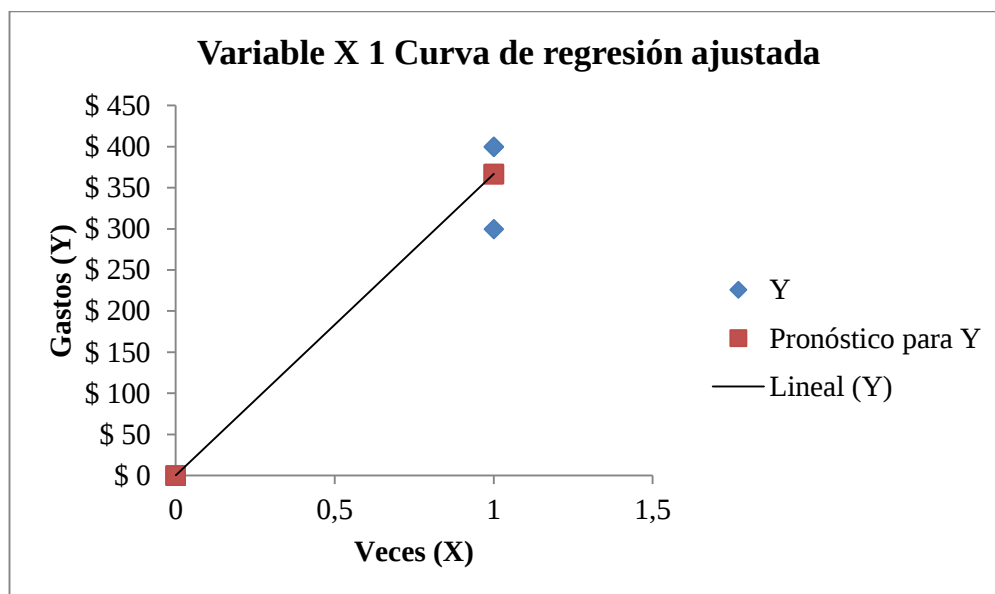


Gráfico 52 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 98,38% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 96,8%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 96% de las veces que se realicen viajes nacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 80**

Viajes Nacionales – Encuesta N° 80		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 500
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	0	\$ 0
Ene – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	1	\$ 500

Tabla 78 Viajes Nacionales - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R ²	1
R ² ajustado	1
Error típico	5,68434E-14
Observaciones	6

Tabla 79 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

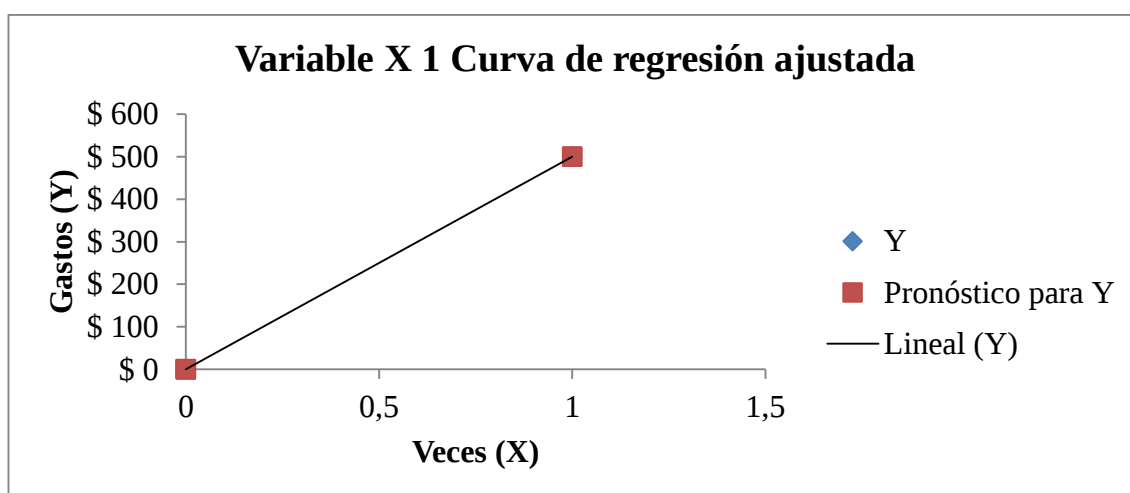


Gráfico 53 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se concluye que la relación entre

las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 102**

Viajes Nacionales – Encuesta N° 102		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	0	\$ 0
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	2	\$ 2000

Tabla 80 Viajes Nacionales - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R ²	1
R ² ajustado	1
Error típico	1,35563E-13
Observaciones	6

Tabla 81 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

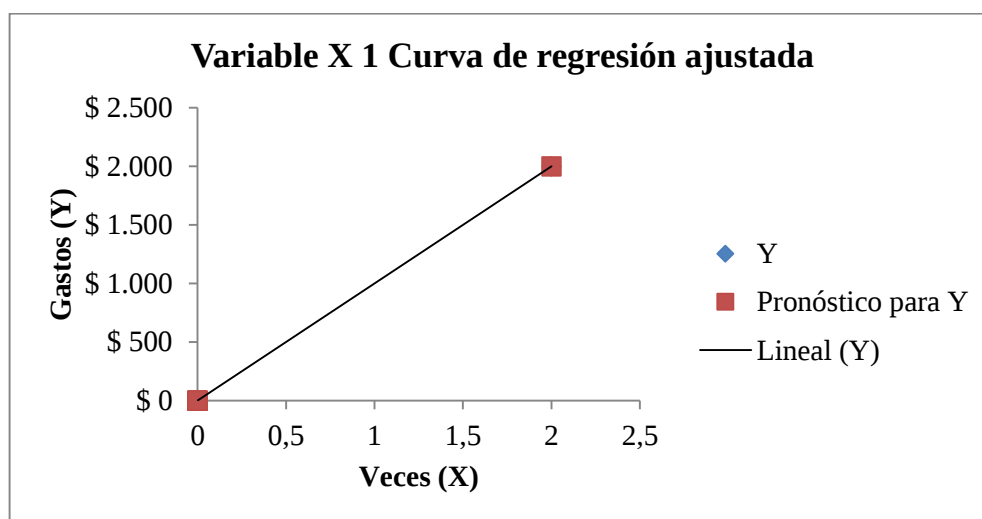


Gráfico 54 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2

ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se concluye que la relación entre las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 103**

Viajes Nacionales – Encuesta N° 103		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	3	\$ 780
Nov. – Dic.	1	\$ 260
Ene. – Feb.	1	\$ 260
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 82 Viajes Nacionales - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R ²	1
R ² ajustado	1
Error típico	2,00972E-14
Observaciones	6

Tabla 83 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

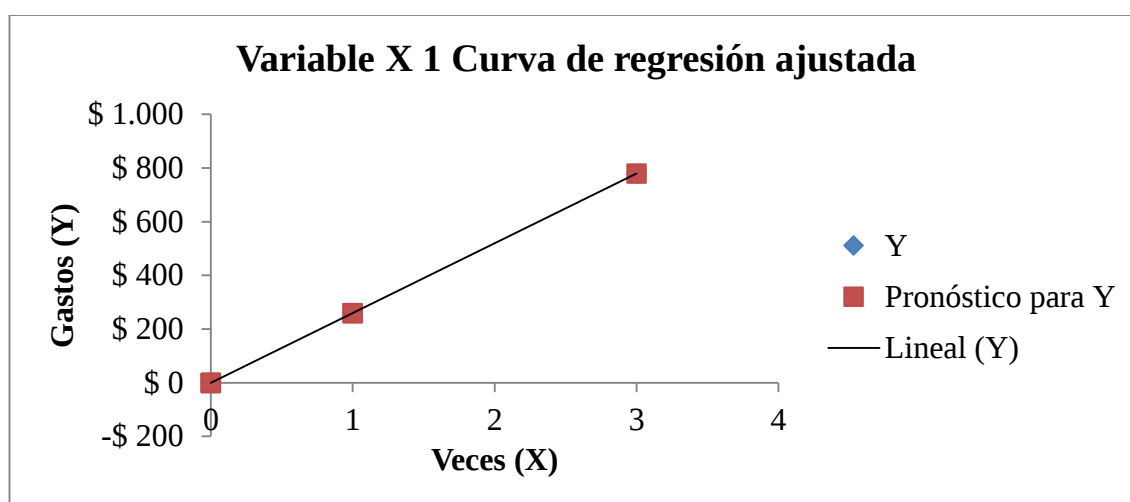


Gráfico 55 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales, se puede observar

que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se concluye la relación entre las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 112**

Viajes Nacionales – Encuesta N° 112		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	1	\$ 300
Nov. – Dic.	0	\$ 0
Ene. – Feb.	1	\$ 400
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	1	\$ 700

Tabla 84 Viajes Nacionales - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,889000889
Coeficiente de determinación R^2	0,790322581
R^2 ajustado	0,737903226
Error típico	147,1960144
Observaciones	6

Tabla 85 Estadísticas de la regresión - Viajes Nacionales - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

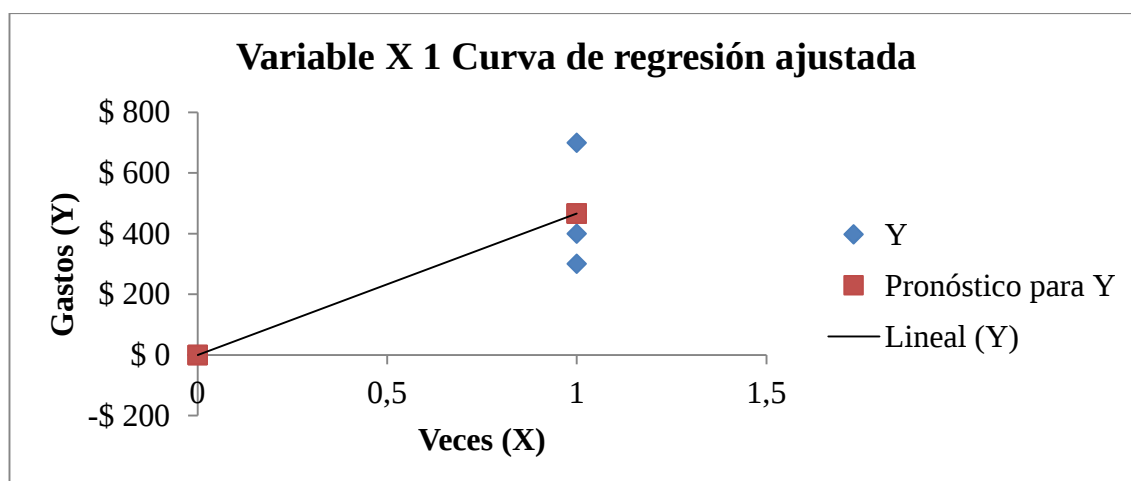


Gráfico 56 Curva de regresión ajustada - Viajes Nacionales - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes nacionales, se puede observar

que las variables están relacionadas entre sí en un 88,90% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 79,03%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 73,79% de las veces que se realicen viajes nacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Aunque los porcentajes bajaron un poco para este caso, aun así sigue habiendo una buena relación entre las variables ya que el porcentaje es mayor a 65%. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

Viajes Internacionales

- Encuesta N° 31

Viajes Internacionales - Encuesta N° 31		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	1	\$ 2.400
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 86 Viajes Internacionales - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R^2	1
R^2 ajustado	1
Error típico	2,326E-13
Observaciones	6

Tabla 87 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

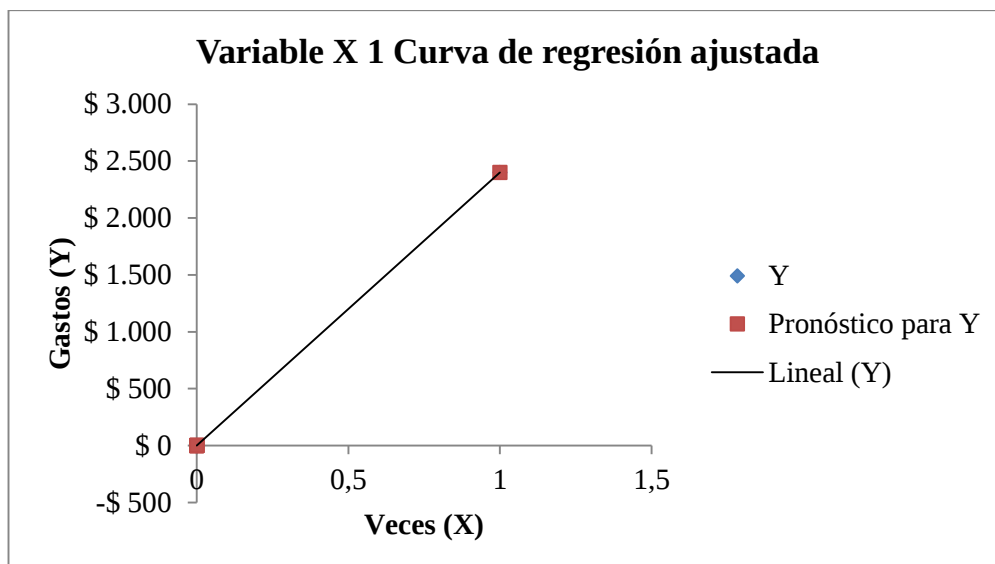


Gráfico 57 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes internacionales, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 100% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 y a r^2 ajustado, se puede decir que también obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se puede concluir diciendo que la relación entre estas dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 32

Viajes Internacionales - Encuesta N° 32		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	1	\$ 2.000
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 88 Viajes Internacionales - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R^2	1
R^2 ajustado	1
Error típico	1,163E-13
Observaciones	6

Tabla 89 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

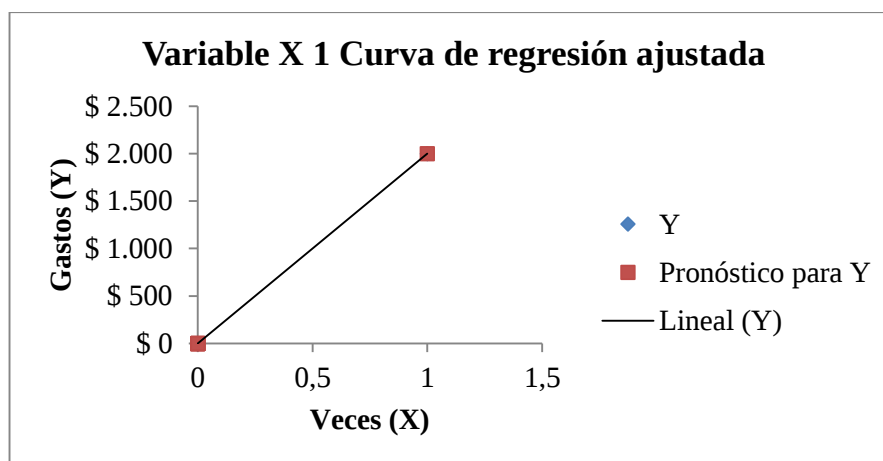


Gráfico 58 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes internacionales, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se puede concluir diciendo que la relación entre las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 33

Viajes Internacionales - Encuesta N° 33		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 1.200
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	0	\$ 0
Ene. – Feb.	1	\$ 1.500
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 90 Viajes Internacionales - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9908674
Coeficiente de determinación R ²	0,9818182
R ² ajustado	0,9772727
Error típico	106,06602
Observaciones	6

Tabla 91 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

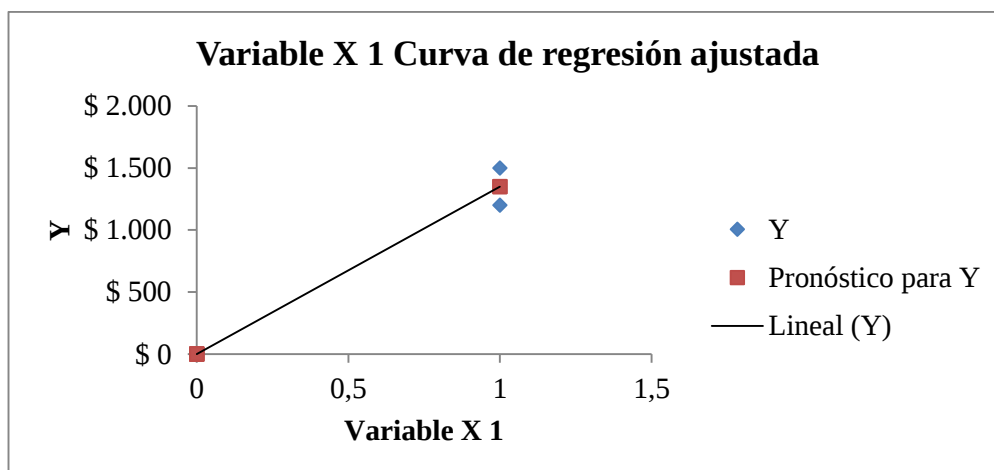


Gráfico 59 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes internacionales, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 99,1% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 98,2%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 97,7% de las veces que se realicen viajes internacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 42**

Viajes Internacionales - Encuesta N° 42		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 1.000
Sept. – Oct.	1	\$ 800
Nov. – Dic.	0	\$ 0
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 92 Viajes Internacionales - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9908674
Coeficiente de determinación R ²	0,9818182
R ² ajustado	0,9772727
Error típico	70,710678
Observaciones	6

Tabla 93 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

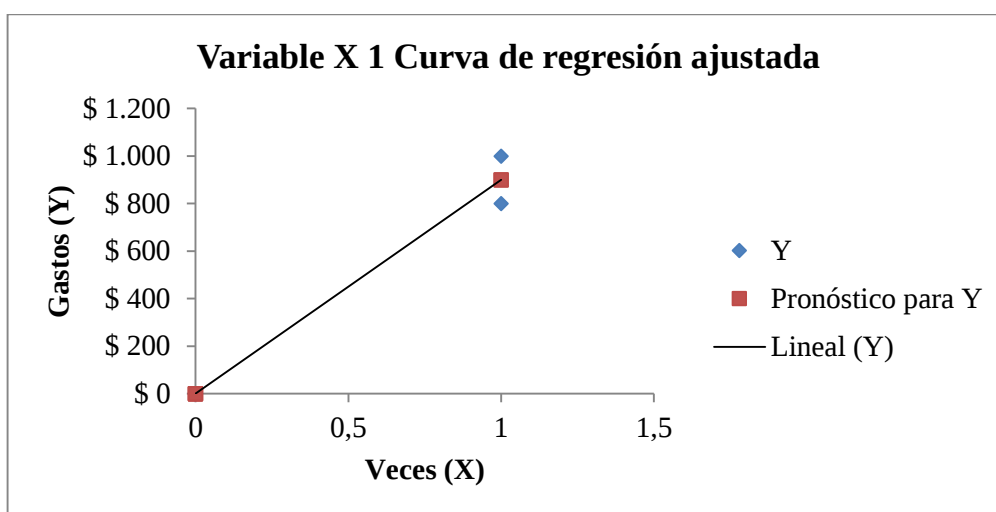


Gráfico 60 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes internacionales, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 99,1% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 98,2%. Para confirmar lo

anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 97,7% de las veces que se realicen viajes internacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 66**

Viajes Internacionales - Encuesta N° 66		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	1	\$ 1.800
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 94 Viajes Internacionales - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R^2	1
R^2 ajustado	1
Error típico	2,46139E-14
Observaciones	6

Tabla 95 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

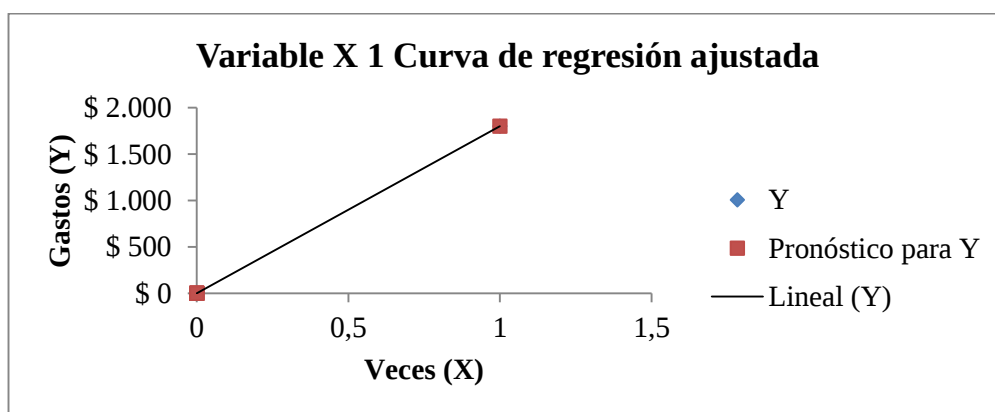


Gráfico 61 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes internacionales, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se puede concluir diciendo que la relación entre las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 71**

Viajes Internacionales – Encuesta N° 71		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	1	\$ 2000
Nov. – Dic.	0	\$ 0
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	1	\$ 5000

Tabla 96 Viajes Internacionales - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,885437745
Coeficiente de determinación R^2	0,784
R^2 ajustado	0,73
Error típico	1060,660172
Observaciones	6

Tabla 97 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

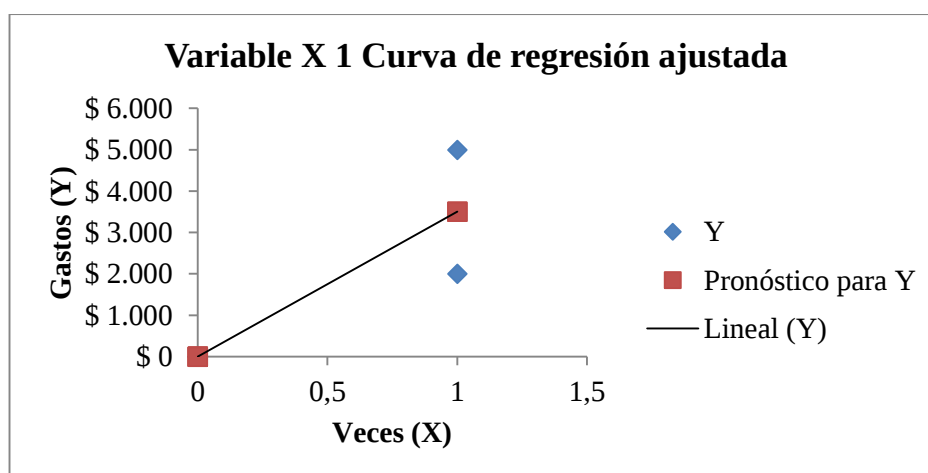


Gráfico 62 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes internacionales, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 88,54% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 78,4%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 73% de las veces que se realicen viajes internacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Aunque los porcentajes bajaron un poco para este caso, aun así sigue habiendo una buena relación entre las variables ya que el porcentaje es mayor a 65%. Como conclusión se tiene que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 80**

Viajes Internacionales – Encuesta N° 80		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	1	\$ 3000
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 98 Viajes Internacionales - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R^2	1
R^2 ajustado	1
Error típico	2,273743
Observaciones	6

Tabla 99 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

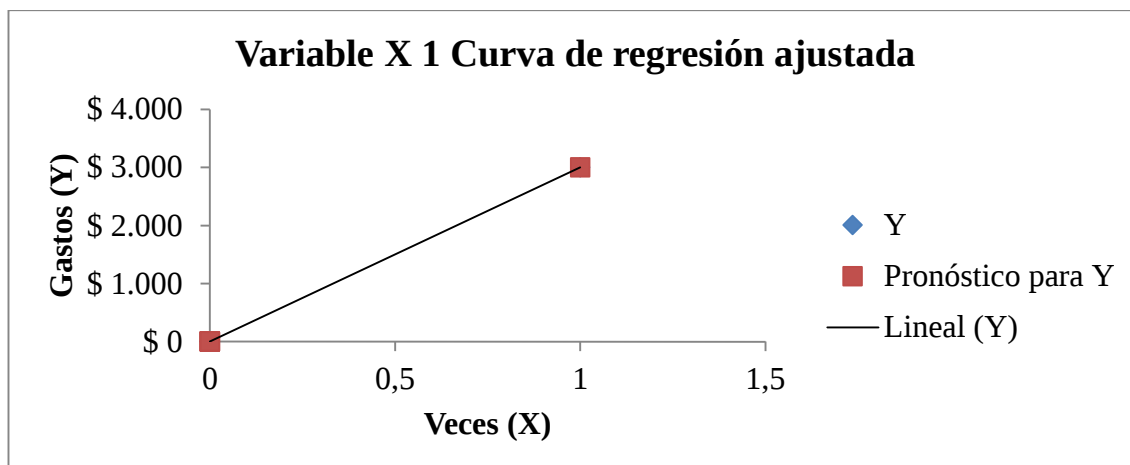


Gráfico 63 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes internacionales, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se concluye que la relación entre las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 102

Viajes Internacionales – Encuesta N° 102		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	0	\$ 0
Ene. – Feb.	1	\$ 1000
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 100 Viajes Internacionales - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R^2	1
R^2 ajustado	1
Error típico	5,81604E-14
Observaciones	6

Tabla 101 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

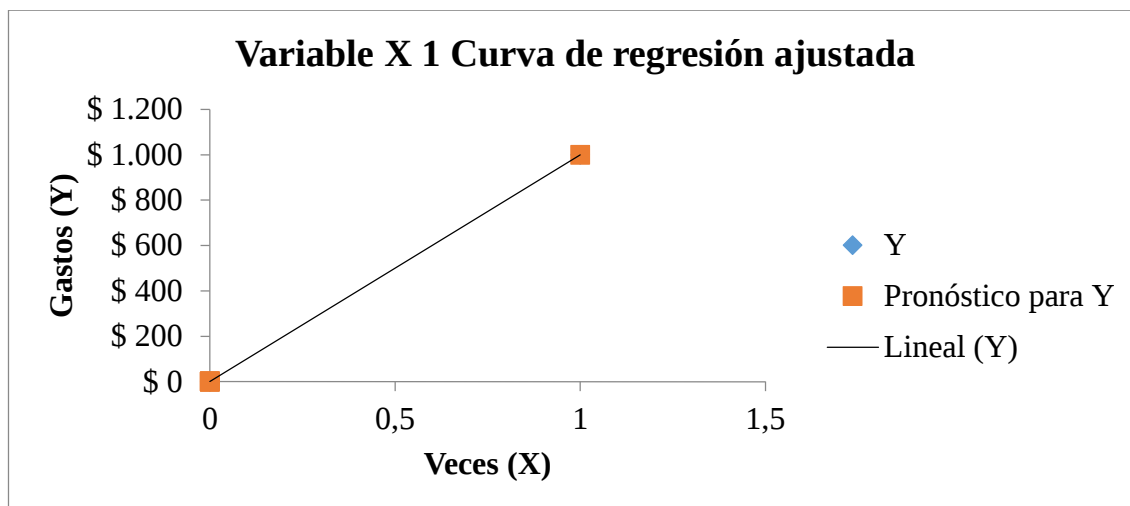


Gráfico 64 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se realizaron viajes internacionales, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se concluye que la relación entre las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 103

Viajes Internacionales – Encuesta N° 103		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	0	\$ 0
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	1	\$ 7000
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	1	\$ 3000

Tabla 102 Viajes Internacionales - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,89802651
Coeficiente de determinación R^2	0,806451613
R^2 ajustado	0,758064516
Error típico	1414,213562
Observaciones	6

Tabla 103 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

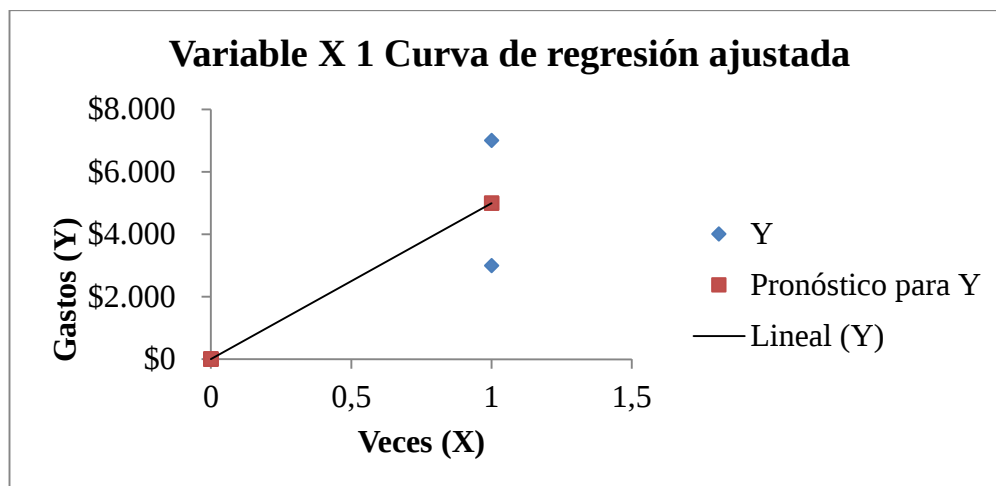


Gráfico 65 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Analizando se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 89,8% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 80,65%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 75,81% de las veces que se realicen viajes internacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos.

- Encuesta N° 112

Viajes Internacionales – Encuesta N° 112		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	1	\$ 2000
Sept. – Oct.	0	\$ 0
Nov. – Dic.	1	\$ 3000
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	0	\$ 0
May. – Jun.	0	\$ 0

Tabla 104 Viajes Internacionales - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,971285862
Coeficiente de determinación R^2	0,943396226
R^2 ajustado	0,929245283
Error típico	353,5533906
Observaciones	6

Tabla 105 Estadísticas de la regresión - Viajes Internacionales - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

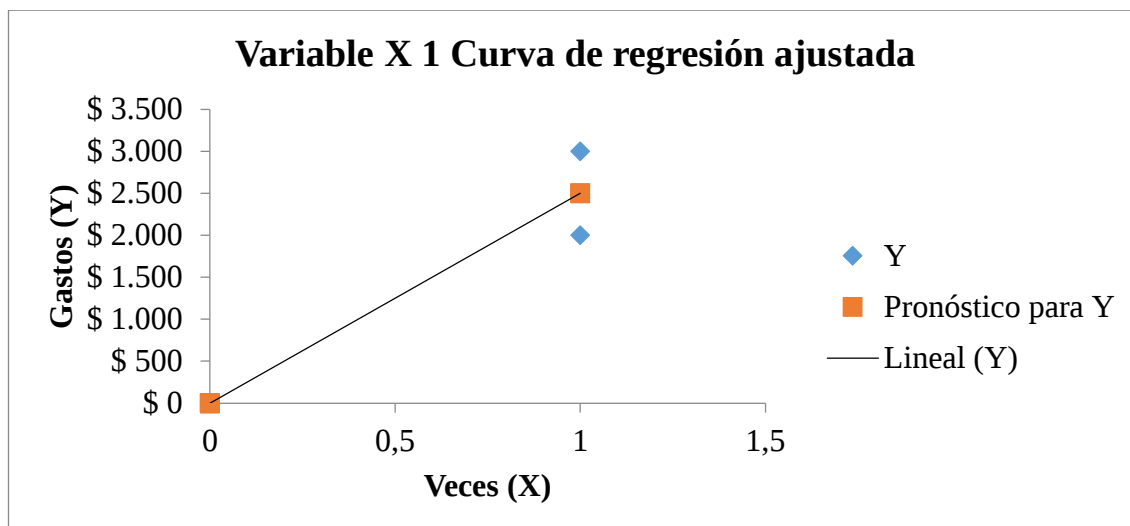


Gráfico 66 Curva de regresión ajustada - Viajes Internacionales - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 97,13% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 94,34%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 92,92% de las veces que se realicen viajes internacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

Restaurantes y Cafés

- Encuesta N° 31

Restaurantes y Cafés - Encuesta N° 31		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	6	\$ 180
Sept. – Oct.	8	\$ 200
Nov. – Dic.	5	\$ 250
Ene. – Feb.	5	\$ 180
Mar. – Abr.	3	\$ 150
May. – Jun.	6	\$ 180

Tabla 106 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,3273268
Coeficiente de determinación R^2	0,1071429
R^2 ajustado	-0,1160714
Error típico	35,355339
Observaciones	6

Tabla 107 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

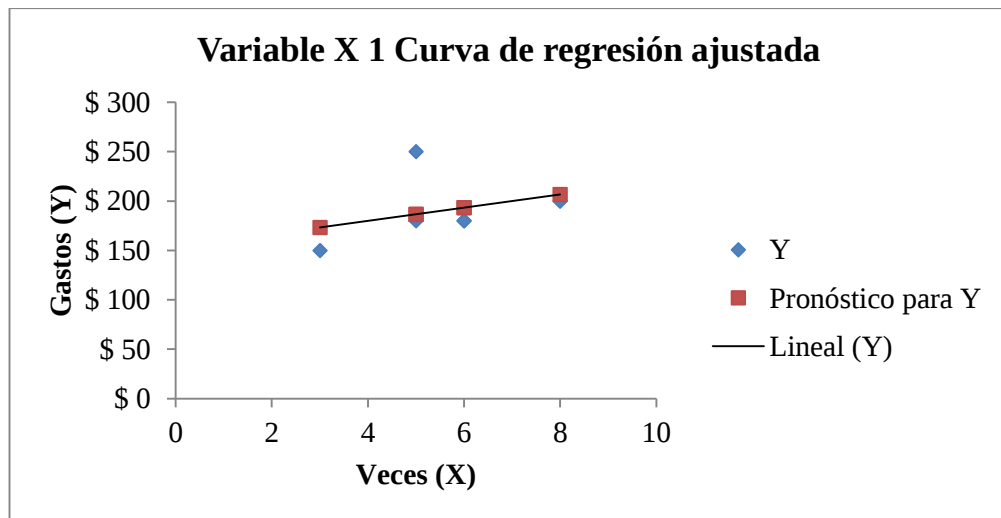


Gráfico 67 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 31

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que asistieron a restaurantes o cafés, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 32,7% (coeficiente de correlación), lo que es un porcentaje bastante bajo. En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 10,7%, por lo cual el porcentaje es poco significativo. Por último se tiene r^2 ajustado, en donde se obtiene un porcentaje negativo de -11,6%, es decir, en este caso los gastos no dependen de las veces que se asistan a restaurantes o cafés. Para que haya una buena relación de dependencia entre las dos variables, se dice que el porcentaje de los 3 parámetros indicados debe ser mayor a 65% para que explique el modelo, pero claramente se puede notar que esto no se cumple ya que todos los porcentajes son menores a 65%. También se puede observar que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 32**

Restaurantes y Cafés - Encuesta N° 32		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	5	\$ 180
Sept. – Oct.	8	\$ 220
Nov. – Dic.	3	\$ 150
Ene. – Feb.	8	\$ 200
Mar. – Abr.	8	\$ 230
May. – Jun.	5	\$ 180

Tabla 108 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9431332
Coeficiente de determinación R ²	0,8895003
R ² ajustado	0,8618754
Error típico	10,941116
Observaciones	6

Tabla 109 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

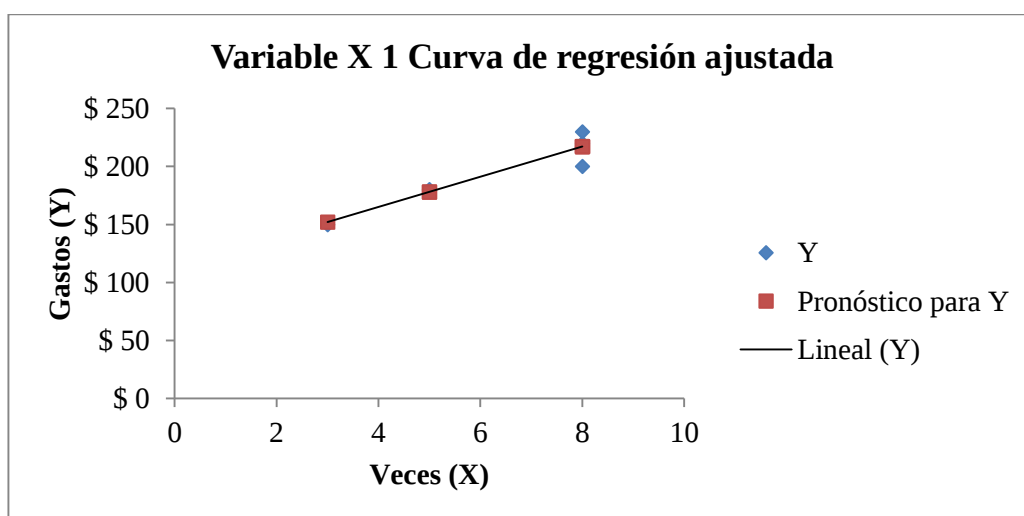


Gráfico 68 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 32

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que asistieron a restaurantes y cafés, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 94,3% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 88,9%. Para confirmar lo anterior, se

tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 86,2% de las veces que se asistan a restaurantes o cafés, es decir, mientras más veces se asistan a restaurantes o cafés, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 33**

Restaurantes y Cafés - Encuesta N° 33		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	10	\$ 200
Sept. – Oct.	7	\$ 150
Nov. – Dic.	10	\$ 200
Ene. – Feb.	12	\$ 250
Mar. – Abr.	10	\$ 240
May. – Jun.	12	\$ 250

Tabla 110 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9274893
Coeficiente de determinación R^2	0,8602363
R^2 ajustado	0,8252954
Error típico	16,455761
Observaciones	6

Tabla 111 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

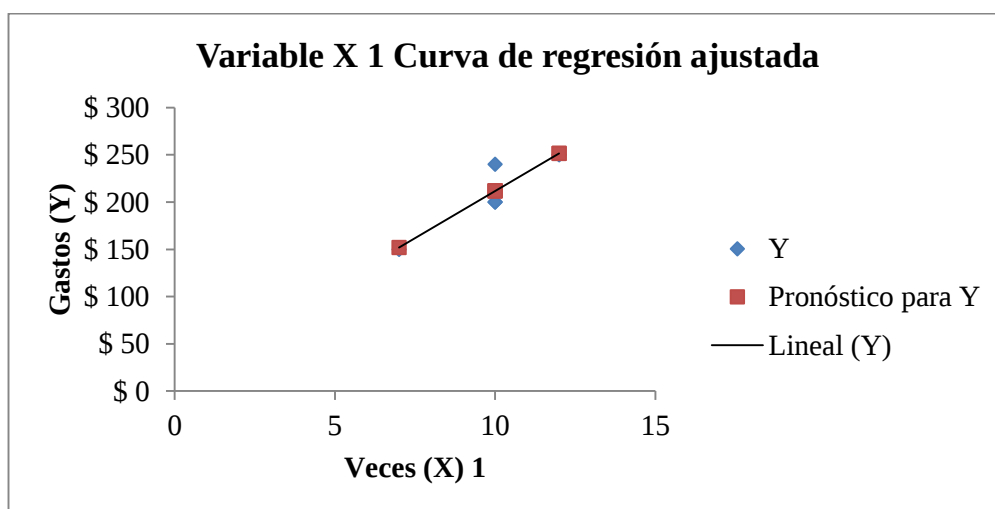


Gráfico 69 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 33

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que asistieron a restaurantes y cafés, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 92,7% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 86%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 82,5% de las veces que se asistan a restaurantes o cafés, es decir, mientras más veces se asistan a restaurantes o cafés, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 42**

Restaurantes y Cafés - Encuesta N° 42		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	8	\$ 160
Sept. – Oct.	12	\$ 200
Nov. – Dic.	15	\$ 250
Ene. – Feb.	8	\$ 180
Mar. – Abr.	10	\$ 180
May. – Jun.	15	\$ 250

Tabla 112 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9670486
Coeficiente de determinación R^2	0,935183
R^2 ajustado	0,9189787
Error típico	10,900971
Observaciones	6

Tabla 113 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

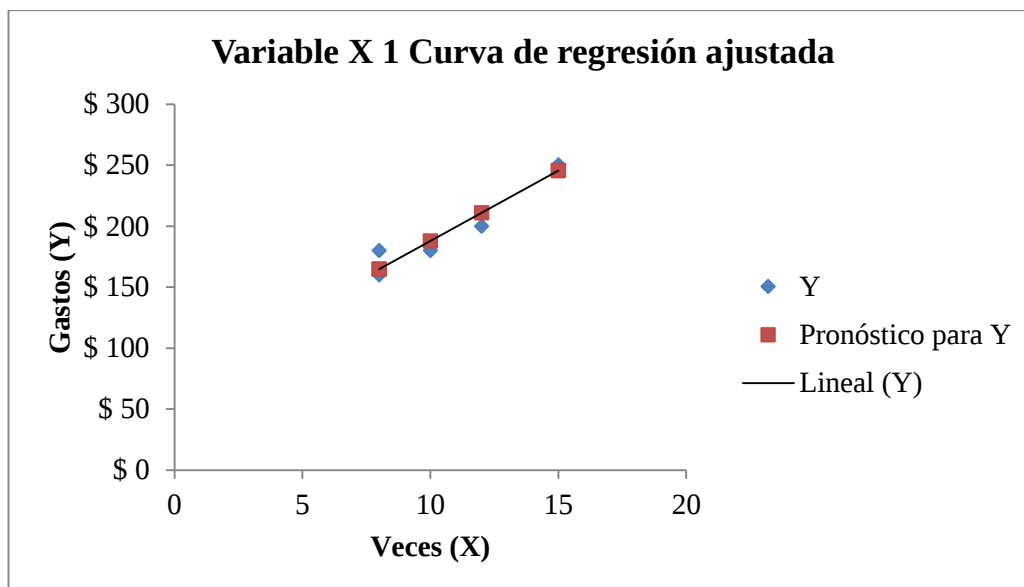


Gráfico 70 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 42

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que asistieron a restaurantes y cafés, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 96,7% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 93,5%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 91,9% de las veces que se asistan a restaurantes o cafés, es decir, mientras más veces se asistan a restaurantes o cafés, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 66

Restaurantes y Cafés - Encuesta N° 66		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	15	\$ 250
Sept. – Oct.	12	\$ 200
Nov. – Dic.	10	\$ 180
Ene. – Feb.	8	\$ 200
Mar. – Abr.	16	\$ 190
May. – Jun.	20	\$ 310

Tabla 114 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,7709508
Coeficiente de determinación R^2	0,5943652
R^2 ajustado	0,4929564
Error típico	35,293583
Observaciones	6

Tabla 115 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

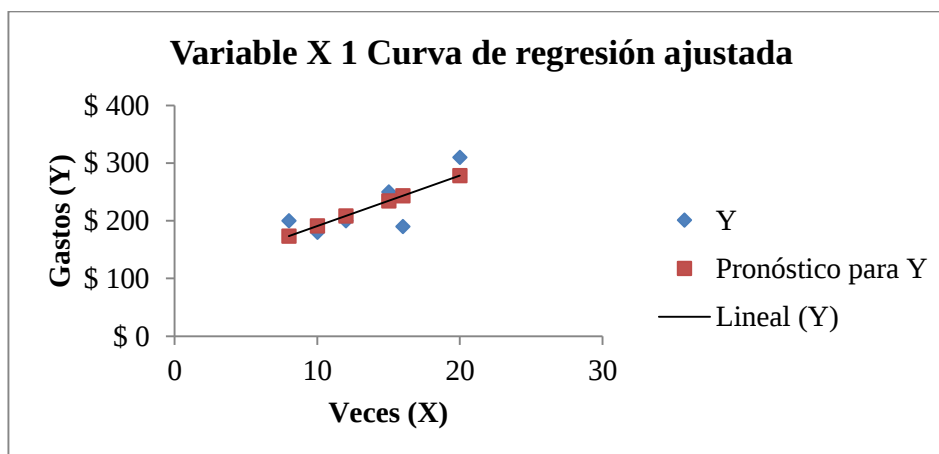


Gráfico 71 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 66

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente (Y) a los gastos y como independiente (X) a las veces que asistieron a restaurantes o cafés, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 77,1% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 (59,4%) y a r^2 ajustado (49,3%), se observa que obtienen un porcentaje menor a 65%, es decir, que la variable independiente veces, no explica el modelo. Sin embargo, se puede observar que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 71

Restaurantes y cafés – Encuesta N° 71		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	17	\$ 250
Sept. – Oct.	17	\$ 250
Nov. – Dic.	17	\$ 250
Ene. – Feb.	17	\$ 250
Mar. – Abr.	17	\$ 250
May. – Jun.	17	\$ 250

Tabla 116 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R^2	1
R^2 ajustado	1
Error típico	0
Observaciones	6

Tabla 117 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

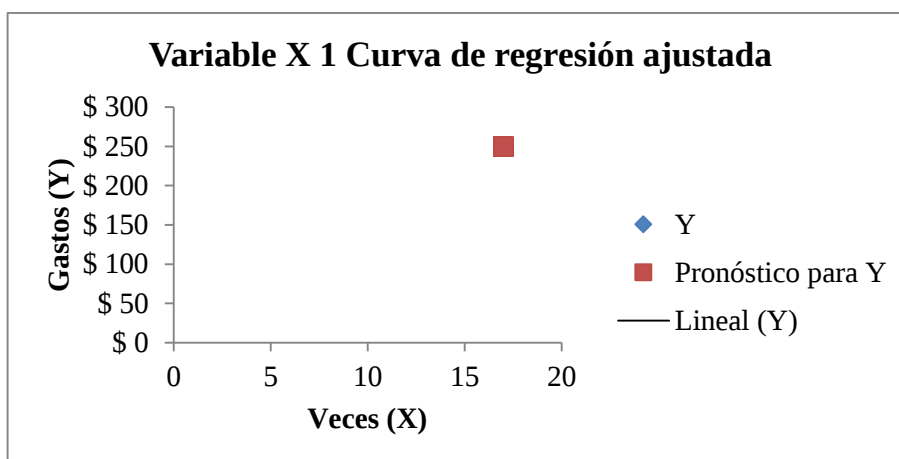


Gráfico 72 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 71

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que fueron a restaurantes y cafés, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se concluye que la relación entre las dos variables es perfecta. En este caso no se puede observar la línea de tendencia, sin embargo cabe recalcar que la misma es positiva.

- Encuesta N° 80

Restaurantes y cafés – Encuesta N° 80		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	12	\$ 200
Sept. – Oct.	12	\$ 200
Nov. – Dic.	12	\$ 200
Ene. – Feb.	12	\$ 200
Mar. – Abr.	12	\$ 200
May. – Jun.	12	\$ 200

Tabla 118 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R ²	1
R ² ajustado	1
Error típico	0
Observaciones	6

Tabla 119 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

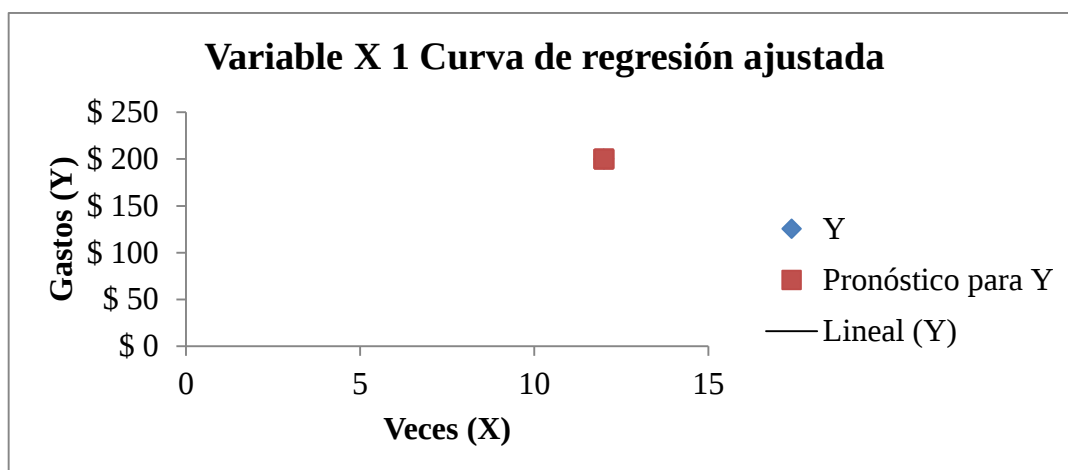


Gráfico 73 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 80

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que se fueron a restaurantes y cafés, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se concluye que la relación entre las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 102

Restaurantes y cafés – Encuesta N° 102		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	15	\$ 500
Sept. – Oct.	15	\$ 500
Nov. – Dic.	15	\$ 500
Ene. – Feb.	10	\$ 350
Mar. – Abr.	12	\$ 350
May. – Jun.	12	\$ 350

Tabla 120 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,9397934
Coeficiente de determinación R^2	0,8832117
R^2 ajustado	0,8540146
Error típico	31,391105
Observaciones	6

Tabla 121 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

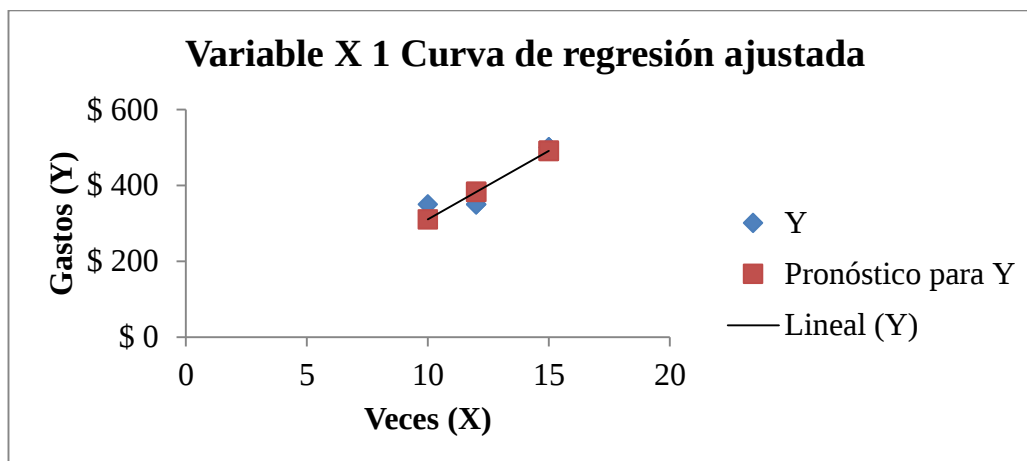


Gráfico 74 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 102

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 93,98% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 88,32%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 85,4% de las veces que se asistan a restaurantes o cafés, es decir, mientras más veces se asistan a restaurantes o cafés, mayor será el valor de los gastos. Para concluir se puede decir que la línea de tendencia es positiva.

- Encuesta N° 103

Restaurantes y cafés – Encuesta N° 103		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	7	\$ 80
Sept. – Oct.	3	\$ 40
Nov. – Dic.	9	\$ 100
Ene. – Feb.	0	\$ 0
Mar. – Abr.	7	\$ 60
May. – Jun.	3	\$ 40

Tabla 122 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0,971085219
Coeficiente de determinación R^2	0,943006503
R^2 ajustado	0,928758128
Error típico	9,348263439
Observaciones	6

Tabla 123 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

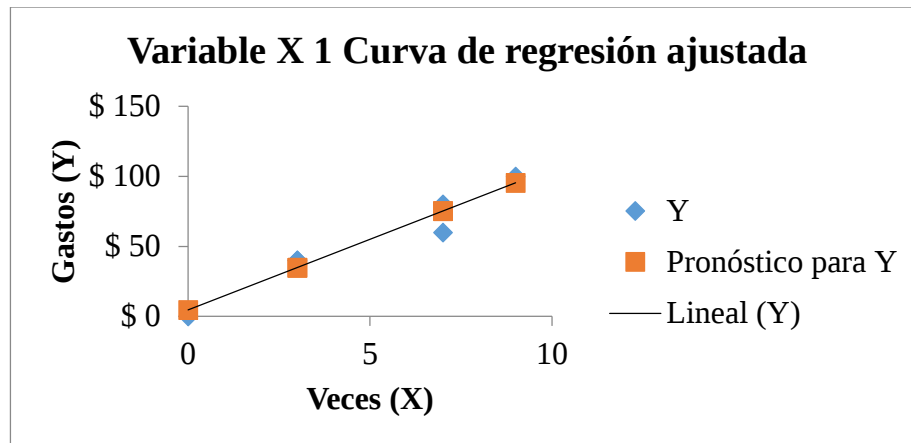


Gráfico 75 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 103

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que asistieron a restaurantes o cafés, se puede observar que las variables están relacionadas entre sí en un 97,10% (coeficiente de correlación). En cuanto al coeficiente de determinación r^2 , se puede decir que la variable independiente veces, explica al modelo en un 94,3%. Para confirmar lo anterior, se tiene r^2 ajustado, en donde los gastos dependen en un 92,87% de las veces que se realicen viajes internacionales, es decir, mientras más viajes se realice, mayor será el valor de los gastos. Aunque los porcentajes bajaron un poco para este caso, aun así sigue habiendo una buena relación entre las variables ya que el porcentaje es mayor a 65%. Como conclusión se tiene que la línea de tendencia es positiva.

- **Encuesta N° 112**

Restaurantes y cafés – Encuesta N° 112		
Meses	Veces	Gastos
Jul. – Ago.	16	\$ 300
Sept. – Oct.	16	\$ 300
Nov. – Dic.	16	\$ 300
Ene. – Feb.	16	\$ 300
Mar. – Abr.	16	\$ 300
May – Jun	16	\$ 300

Tabla 124 Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	1
Coeficiente de determinación R ²	1
R ² ajustado	1
Error típico	0
Observaciones	6

Tabla 125 Estadísticas de la regresión – Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

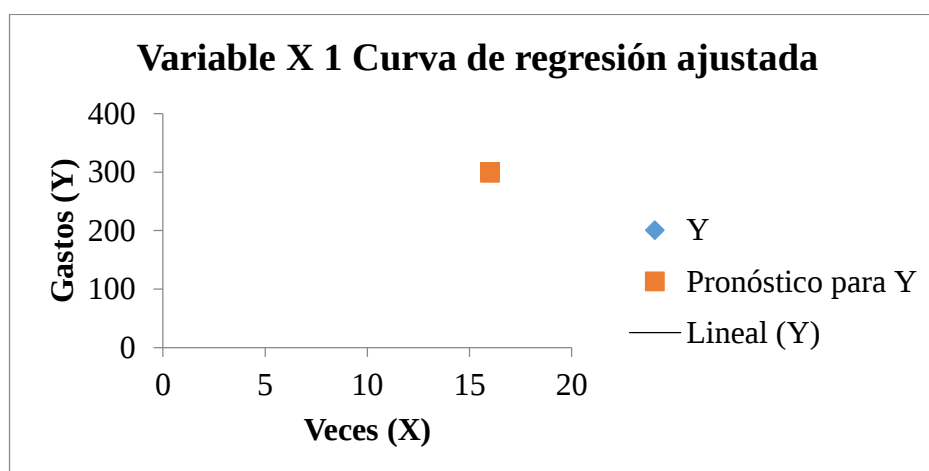


Gráfico 76 Curva de regresión ajustada - Restaurantes/Cafés - Encuesta N° 112

Elaborado por: Los autores

Interpretación: Tomando como variable dependiente a los gastos y como independiente (X) a las veces que visitaron restaurantes y cafés, se puede observar que tanto el coeficiente de correlación como el coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtienen un porcentaje de 100%, por lo que se concluye que la relación entre las dos variables es perfecta. Es importante recalcar que la línea de tendencia es positiva.

Conclusiones de las regresiones:

- **Viajes Nacionales:** Como conclusión de los viajes nacionales se puede decir que de las 10 encuestas que se tomó para el estudio, todas tienen una línea de tendencia con pendiente positiva, también se observa que los 3 parámetros analizados, coeficiente de correlación, coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtuvieron valores mayores al 65%, es decir, existe una relación positiva entre las veces que se realizan viajes nacionales con los gastos de los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca. Concluyendo de tal manera que mientras más veces realicen viajes nacionales, mayor será el gasto.
- **Viajes Internacionales:** De las 10 encuestas utilizadas para el estudio, se obtuvo los siguientes resultados: Todas tienen una línea de tendencia con pendiente positiva, además que los 3 parámetros observados, coeficiente de correlación, coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, obtuvieron valores mayores al 65%, es decir, que los gastos dependen directamente de las veces que se realicen viajes internacionales. Por último se puede agregar que existe una relación positiva, debido a que mientras más veces realicen viajes internacionales, mayor será el gasto de los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca.
- **Restaurantes y cafés:** Para el estudio de la regresión se tomaron 10 encuestas de las cuales se puede decir que todas tienen una línea de tendencia con pendiente positiva, es importante recalcar que en dichas encuestas se encontraron dos casos diferentes, en una de ellas se obtuvo un r^2 negativo lo que significaría que la variable veces no explica el modelo, en otro caso se encontró un r^2 menor al 65% por lo que se puede aplicar la misma interpretación anteriormente mencionada. Pero en las otras 8 encuestas se puede notar que los 3 parámetros observados, coeficiente de correlación, coeficiente de determinación r^2 y r^2 ajustado, son mayores al 65%, es decir, que los gastos dependen directamente de las veces que los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca asistan a restaurantes y cafés

CAPÍTULO IV

4. INVESTIGACIÓN DEL SECTOR DE ENTRETENIMIENTO

Se realizó un cuadro condensado de los gastos anuales promedio por persona y del número de veces que realizan cada actividad de entretenimiento considerada en la encuesta y se obtuvieron los siguientes resultados, los mismos que se explicarán con mayor detalle a lo largo de este capítulo.

GASTOS ANUALES PROMEDIO POR PERSONA		
Actividades Diurnas		
Viajes Nacionales	\$ 636,86	14,39%
Viajes Internacionales	\$ 2.268,58	51,24%
Museos	\$ 14,36	0,32%
Eventos Deportivos	\$ 60,41	1,36%
Yoga/Bailoterapia/Gimnasio/Spa	\$ 229,65	5,19%
Cursos	\$ 139,19	3,14%
Actividades Nocturnas		
Eventos Culturales	\$ 68,89	1,56%
Restaurantes/Cafés	\$ 846,98	19,13%
Bares Discotecas	\$ 162,13	3,66%
Total	\$ 4.427,05	100%

Tabla 126 Gastos anuales promedio por persona

Elaborado por: Los autores

VECES PROMEDIO POR PERSONA	
Actividades Diurnas	
Viajes Nacionales	3
Viajes Internacionales	1
Museos	5
Eventos Deportivos	4
Yoga/Bailoterapia/Gimnasio/Spa	64
Cursos	40
Actividades Nocturnas	
Eventos Culturales	7
Restaurantes/Cafés	49
Bares Discotecas	7

Tabla 127 Veces promedio por persona

Elaborado por: Los autores

4.1 Actividades diurnas



Infografía 1 Actividades Diurnas
Elaborado por: Los autores

4.2 Actividades nocturnas



Infografía 2 Actividades Nocturnas

Elaborado por: Los autores

4.3 Observación

Se realizará un análisis del sector del entretenimiento en los 3 sectores que obtuvieron mayor adherencia en las encuestas realizadas. Estas 3 categorías son: Viajes nacionales, viajes internacionales y restaurantes/café.

4.3.1 Parámetros de observación

Se realizaron cuestionarios de observación, los mismos que serán aplicados en restaurantes y agencias de viajes para de esa manera realizar un análisis de cada parámetro descrito en el cuestionario.

- Cuestionario N° 1: Agencias de Viajes. Ver anexo # 7.
- Cuestionario N° 2: Restaurantes y Cafés. Ver anexo # 7.

4.3.2 Lugares a observar

Para analizar estas dos categorías, se ha visto conveniente aplicar el cuestionario de observación en 5 agencias de viajes y en 5 restaurantes o cafés para de esa manera recabar datos útiles para la investigación. Los lugares a visitar se obtuvieron de la página web de GringoTree ya que aquí se puede encontrar un *ranking* de las agencias de viajes y restaurantes o cafés más visitados por los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca. Para revisar las facturas de los restaurantes/café y las proformas de las agencias de viajes ver Anexo # 8.

Viajes nacionales e internacionales

A continuación se presentan los nombres de las agencias de viajes en donde se realizó la investigación:

- Expediciones Apullacta Tours

Es una agencia de viajes ubicada en las calles Gran Colombia 11-02 y General Torres en el Edificio Asociación de Empleados, 2do Piso, Oficina 111. Es una de las empresas más reconocidas por los extranjeros para tours dentro y fuera del país y se enfoca específicamente en ellos ya que toda su información, desde los letreros y pancartas exhibidas afuera de su local están en inglés. Se acoplan a los horarios que los turistas desean, la atención es excelente y muy precisa ya que todos conocen los lugares turísticos más representativos.

- **Corpoviajes**

La agencia ubicada en las calles Presidente Borrero 6-49 y Juan Jaramillo (Junto a la Cruz Roja), tiene oficinas cómodas con una pequeña sala de espera a pesar de que la atención es inmediata. Fotos de los atractivos turísticos más importantes del Ecuador decoran el local y llaman la atención para ofertarlos a todo tipo de turistas. Al estar ubicado en el centro histórico, para los extranjeros es muy cómodo llegar a pie o tienen un amplio parqueadero a su disposición junto al local en caso de que vayan en vehículo.

- **VazTours**

Ubicado en la Gran Colombia 8-02 y Luis Cordero (esq). Sus oficinas son nuevas debido a la reciente remodelación de la casa patrimonial donde está ubicado el local. Sus números de teléfono son: 2839018 – 2822223

- **Aventours**

Ubicado frente al parque de la madre en la calle Federico Malo 1-555 (Sector Cámara de Comercio), es una excelente opción para los estadounidenses jubilados residentes en Cuenca. Sus instalaciones son cómodas y todo el personal está capacitado para explicar con detenimiento cada uno de los lugares a donde prefieren ir de turismo ya que ellos mismos son los guías. El local tiene parqueadero solamente para un vehículo pero al estar frente al parque, tienen comodidad de un parqueadero subterráneo muy económico.

- **Pazhuca Tours**

Un local centrado de forma cómoda para los turistas es Pazhuca Tours ubicado en la calle Hermano Miguel y Presidente Córdova. En asociación con VanService es una de las compañías de turismo que más ocupan los extranjeros debido a que se encargan del city tour de 2 pisos. También ofrecen múltiples paquetes promocionales dentro y fuera del país. La oficina es bastante pequeña pero acogedora aunque muchas de las veces se puede ver esperando a muchos extranjeros afuera de las oficinas ya que no cuenta con salas de espera.

Restaurantes y cafés

Los 5 restaurantes y cafés en donde se realizó la observación son:

- Tutto Matto Pizza

Los propietarios del local son Narcy y Olmes Jaramillo, Narcy nació en la ciudad de Guayaquil pero gran parte de su vida residió en Estados Unidos. Ellos comenzaron con dicha pizzería en Florida, pero hace un tiempo tomaron la decisión de regresar al Ecuador, lugar natal de Narcy, e instalar su negocio. Actualmente sirven una gran variedad de pizzas y pastas que son muy apetecidas por los jubilados estadounidenses residentes en la ciudad. El ambiente es muy agradable con grandes fotos de lugares emblemáticos de Estados Unidos, sus dueños son muy amables por lo que se puede decir que la atención es excelente. El local está ubicado en la Av. Solano 8-51 y Av. 10 de agosto frente al colegio “La Salle”.

- Salvia Restaurant

Es un restaurante de cocina europea moderna, situado en la calle Roberto Crespo Toral y Luis Moreno Mora, frente a Ecuamuebles. Sus dueños de nacionalidad británica, Gavin y Karen Quinn, piensan que la comida excepcional y el buen servicio van de la mano. Dicho restaurante ha sido adecuado en una casa antigua pero con un toque elegante. Tienen un menú poco variado pero exclusivo, el mismo que varía mensualmente. También ofrecen servicio de catering para cualquier evento social.

- Café y Pastelería Popacuchu

El café y pastelería Popacuchu, está ubicado al sur de la ciudad, en la Av. Primero de Mayo y Av. de las Américas en el Edificio “Cuatro Ríos”, posee un ambiente tranquilo y acogedor. El menú se puede encontrar colocado en cada mesa, el mismo que contiene exquisitos platos y postres para todo gusto. Sus dueños escogieron esta llamativo nombre en honor a sus dos perros: Popa y Cuchufli, pero al no quedar armónicamente combinados los dos nombres, procedieron a recortar el nombre de Cuchufli y así fue como nació este nombre tan particular.

- Common Ground Cafe and Waffle House

Es un bar restaurante con un ambiente deportivo, posee un extenso menú, no solo de platos sino también de bebidas, en especial de bebidas alcohólicas. Los precios están

en el rango de medio, medio altos, pero el exquisito sabor de su comida compensa el costo de cada plato. Está ubicado en la Av. Paucarbamba 2-75, diagonal a los consultorios de la Clínica Santa Ana. Los fines de semana se organizan varias actividades como karaokes o bailes para entretener a los clientes. También es importante recalcar que posee un amplio parqueadero.

- **Don Colón Restaurante**

Ubicado en el centro de la ciudad, Mariscal Sucre 9-14 y Benigno Malo, diagonal al Parque Calderón. Su dueño hace algunos años fue a Estados Unidos en busca del sueño americano allí empezó su gusto en la cocina. Tuvo su propio restaurante llamado Fleming Sea Food, el mismo que fue un total éxito. Luego tuvo otro restaurante llamado Angus, el mismo que estuvo ubicado en Cancún, pero desafortunadamente el huracán Gilbert acabó con su negocio. Regresó a Estados Unidos e instauró un restaurante mexicano llamado Panchos, quien fue premiado con cuatro estrellas por el Naples Dially News. Al regresar al Ecuador, estableció un restaurante en Quito con el nombre de Don Colón y finalmente fundó en la ciudad de Cuenca un restaurante con el mismo nombre. La decoración del local es muy acogedora y un tanto romántica, el lugar es muy amplio y se puede escoger entre consumir sus deliciosos platos dentro del local o al aire libre.

4.3.3 Análisis

Agencias de viajes

- **Apullacta Tours**

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: AGENCIAS DE VIAJES		
	Alternativas	Apullacta Tours
	Horario de atención	8:30 - 13:00 / 2:30 - 18:00
	Atención bilingüe	Si
	Información en inglés	Si
Destinos Nacionales	Destino 1	Ingapirca
	Destino 2	Alausí
	Destino 3	Paute, Gualaceo, Chordeleg
Destinos Internacionales	Destino 1	Perú
	Destino 2	Bolivia
	Destino 3	Estados Unidos

	Tiempo de atención	Inmediato
	Número de personas para el servicio	4
	Guía turístico	Si

Tabla 128 Cuestionario de observación: Apullacta Tours

Elaborado por: Los autores

Sobre Apullacta Tour se puede decir que tienen un horario de atención de lunes a viernes y cierran al medio día en el horario de almuerzo pero a pesar de ese horario, hay números de teléfonos a disposición las 24 horas. La entrada a las oficinas es a través de gradas que pueden dificultar el ingreso para personas de la tercera edad. Se observa que dos de las cuatro personas que atienden hablan inglés fluídamente y saben tratar al cliente explicando con detenimiento los puntos a visitar en los diferentes tours. La información de los letreros en entradas y salidas sobre los destinos turísticos y servicios que ofrecen están en inglés. Principalmente para viajes dentro del país, los lugares de preferencia son Ingapirca en la Provincia del Cañar, Alausí en la Provincia de Chimborazo y dentro del Azuay a Paute, Gualaceo y Chordeleg donde visitan y van de compras todo el día. Para viajes internacionales uno de los destinos más visitados es Machu Picchu en Perú, seguido por Bolivia y también Estados Unidos, este último es debido a que regresan a visitar a sus familiares en épocas determinadas. Al estar cuatro personas en atención al cliente no existe tiempo de espera y todos los paquetes ofrecen un guía bilingüe.

- Corpoviajes

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: AGENCIAS DE VIAJES		
	Alternativas	Corpoviajes
	Horario de atención	8:30 - 13:00 / 15:00 - 18:30
	Atención bilingüe	Si
	Información en inglés	Si
Destinos Nacionales	Destino 1	Quito
	Destino 2	Galápagos
	Destino 3	Otavallo
Destinos Internacionales	Destino 1	EEUU
	Destino 2	Perú
	Destino 3	Argentina
	Tiempo de atención	Inmediato
	Número de personas para el servicio	2
	Guía turístico	Si

Tabla 129 Cuestionario de observación: Corpoviajes

Elaborado por: Los autores

Las oficinas de Corpoviajes son muy cómodas y tienen su propia sala de espera. La atención es bilingüe con cualquiera de las dos personas que atienden el local, pero una de ellas tiene el inglés más fluido por lo que recibe a casi todos los extranjeros que hablan en otro idioma. Los letreros y folletos están detallados en su mayoría en inglés exceptuando algunos que pueden ser enviados por correo electrónico traducido a otro idioma. Los destinos turísticos más importantes para estadounidenses residentes en Cuenca son Quito, Galápagos y Otavalo. Todos son *tours* con estadía y guía turístico. Para viajes internacionales, están Estados Unidos, Perú y Argentina. El tiempo de atención es inmediato aunque si el personal está totalmente ocupado, hay una espera de máximo cinco minutos.

- **VazTours**

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: AGENCIAS DE VIAJES		
	Alternativas	VazTours
	Horario de atención	8:00 - 13:00 / 15:00 - 18:00
	Atención bilingüe	Si
	Información en inglés	No
Destinos Nacionales	Destino 1	Ingapirca
	Destino 2	Oriente
	Destino 3	Galápagos
Destinos Internacionales	Destino 1	Estados Unidos
	Destino 2	Perú
	Destino 3	Panamá
	Tiempo de atención	Inmediato
	Número de personas para el servicio	1
	Guía turístico	Si

Tabla 130 Cuestionario de observación: VazTours

Elaborado por: Los autores

Las oficinas de VazTours están ubicadas en uno de los edificios más elegantes y recientemente remodelados del centro histórico de la ciudad. Atienden de lunes a viernes y cierran únicamente entre las 13:00 y 15:00 horas. La atención es bilingüe únicamente a través de la gerente del local y toda la información publicada así como *flyers* están en español. Los lugares preferidos dentro del país por estadounidenses jubilados para esta agencia son Ingapirca, el Oriente y Galápagos. En viajes internacionales se ofrecen paquetes más frecuentes a Estados Unidos, Perú y Panamá. La atención es inmediata a pesar de que solamente hay una persona para los clientes y

si se requiere de ayuda adicional, la gerente del local también cumple con funciones de vendedora. Todos los paquetes incluyen guías turísticos bilingües.

- **Aventours**

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: AGENCIAS DE VIAJES		
	Alternativas	Aventours
	Horario de atención	9:00 - 13:00 / 15:00 - 19:00
	Atención bilingüe	Si
	Información en inglés	Si
Destinos Nacionales	Destino 1	Oriente
	Destino 2	Quito
	Destino 3	Alausí
Destinos Internacionales	Destino 1	Panamá
	Destino 2	Perú
	Destino 3	Estados Unidos
	Tiempo de atención	Inmediato
	Número de personas para el servicio	2
	Guía turístico	Si

Tabla 131 Cuestionario de observación: Aventours

Elaborado por: Los autores

Aventours es una agencia prestigiosa por su atención al cliente, así como por la variedad de ofertas y paquetes turísticos que ofrece. Su horario de atención es desde las 9 de la mañana hasta la 1 de la tarde y desde las 3 de la tarde hasta las 7 de la noche. Las personas que atienden el local son bilingües y toda la información está en inglés y español. En el tema de viajes nacionales principalmente están al Oriente, Quito y Alausí. Para viajes fuera del país los destinos son Panamá, Perú y Estados Unidos. La atención es inmediata y el número de personas para el servicio son dos. Todos los paquetes incluyen guías turísticos bilingües y se ajustan a los horarios de los clientes.

- **Pazhuca Tours**

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: AGENCIAS DE VIAJES		
	Alternativas	Pazhuca Tours
	Horario de atención	9:00 - 13:00 / 2:30 - 18:00
	Atención bilingüe	Si
	Información en inglés	Si
Destinos Nacionales	Destino 1	Baños de Ambato
	Destino 2	Puyo
	Destino 3	Quito
Destinos Internacionales	Destino 1	Panamá
	Destino 2	Perú
	Destino 3	Estados Unidos
	Tiempo de atención	Inmediato
	Número de personas para el servicio	2
	Guía turístico	Si

Tabla 132 Cuestionario de observación: Pazhuca Tours

Elaborado por: Los autores

Conocido principalmente por sus *City Tours* en los buses de dos pisos, Pazhuca Tours con convenio con Van Service ofrecen paquetes turísticos muy completos. La atención es bilingüe de parte del propietario del local y toda la información expuesta está en inglés y español. Para extranjeros jubilados los lugares más visitados dentro del Ecuador son Baños de Ambato, El Puyo y Quito debido a que son tours donde no se requieren largas caminatas. Para viajes internacionales los preferidos son Panamá, Perú y Estados Unidos. La atención es inmediata y todos los paquetes incluyen en su precio guías bilingües disponibles durante todo el recorrido.

Restaurantes y cafés

- **Tutto Matto Pizza**

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: RESTAURANTES/CAFÉS		
	Alternativas	Tutto Matto Pizza
Servicio	Horario de atención	Martes a sábado 11:00 am - 21:00 pm
	Atención al cliente (Buena/Regular/Mala)	Buena
	Atención bilingüe (Si/No)	Si
	Menú en inglés (Si/No)	Si

	Señalética en inglés (Si/No)	No
	Número de personas para el servicio	1 persona
Tiempos de espera	Ofrecer menú	2 minutos
	Tomar la orden	5 minutos
	Bebidas	3 minutos
	Entrada	10 minutos
	Ensalada	10 minutos
	Plato fuerte (Pizza/Pasta)	17 minutos
	Postre	10 minutos
	Entregan cuenta	3 minutos
Número de platos	Menú estudiantil	2 opciones
	Entrada	4 opciones
	Ensaladas	4 opciones
	Pastas	7 opciones
	Tipos de pizza	11 opciones
	Postre	2 opciones
	Bebidas alcohólicas	4 opciones
	Bebidas no alcohólicas	9 opciones

Tabla 133 Cuestionario de observación: Tutto Matto Pizza

Elaborado por: Los autores

Durante la investigación se pudo observar varios parámetros importantes, por ejemplo dicho local abre 5 días a la semana, sus dueños descansan los días domingo y lunes. Su horario de atención se puede decir que un poco limitado ya que incluso los fines de semana atiende solo hasta las 21:00. Se puede notar una atención excelente, muy atentos sus dueños siempre preguntando si está todo bien. En cuanto a la variedad de platos, se puede decir que si se tiene variedad para escoger, ya sea en pizzas o pastas, dentro de la carta se puede encontrar 7 categorías de comida: entradas, ensaladas, pastas, pizza y postre además de que cuentan con un menú estudiantil ya que están ubicados frente al colegio “La Salle”. Los tiempos de espera son promedio ya que no se demoran mucho en servir el mayor tiempo registrado es de 17 minutos, ya que una pizza necesita ser llevada al horno en ese momento para poder servirse caliente y que sea de mayor agrado para los clientes. Para el servicio solo se necesita una persona, quien entrega las cartas, toma el pedido, sirve la orden y hace la gestión de la cobranza.

- **Salvia Restaurant and Catering**

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: RESTAURANTES/CAFÉS		
	Alternativas	Salvia Restaurant
Servicio	Horario de atención	Miércoles a sábado 12:00 am - 15:00 pm (Almuerzo) 15:00 pm - 17:00 pm (Té - Reserva) 18:00 pm - 21:00 pm (Merienda) Domingo: 12:00 am - 15:00 pm
	Atención al cliente (Buena/Regular/Mala)	Buena
	Atención bilingüe (Si/No)	Si
	Menú en inglés (Si/No)	Si
	Señalética en inglés (Si/No)	No
	Número de personas para el servicio	1 persona
Tiempos de espera	Ofrecer menú	5 minutos
	Tomar la orden	5 minutos
	Bebidas	5 minutos
	Entrada / Para picar	15 minutos
	Almuerzo / Plato fuerte	20 minutos
	Postre	10 minutos
Número de platos	Entregan cuenta	5 minutos
	Aperitivos	5 opciones
	Entradas	4 opciones
	Para picar	3 opciones
	Almuerzo	2 opciones
	Plato fuerte	6 opciones
	Postre	3 opciones
	Extras	3 opciones
	Bebidas no alcohólicas	5 opciones
	Bebida alcohólicas	13 opciones

Tabla 134 Cuestionario de observación: Salvia Restaurante

Elaborado por: Los autores

Es un restaurante que deleita a sus clientes con platos exclusivos de la cocina europea moderna, platos con nombres extravagantes y llamativos, recomendado para personas que les gusta probar algo nuevo y no lo tradicional. Cada plato es servido con una decoración distinta y a la altura. Excelente atención, siempre con una sonrisa. Para el servicio solo se necesita una persona, quien entrega las cartas, toma el pedido, sirve la orden y hace la gestión de la cobranza. Posee un menú con pocas opciones y que va variado mes a mes ya que piensan que en la renovación está el éxito de un restaurante,

en inventar cada vez nuevos platos. Los tiempos se pueden decir que son aceptables ya que se tratan de platos gourmet y muy bien elaborados. Los horarios de atención son bastante limitados, no ofrecen desayunos, solo almuerzos y meriendas ya que la hora del té es solo bajo previa reserva. Los días de la semana que no atienden son los lunes y martes, los domingos solo abren al público desde las 12:00 am hasta las 15:00 pm.

- **Café y Pastelería Popacuchu**

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: RESTAURANTES/CAFÉS		
	Alternativas	Café y Pastelería Popacuchu
Servicio	Horario de atención	Lunes a jueves 10:00 am - 20:00 pm Viernes y sábado 10:00 am - 22:00 pm
	Atención al cliente (Buena/Regular/Mala)	Buena
	Atención bilingüe (Si/No)	Si
	Menú en inglés (Si/No)	Si
	Señalética en inglés (Si/No)	Si
	Número de personas para el servicio	2 personas
Tiempos de espera	Ofrecer menú	Está en la mesa
	Tomar la orden	5 minutos
	Bebidas	5 minutos
	Entrada	10 minutos
	Ensaladas	10 minutos
	Sopas / Sandwiches	15 minutos
	Postre	10 minutos
	Entregan cuenta	5 minutos
Número de platos	Entradas	3 opciones
	Ensaladas	5 opciones
	Sopas	2 opciones
	Sandwiches	5 opciones
	Postres	19 opciones
	Bebidas	10 opciones
	Bebidas con espresso	10 opciones
	Bebidas congeladas con espresso	4 opciones

Tabla 135 Cuestionario de observación: Café y Pastelería Popacuchu

Elaborado por: Los autores

Popacuchu es una cafetería y pastelería con un buen ambiente, tranquilo y acogedor. Algo importante de recalcar es que no se debe esperar a que le ofrezcan el menú ya que el mismo se encuentra sobre la mesa. De los lugares visitados es en el que menos tiempo de espera se registra. En cuanto a los platos se puede decir que los postres son bastante variados pero los platos de sal son limitados. El único día que no atienden es el domingo, por lo que se puede decir que se puede encontrar abierto gran parte del tiempo, lo cual es un valor agregado. Para la atención se necesitan de dos personas, la primera es quien toma la orden y sirve el pedido, mientras que la segunda persona realiza y cobra la cuenta. La atención es muy buena, solo se podría destacar un punto, una de las personas que atiende no conoce a fondo el menú lo cual no es beneficioso para el negocio.

- **Common Grounds Cafe and Waffle House**

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: RESTAURANTES/CAFÉS		
	Alternativas	Common Grounds Cafe and Waffle House
Servicio	Horario de atención	Lunes 8:00 am - 22:00 pm Mie. y jue.: 8:00 am - 22:00 pm Vie. y sáb. 8:00 am - 2:00 am Dom.: 10:00 am - 18:00 pm
	Atención al cliente (Buena/Regular/Mala)	Regular
	Atención bilingüe (Si/No)	Si
	Menú en inglés (Si/No)	Si
	Señalética en inglés (Si/No)	No
	Número de personas para el servicio	2 personas
Tiempos de espera	Ofrecer menú	10 minutos
	Tomar la orden	10 minutos
	Bebidas	10 minutos
	Aperitivos	10 minutos
	Ensaladas	10 minutos
	Sopas	15 minutos
	Plato fuerte/Sanduches/Hamburguesas	20 minutos
	Postre	10 minutos
Número de platos	Entregan cuenta	5 minutos
	Desayunos	15 opciones
	Omelette	3 opciones
	Aperitivos	4 opciones
	Ensaladas	3 opciones

	Sanduches	6 opciones
	Hamburguesas	3 opciones
	Sopas	2 opciones
	Plato fuerte	8 opciones
	Menú de niños	5 opciones
	Postres	5 opciones
	Bebidas Alcohólicas	124 opciones
	Bebidas no alcohólicas	17 opciones

Tabla 136 Cuestionario de observación: Common Grounds
Elaborado por: Los autores

Common Grounds está ubicado en la zona central de la ciudad, tiene un horario de atención bastante extenso, incluso los viernes y sábados atienden hasta las 2:00 am ya que realizan actividades como bailes o karaokes. El único día de la semana que no atienden es el martes. En mi opinión, la atención es regular ya que no están muy pendientes de los clientes. En cuanto a los tiempos de espera se puede decir que se demoran más que los otros lugares visitados. Los precios son un poco elevados pero los platos son realmente exquisitos. Tiene una gran variedad de licores y sobretodo de cocteles. Poseen muchas más categorías de platos que en el resto de lugares visitados. El ambiente es tranquilo y con un toque deportivo, ideal para ir con amigos o incluso en familia. Para la atención se necesitan de dos personas, la primera es quien toma la orden y sirve el pedido, mientras que la segunda persona elabora y cobra la cuenta.

- Don Colón Restaurante

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: RESTAURANTES/CAFÉS		
	Alternativas	Don Colón Restaurante
Servicio	Horario de atención	Lunes a domingo 7:00 am - 22:00 pm
	Atención al cliente (Buena/Regular/Mala)	Regular
	Atención bilingüe (Si/No)	Si
	Menú en inglés (Si/No)	Si
	Señalética en inglés (Si/No)	No
	Número de personas para el servicio	2 personas
Tiempos de espera	Ofrecer menú	5 minutos
	Tomar la orden	10 minutos
	Bebidas	10 minutos
	Aperitivos	10 minutos
	Ensaladas	10 minutos

	Sopas	15 minutos
	Carnes / Mariscos	20 minutos
	Postre	10 minutos
	Entregan cuenta	5 minutos
Número de platos	Aperitivos	7 opciones
	Sopas	3 opciones
	Ensaladas	4 opciones
	Carnes	11 opciones
	Mariscos	7 opciones
	Comida mexicana	5 opciones
	Postres	4 opciones
	Bebidas calientes	8 opciones
	Bebidas frías	3 opciones

Tabla 137 Cuestionario de observación: Don Colón Restaurante
Elaborado por: Los autores

Don Colón Restaurante está ubicado en el centro de la ciudad diagonal al Parque Calderón. Existen dos ambientes en el local y los clientes son quienes eligen entre servirse los alimentos en las mesas de la parte de adentro o en unas mesas ubicadas al exterior del local. El restaurante posee un ambiente un tanto romántico y a la vez elegante. El horario de atención es excelente ya que no cierran ningún día de la semana. La atención es regular debido a que la persona de servicio no conocía muy bien el menú, además que no fue del todo cortés. Para la atención se necesitan de dos personas, la primera es quien toma la orden y sirve el pedido, mientras que la segunda persona elabora y cobra la cuenta. Su menú no es muy variado y se podría acotar que los platos son algo tradicionales, es decir, son platos que se puede encontrar en algunos restaurantes. Por último, los tiempos de espera están dentro de los rangos de todos los restaurantes visitados.

4.3.4 Resultados

Restaurantes

Luego de realizada la observación y de haber analizado cada uno de los restaurantes/café, se puede concluir diciendo:

- **Horario de atención:** Don Colón es la mejor opción si se habla del horario de atención ya que mantiene abiertas sus puertas los 7 días de la semana, la siguiente opción sería Common Grounds Cafe and Waffle House que atiende 6 días a la

semana y los fines de semana tiene abierto su local hasta las 2:00 am, en tercer lugar esta Café y Pastelería Popacuchu que atiende de igual manera 6 días a la semana. La cuarta opción es Tutto Matto Pizza que abre sus puertas 5 días. Por último está Salvia Restaurante que atiende de igual manera 5 días a la semana pero sus horarios son bastante limitados.

- **Atención amable:** De los 5 restaurantes/café visitados, 3 de ellos poseen una buena atención, en donde se preocupan porque todo este perfecto desde la comida, atención y ambiente, siempre preguntando al cliente si todo está bien, estos 3 restaurantes son: Tutto Matto Pizza, Salvia Restaurante, Café y Pastelería Popacuchu. Los otros dos, Common Grounds y Don Colón tienen algunos aspectos en los cuales deberían mejorar, en especial está el hecho de que sus meseros/as deberían conocer perfectamente el menú.
- **Atención bilingüe:** En todos los 5 restaurantes/café visitados se pudo constatar que la atención es tanto en español como en inglés dependiendo de los clientes que asistan.
- **Menú en inglés:** Se pudo observar que todos los 5 restaurantes/café investigados poseían sus menús en idioma español e inglés.
- **Señalética en inglés:** De los 5 restaurantes/café observados, solamente Café y Pastelería Popacuchu posee señalética en inglés, es decir que los anuncios tales como baño, salida de emergencia, etc. se encuentran en inglés.
- **Número de personas para el servicio:** Luego de la observación se puede concluir diciendo que 3 de los 5 restaurantes/café investigados necesitan dos personas para realizar las siguientes tareas: entregar el menú, tomar el pedido, servir la comida, entregar la cuenta, estos 3 restaurantes son: Café y Pastelería Popacuchu, Common Grounds y Don Colón. Los otros dos, Salvia Restaurante y Tutto Matto Pizza solo necesitan una persona para realizar las actividades anteriormente mencionadas.
- **Tiempos de espera:** Tomando como referencia el plato fuerte, se puede decir que los 3 restaurantes/café en donde se registró mayor tiempo de espera son: Don

Colón, Common Grounds y Salvia Restaurante, el resto de categorías tales como bebidas, ensaladas, entradas, postres mantienen un tiempo de espera promedio.

- **Número de platos:** El restaurante/café que contiene mayor variedad de platos y bebidas es Common Grounds Café and Waffle House, y los dos que poseen menor variedad serían Salvia Restaurante y Don Colón. Los otros 2 mantienen un número promedio de platos y bebidas.

Agencias de Viajes

Luego de realizada la observación y de haber analizado cada una de las agencias de viajes, se puede concluir diciendo:

- **Horario de atención:** En la mayoría de locales la atención es desde las 8:30 de la mañana hasta las 19:00 cerrando únicamente para la hora del almuerzo, generalmente entre la una y las tres de la tarde. Todos de lunes a viernes con excepción de Apullacta Tours que ofrece sus números telefónicos para atención las 24 horas.
- **Atención bilingüe:** En todos los locales al menos una persona habla un inglés fluído por lo que no se observan problemas en este aspecto a menos que en temporadas altas haya un flujo más alto de clientes estadounidenses.
- **Información en inglés:** La señalización, información y detalles de servicios están en inglés en Apullacta Tours, Aventours, Corpoviajes y Pazhuca excluyéndose únicamente a Vaztours de este detalle que puede ser importante tomar en cuenta para futuras visitas de estadounidenses.
- **Destinos nacionales:** El más solicitado es Quito, que al ser ciudad capital, tiene atractivos históricos que agradan a turistas a nivel mundial. También está Alausí por su tren que viaja a la Nariz del Diablo. Otro de los destinos es el Oriente por su cultura y convivencia con la naturaleza. Y finalmente está Galápagos reconocida mundialmente por ser Patrimonio Natural de la Humanidad. Todos ellos son preferidos por estadounidenses jubilados que quieren recorrer el país.

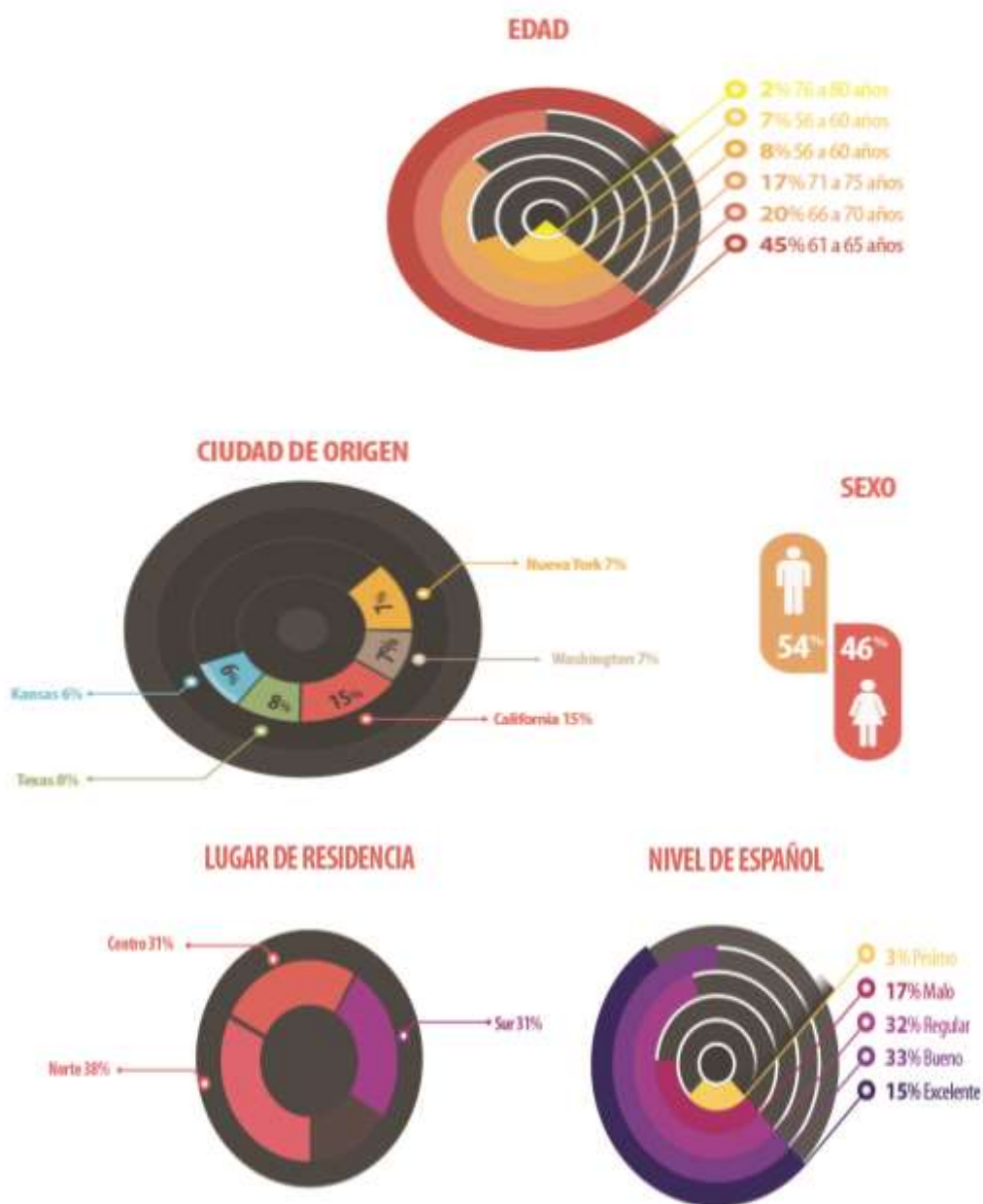
- **Destinos internacionales:** Principalmente está Estados Unidos que en fechas específicas como la Navidad, es el país con mayor frecuencia de viajes para el segmento de estadounidenses jubilados residentes en Cuenca. Seguido por Perú en especial a las ruinas de Macchu Picchu y Panamá por sus atractivos paquetes de ciudad y playa.
- **Tiempo de espera:** En todos los locales se pudo observar que el tiempo de atención es inmediato, todas las personas son amables y conocen con detalle los lugares a los que ofertan los paquetes.
- **Número de personas para el servicio:** A excepción de VazTours que solamente tiene una persona para atención al cliente, todas las agencias cuentan con 2 a 4 personas.
- **Guía Turístico:** En todas las agencias ofrecen para todos los paquetes guías turísticos bilingües.

CAPÍTULO V

5. DEFINIR PERFILES DEL GRUPO, IDEAS DE EMPRENDIMIENTO Y MERCADOS POTENCIALES.

5.1 Perfil del cliente

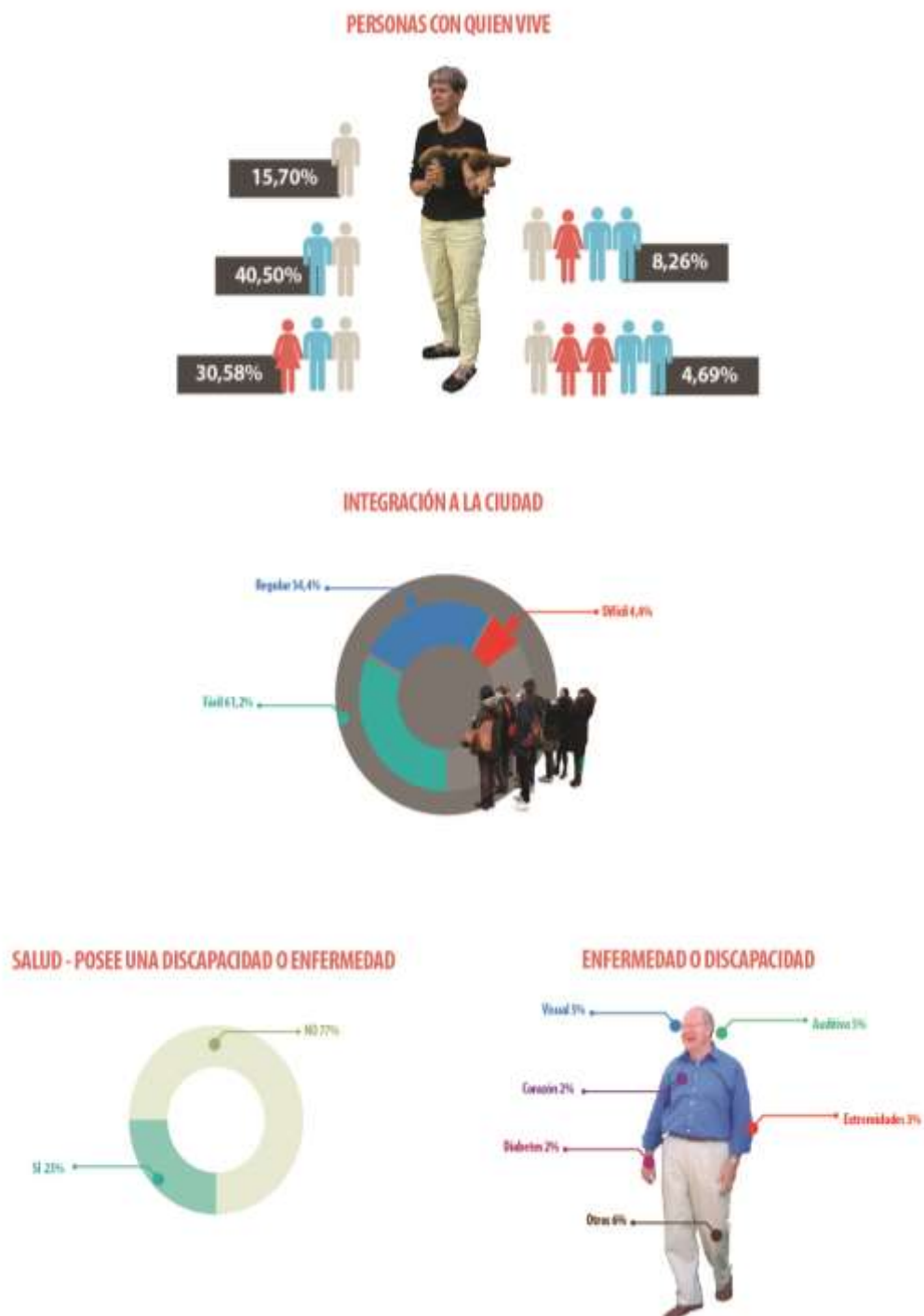
- Infografía demográfica N° 1



Infografía 3 Perfil demográfico del cliente N° 1

Elaborado por: Los autores

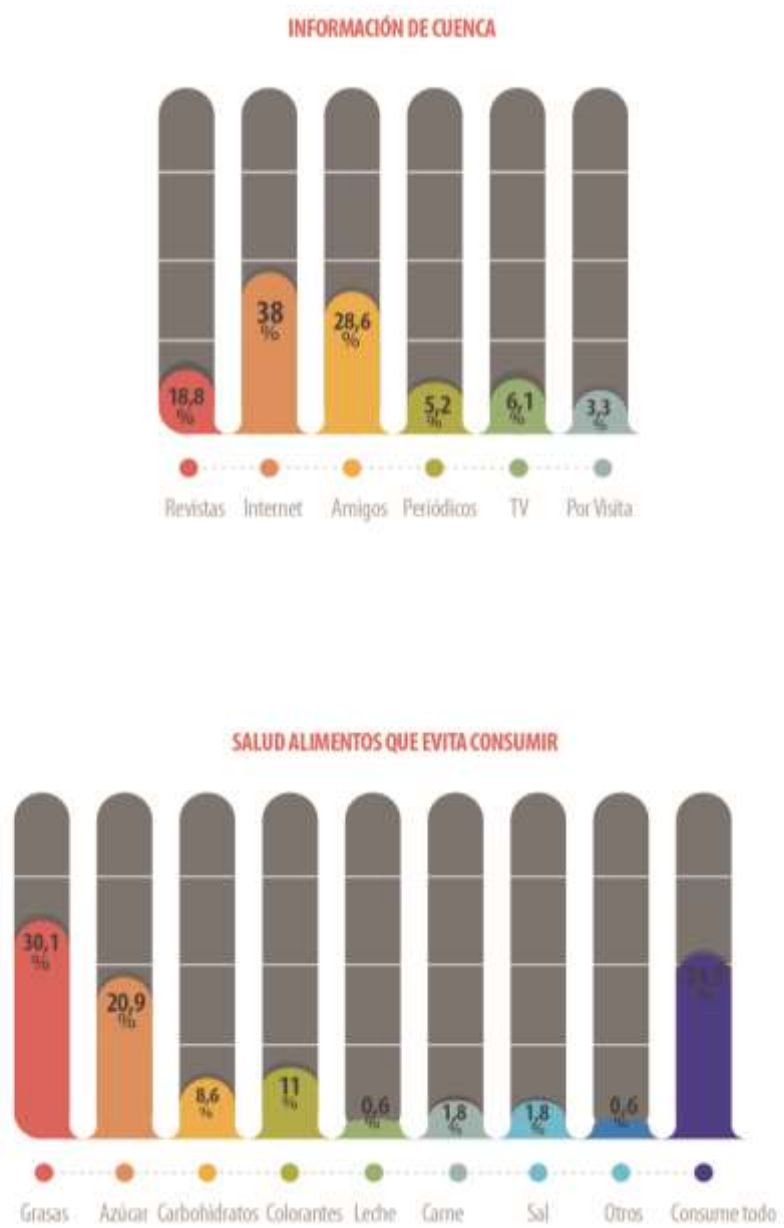
- Infografía demográfica N° 2



Infografía 4 Perfil demográfico del cliente N° 2

Elaborado por: Los autores

- Infografía demográfica N° 3



Infografía 5 Perfil demográfico del cliente N° 3

Elaborado por: Los autores

- Infografía económica

INFOGRAFÍA ECONÓMICA

Ingreso Promedio anual por persona: \$2650



Infografía 6 Perfil económico del cliente

Elaborado por: Los autores

- Infografía del sector entretenimiento

INFOGRAFÍA ENTRETENIMIENTO



Infografía 7 Perfil de entretenimiento del cliente

Elaborado por: Los autores

- Infografía de gustos y preferencias

INFOGRAFÍA SOBRE GUSTOS Y PREFERENCIAS



Infografía 8 Perfil de gustos y preferencias del cliente

Elaborado por: Los autores

5.2 Ideas de emprendimiento

Perfil de plan de negocios – Restaurantes / Cafés

- **Objetivo principal:** Brindar un servicio de alimentación exclusivo para los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca.
- **Objetivos específicos:**
 - Ofrecer un lugar de encuentro e integración.
 - Entregar calidad en los productos y el servicio.
 - Brindar un lugar con ambiente tranquilo y acogedor que cumpla con las necesidades de los jubilados estadounidenses.
- **Mercado objetivo:** Dirigido principalmente a los jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca, ya sean de género masculino o femenino que oscilan entre los 50 y 80 años.
- **Inversión:** Para implementar un restaurante/café, se necesitaría una inversión de \$11.584,60 la cual se detalla en el siguiente cuadro:

INVERSIÓN	
Muebles y enseres	
Mesas y sillas	\$ 2.484,26
Escritorio	\$ 279,00
Sillas oficina	\$ 71,10
Televisión	\$ 1.248,32
Teléfono	\$ 50,00
Maquinaria	
Frigorífico	\$ 950,00
Cocina	\$ 2.360,44
Licuadaora	\$ 523,79
Batidora	\$ 564,99
Campana extractora	\$ 500,00
Mesa de acero	\$ 600,00
Menaje	
Vajilla	\$ 327,04
Vasos	\$ 36,68

Utensilios	\$ 200,00
Ollas	\$ 304,58
Cubertería	\$ 46,16
Equipo de computación	
Computadora	\$ 588,00
Impresora	\$ 402,08
Router	\$ 48,16
TOTAL	\$ 11.584,60

Tabla 138 Inversión en Restaurantes/Cafés

Elaborado por: Los autores

- **Ubicación:** Según la observación realizada a los restaurantes/café, se puede decir que la mejor ubicación para el mismo sería al sur de la ciudad ya que de los 5 lugares visitados, los mismos que fueron escogidos en el *ranking* de los mejores restaurantes/café en la página de GringoTree, 3 de ellos están ubicados al sur de la ciudad. La zona sur comprende desde la Av. Huayna Capac, hasta el Control Sur, incluyendo sectores como la Av. 10 de Agosto, Primero de Mayo, Av. Ordoñez Lasso, etc.
- **Servicios:** Tomando como referencia la encuesta y la observación realizada se puede decir que un restaurante o café debería considerar los siguientes puntos:
 - Wifi abierto
 - Buena ubicación
 - Atención cortés
 - Atención en inglés
 - Señalética en inglés
 - Buzón de sugerencias
 - Música en vivo (noche)
 - Menú variado: Un menú variado debería contener las siguientes categorías:
 - Desayunos
 - Entradas/aperitivos
 - Ensaladas
 - Sopas
 - Platos fuertes
 - Sandwiches / hamburguesas

- Postres
- Bebidas alcohólicas
- Bebidas no alcohólicas.
- Horario de atención:
 - De lunes a viernes de 8:00 am a 16:00 pm y de 19:00 pm a 22:00 pm.
 - Sábado de 8:00 am a 16:00 pm y de 19:00 pm a 0:00 am.
 - Domingo: 9:00 am a 12:00 pm.

Perfil de plan de negocios – Agencia de viajes

- **Objetivo principal:** Ofertar planes turísticos que se acoplen a las necesidades de los jubilados estadounidenses residentes en Cuenca
- **Objetivos específicos:**
 - Promover el turismo nacional, pero a su vez también diseñar planes turísticos internacionales
 - Brindar paquetes de viajes con precios asequibles.
 - Ofrecer paquetes completos que incluyan todos los servicios tales como: hospedaje, alimentación, atractivos, transporte, guía turístico bilingüe, etc.
- **Mercado objetivo:** Dirigido principalmente a los jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca, ya sean de género masculino o femenino que oscilan entre los 50 y 80 años.
- **Inversión:** Para implementar una agencia de viajes, se necesitaría una inversión de \$38.069,15 la cual se detalla en el siguiente cuadro:

INVERSIÓN	
Muebles y enseres	
Escritorios	\$ 558,00
Sillas	\$ 576,56
Sillas giratorias	\$ 142,19
Archivador	\$ 292,00
Televisión	\$ 624,16
Teléfonos	\$ 100,00
BluRay	\$ 160,00

Equipo de computación	
Computadoras	\$ 1.176,00
Impresora	\$ 402,08
Router	\$ 48,16
Vehículos	
Hyundai H-1	\$ 33.990,00
TOTAL	\$ 38.069,15

Tabla 139 Inversión en Agencia de viajes

Elaborado por: Los autores

- **Ubicación:** Al concluir la observación de las agencias de viajes, se puede indicar que la mejor ubicación sería en el centro de la ciudad, ya que de las 5 agencias visitadas, 4 de ellas están ubicadas en la zona central, la misma que comprende desde la Av. Huayna Capac hasta la calle Gran Colombia entre la Av. de las Américas y Calle Larga.
- **Servicios:** Tomando como referencia la encuesta y la observación realizada se puede decir que una agencia de viajes debería considerar los siguientes puntos:
 - Wifi abierto
 - Buena ubicación
 - Atención cortés
 - Atención en inglés
 - Señalética en inglés
 - Buzón de sugerencias
 - Guías turísticos capacitados
 - Sala de espera con revistas e información que incentive a conocer lugares turísticos.
 - Destinos nacionales: Se debería ofertar los siguientes destinos basándonos en los resultados de la observación: Ingapirca, Alausí, Paute, Gualaceo, Chordeleg, Quito, Galápagos, Otavalo, Oriente, Baños de Ambato.
 - Destinos internacionales: Luego de concluída la observación, se puede decir que los destinos internacionales que se debería ofertar son: Perú, Bolivia, Estados Unidos, Argentina, Panamá.
 - Horario de atención: De lunes a viernes de 9:00 am 13:00 pm y de 15:00 pm a 19:00 pm.

5.3 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

5.3.1 Flujo de efectivo de restaurantes / cafés

FLUJO DE EFECTIVO - RESTAURANTE / CAFÉS											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FLUJO DE INVERSIÓN											
Muebles y enseres											
Mesas y sillas	\$ 2.484,26										
Escritorio	\$ 279,00										
Silla de oficina	\$ 71,10										
Televisión	\$ 1.248,32										
Teléfono	\$ 50,00										
Maquinaria											
Frigorífico	\$ 950,00										
Cocina	\$ 2.360,44										
Licuadaora	\$ 523,79										
Batidora	\$ 564,99										
Campana extractora	\$ 500,00										
Mesa de acero	\$ 600,00										
Máquina de café	\$ 1.600,00										

Vajilla	\$ 327,04										
Vasos	\$ 36,68										
Utensilios	\$ 200,00										
Ollas	\$ 304,58										
Cubertería	\$ 46,16										
Equipo de computación											
Computadora	\$ 588,00										
Impresora	\$ 402,08										
Router	\$ 48,16										
FLUJOS DE OPERACIÓN											
Ingresos		\$ 82.992,00	\$ 85.232,78	\$ 87.534,07	\$ 89.897,49	\$ 92.324,72	\$ 94.817,49	\$ 97.377,56	\$ 100.006,76	\$ 102.706,94	\$ 105.480,02
Sueldos empleados		\$ 11.539,45	\$ 11.851,02	\$ 12.170,99	\$ 12.499,61	\$ 12.837,10	\$ 13.183,70	\$ 13.539,66	\$ 13.905,23	\$ 14.280,67	\$ 14.666,25
Rol de Provisiones		\$ 3.398,38	\$ 4.433,57	\$ 4.553,27	\$ 4.676,21	\$ 4.802,47	\$ 4.932,14	\$ 5.065,30	\$ 5.202,07	\$ 5.342,52	\$ 5.486,77
Arriendos		\$ 12.000,00	\$ 12.324,00	\$ 12.656,75	\$ 12.998,48	\$ 13.349,44	\$ 13.709,87	\$ 14.080,04	\$ 14.460,20	\$ 14.850,63	\$ 15.251,59
Servicios Básicos		\$ 1.200,00	\$ 1.232,40	\$ 1.265,67	\$ 1.299,85	\$ 1.334,94	\$ 1.370,99	\$ 1.408,00	\$ 1.446,02	\$ 1.485,06	\$ 1.525,16
Internet / Cable		\$ 424,08	\$ 435,53	\$ 447,29	\$ 459,37	\$ 471,77	\$ 484,51	\$ 497,59	\$ 511,02	\$ 524,82	\$ 538,99
Costos de Fabricación		\$ 48.818,82	\$ 51.490,63	\$ 52.880,88	\$ 54.308,66	\$ 55.774,99	\$ 57.280,92	\$ 58.827,50	\$ 60.415,85	\$ 62.047,07	\$ 63.722,34
Total Ingresos		\$ 82.992,00	\$ 85.232,78	\$ 87.534,07	\$ 89.897,49	\$ 92.324,72	\$ 94.817,49	\$ 97.377,56	\$ 100.006,76	\$ 102.706,94	\$ 105.480,02

Total Egresos		\$ 77.380,74	\$ 81.767,14	\$ 83.974,85	\$ 86.242,18	\$ 88.570,71	\$ 90.962,12	\$ 93.418,10	\$ 95.940,39	\$ 98.530,78	\$ 101.191,11
Total Flujo Neto		\$ 5.611,26	\$ 3.465,64	\$ 3.559,21	\$ 3.655,31	\$ 3.754,01	\$ 3.855,37	\$ 3.959,46	\$ 4.066,37	\$ 4.176,16	\$ 4.288,91
Total flujo ingresos	-\$ 13.184,60	\$ 5.611,26	\$ 3.465,64	\$ 3.559,21	\$ 3.655,31	\$ 3.754,01	\$ 3.855,37	\$ 3.959,46	\$ 4.066,37	\$ 4.176,16	\$ 4.288,91
Valor Actual Neto (VAN)	\$ 7.705,29										
Tasa Interna de Retorno (TIR)	29%										

Tabla 140 Flujo de efectivo de restaurantes / cafés

Elaborado por: Los autores

Interpretación del flujo de efectivo de restaurantes y cafés

El flujo de efectivo para la implementación de un restaurante/café se realizó para 10 años debido a que es el tiempo máximo de vida útil de la maquinaria. Los tres flujos que lo conforman son: inversión, operación y financiero. En este caso no se realizó el flujo financiero ya que no se adquieren préstamos bancarios para la inversión. También se incluyen los datos obtenidos del VAN (Valor Actual Neto) y de la TIR (Tasa Interna de Retorno). A continuación se desglosa el cálculo de cada uno de los rubros:

Flujo de inversión: Consta de muebles y enseres, maquinaria, menaje y equipo de computación, los datos se obtuvieron mediante proformas. Para revisar dichas proformas, véase Anexo # 9. A continuación se presenta un mayor detalle de cada una de las categorías mencionadas:

- **Muebles y enseres:** Se consideraron las siguientes cantidades: 10 mesas con 40 sillas para los clientes, un escritorio y una silla de oficina para la persona encargada de la caja, una televisión y un teléfono.
- **Maquinaria:** Se encuentra una unidad de cada uno de los siguientes productos: frigorífico, cocina industrial, licuadora, batidora, máquina de café, campana extracto y mesa de acero.
- **Menaje:** Se consideró una vajilla de 25 piezas, 25 vasos pequeños, 25 vasos grandes, utensilios de cocina, ollas grandes y pequeñas, y dentro de cubertería se tiene cucharas soperas, de postre, cubiertos y cuchillos.
- **Equipo de computación:** Esta categoría está integrada por una computadora de escritorio, una impresora y un router para el internet.

Luego de realizada la descripción se puede concluir diciendo que el total del flujo de inversión es de \$11.584,60.

Flujo de operación: Está compuesto de ingresos, costos y gastos, los mismos que de puntualizan seguidamente:

- **Ingresos:** Para el cálculo de los ingresos se utilizaron los siguientes datos:
 - Universo de 4.000 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca.
 - El 100% de ellos acuden a restaurantes/café según la encuesta realizada.
 - El objetivo es obtener una cuota del mercado del 10% y que cada jubilado estadounidense vaya por lo menos una vez al mes, es decir, 12 veces al año.
 - El gasto promedio anual en restaurantes/café es de \$846,98 y las veces anuales que asisten a dicho lugar son 49 veces. Al dividir estos datos, se obtiene que el gasto promedio por cada vez que va un jubilado estadounidense residente en Cuenca a un restaurante/café es de \$17,29.

Con los datos expuestos se realizaron los siguientes cálculos:

Cuota del mercado: Para obtener dicho valor se tiene que, 4000 jubilados estadounidenses $\times 10\% = 400$ jubilados estadounidenses que se espera asistan al restaurante/café mensualmente.

Visitas anuales: Si se tiene un mercado de 400 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca y esperando que asistan una vez al mes al restaurante/café, es decir, 12 veces al año, se puede decir que se espera recibir al año 4800 jubilados estadounidenses residentes en la ciudad.

Para concluir, al multiplicar las visitas anuales y el gasto promedio por vez, se obtiene el **ingreso anual**.

- **Gastos:** Dentro de los gastos se tienen los rubros de:
 - **Sueldo a empleados:** Se realizó un rol de pagos para los cargos de gerente y cajero, el mismo incluye los días trabajados, cargo, sueldo básico, horas suplementarias y extraordinarias, así como los descuentos. Para revisar a mayor detalle los datos de los roles de pago, véase el Anexo # 10. También en esta categoría se incluye el sueldo de un contador, quien ofrece servicios profesionales mediante factura por lo que no se realiza rol de pagos.

- **Rol de provisiones:** Hace referencia a los beneficios de ley que obtienen los empleados pero que a su vez representan gastos para la empresa, estos son: décimo tercero, décimo cuarto, fondos de reserva, vacaciones y el aporte patronal al IESS. Para mayor información, revisar el Anexo # 11.
- **Arriendo:** Un arriendo por el sector sur tiene un precio de \$1000 mensuales aproximadamente, la zona sur comprende desde la Av. Huayna Capac, hasta el Control Sur, incluyendo sectores como la Av. 10 de Agosto, Primero de Mayo, Av. Ordoñez Lasso, etc.
- **Servicios básicos:** Dicha categoría comprende los pagos de agua, luz y teléfono.
- **Internet/Cable:** La tarifa de internet y cable se la obtuvo de la empresa Tv Cable, la misma se puede revisar dentro de su página web. Ver Anexo # 12.
- **Costos de fabricación:** Los costos de fabricación incluyen: Mano de obra directa (cocinero, ayudante de cocina, mesero), materia prima directa y costos indirectos de fabricación. Para obtener el costo, se dividieron los ingresos para la tasa promedio de rentabilidad financiera del sector, la misma que se obtuvo de la página de la superintendencia de compañías, para el sector de restaurantes/café es del 70%. Para revisar la tabla véase en Anexo # 13.

Para concluir con el flujo de operación, se puede decir que cada categoría tiene la misma tasa de crecimiento del 2,70%, que representa la tasa de inflación del año 2013 obtenida de la página web del Banco Central del Ecuador. Véase Anexo # 14.

Flujo neto total: Está dado por la resta entre el total de ingresos y el total de egresos.

VAN (Valor Actual Neto): Se obtuvo un VAN de \$ 7.705,29, el cual es mayor a cero, por lo tanto se concluye diciendo que el proyecto es rentable bajo los parámetros anteriormente expuestos. También sobre el VAN se pueden aclarar 3 puntos importantes: primero, en el proyecto mencionado se recuperaría la inversión, segundo se obtiene el retorno propuesto al momento de establecer la tasa exigida por el

inversionista y por último se tiene el hecho de que se consigue un valor económico adicional sobre el retorno esperado. En conclusión, el proyecto es rentable.

(Tasa Interna de Retorno): En el proyecto se obtuvo una TIR del 29%, lo que significa que el proyecto es rentable ya que es mayor a la tasa exigida por el inversionista, la misma que es del 14,53% (4,53% tasa de interés pasiva año 2013 + 10% del premio al riesgo del inversionista). Para revisar la tasa de interés pasiva del año 2013 véase el Anexo # 15. A partir de la TIR se puede decir que la inversión del proyecto se recuperaría al cabo de 3 años y 5 meses.

5.3.2 Flujo de efectivo de agencia de viajes

FLUJO DE EFECTIVO - AGENCIAS DE VIAJES											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FLUJO DE INVERSIÓN											
Muebles y enseres											
Escritorios	\$ 558,0										
Sillas	\$ 576,6										
Sillas giratorias	\$ 142,2										
Archivador	\$ 292,0										
Televisión	\$ 624,2										
Teléfonos	\$ 100,0										
BluRay	\$ 160,0										
Equipo de computación											
Computadoras	\$ 1.176,0										
Impresora	\$ 402,1										
Router	\$ 48,2										
Vehículos											
Hyundai H-1	\$ 33.990,0										
FLUJOS DE OPERACIÓN											
Ingresos ventas nacionales		\$ 31.843,5	\$ 32.703,3	\$ 33.586,3	\$ 34.493,1	\$ 35.424,4	\$ 36.380,9	\$ 37.363,1	\$ 38.372,0	\$ 39.408,0	\$ 40.472,0

Ingresos ventas internacionales		\$ 127.040,5	\$ 130.470,6	\$ 133.993,3	\$ 137.611,1	\$ 141.326,6	\$ 145.142,4	\$ 149.061,3	\$ 153.085,9	\$ 157.219,2	\$ 161.464,2
Sueldos empleados		\$ 19.787,4	\$ 20.321,6	\$ 20.870,3	\$ 21.433,8	\$ 22.012,5	\$ 22.606,9	\$ 23.217,3	\$ 23.844,1	\$ 24.487,9	\$ 25.149,1
Rol de provisiones		\$ 6.760,0	\$ 8.698,6	\$ 8.933,4	\$ 9.174,6	\$ 9.422,3	\$ 9.676,7	\$ 9.938,0	\$ 10.206,3	\$ 10.481,9	\$ 10.764,9
Arriendos		\$ 12.000,0	\$ 12.324,0	\$ 12.656,7	\$ 12.998,5	\$ 13.349,4	\$ 13.709,9	\$ 14.080,0	\$ 14.460,2	\$ 14.850,6	\$ 15.251,6
Servicios Básicos		\$ 1.200,0	\$ 1.232,4	\$ 1.265,7	\$ 1.299,8	\$ 1.334,9	\$ 1.371,0	\$ 1.408,0	\$ 1.446,0	\$ 1.485,1	\$ 1.525,2
Internet		\$ 267,5	\$ 274,7	\$ 282,1	\$ 289,7	\$ 297,6	\$ 305,6	\$ 313,8	\$ 322,3	\$ 331,0	\$ 340,0
Sistema Amadeus		\$ 720,0	\$ 739,4	\$ 759,4	\$ 779,9	\$ 801,0	\$ 822,6	\$ 844,8	\$ 867,6	\$ 891,0	\$ 915,1
Costo de Ventas		\$ 104.528,9	\$ 107.351,2	\$ 110.249,7	\$ 113.226,4	\$ 116.283,6	\$ 119.423,2	\$ 122.647,6	\$ 125.959,1	\$ 129.360,0	\$ 132.852,7
Total Ingresos		\$ 158.884,0	\$ 163.173,8	\$ 167.579,5	\$ 172.104,2	\$ 176.751,0	\$ 181.523,3	\$ 186.424,4	\$ 191.457,9	\$ 196.627,2	\$ 201.936,2
Total Egresos		\$ 145.263,7	\$ 150.942,0	\$ 155.017,4	\$ 159.202,9	\$ 163.501,3	\$ 167.915,9	\$ 172.449,6	\$ 177.105,7	\$ 181.887,6	\$ 186.798,6
Total Flujo		\$ 13.620,2	\$ 12.231,9	\$ 12.562,2	\$ 12.901,3	\$ 13.249,7	\$ 13.607,4	\$ 13.974,8	\$ 14.352,1	\$ 14.739,6	\$ 15.137,6
Total flujo inversión	-\$ 38.069,2	\$ 13.620,2	\$ 12.231,9	\$ 12.562,2	\$ 12.901,3	\$ 13.249,7	\$ 13.607,4	\$ 13.974,8	\$ 14.352,1	\$ 14.739,6	\$ 15.137,6
Valor Actual Neto (VAN)	\$ 30.261,2										
Tasa Interna de Retorno (TIR)	33%										

Tabla 141 Flujo de efectivo de agencias de viajes

Elaborado por: Los autores

Interpretación del flujo de efectivo de agencias de viajes

Para fijar los años del flujo de efectivo realizado para las agencias de viajes se tomó como referencia la vida útil de los muebles y enseres que es de 10 años. Para este negocio tampoco se adquieren préstamos bancarios para la inversión, lo que significaría que no se tiene un flujo financiero. A continuación se desglosa el cálculo de cada uno de los rubros:

Flujo de inversión: Consta de muebles y enseres, equipo de computación y vehículo, los datos se obtuvieron mediante proformas. Para revisar dichas proformas, véase Anexo # 9. A continuación se presenta un mayor detalle de cada una de las categorías mencionadas:

- **Muebles y enseres:** Se consideraron las siguientes cantidades: dos escritorios y dos sillas de oficina para las personas encargadas de ventas, 8 sillas para los clientes, un archivador, una televisión, un teléfono y un bluray.
- **Equipo de computación:** Dentro de esta categoría se tiene una computadora de escritorio, una impresora y un router para el internet.
- **Vehículo:** El vehículo escogido para esta categoría es un Hyundai H-1, un minibús con capacidad para 12 personas, el mismo que se utilizará para realizar recorridos turísticos.

Luego de realizada la descripción se puede concluir diciendo que el total del flujo de inversión es de \$ 38.069,15.

Flujo de operación: Está compuesto de ingresos, costos y gastos, los mismos que de puntualizan seguidamente:

- **Ingresos:** Para el cálculo de los ingresos se utilizaron los siguientes datos:
 - Universo de 4.000 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca.
 - Según la encuesta realizada, el 93,4% de ellos realizan viajes nacionales, lo que representan 3736 jubilados estadounidenses residentes en la ciudad.

- El 69,4% realizan viajes internacionales según la encuesta realizada, lo que representan 2776 jubilados estadounidenses residentes en la ciudad.
- En cuanto a los viajes nacionales se espera obtener una cuota del mercado del 4%, mientras que para los viajes internacionales se espera del 2%. Otro de los objetivos es que cada persona vaya por lo menos una vez al año.
- Para los viajes nacionales se tiene que el gasto promedio anual es de \$636,86 y realizan 3 viajes al año. Al dividir estos datos, se obtiene que el gasto promedio por cada viaje nacional que realiza un jubilado estadounidense residente en Cuenca es de \$212,29.
- Mientras que en los viajes internacionales el gasto promedio anual es de \$2268,58 y realizan 1 viaje al año, es decir, el gasto promedio por cada viaje internacional que realiza un jubilado estadounidense residente en Cuenca es de \$2268,58.

Con los datos expuestos se realizaron los siguientes cálculos:

Cuota del mercado: Para los viajes nacionales se tiene que la cuota del mercado está dada por, el 4% de los 3736 jubilados estadounidenses dando un total aproximado de 150 jubilados estadounidenses que se espera realicen viajes nacionales mensualmente. Mientras que para los viajes internacionales se tiene que con una cuota de mercado del 2% se tienen aproximadamente 56 jubilados estadounidenses que se espera realicen viajes internacionales.

Visitas anuales: En los viajes nacionales, si se tiene un mercado de 150 jubilados estadounidenses residentes en Cuenca y esperando que viajen nacionalmente una vez al año, se puede decir que se espera recibir anualmente 150 jubilados estadounidenses residentes en la ciudad. Lo mismo sucede con los viajes internacionales, para este caso se espera recibir anualmente 56 jubilados estadounidenses residentes.

Para concluir, al multiplicar las visitas anuales y el gasto promedio por vez, se obtiene el **ingreso anual** para viajes nacionales e internacionales.

- **Gastos:** Dentro de los gastos se tienen los rubros de:
 - **Sueldo a empleados:** Se realizó un rol de pagos para los cargos de gerente, dos guías turísticos y dos representantes de ventas, el mismo incluye los días trabajados, cargo, sueldo básico y descuentos. Para revisar a mayor detalle los datos de los roles de pago, véase el Anexo # 10. También en esta categoría se incluye el sueldo de un contador, quien ofrece servicios profesionales mediante factura por lo que no se realiza rol de pagos.
 - **Rol de provisiones:** Hace referencia a los beneficios de ley que obtienen los empleados pero que a su vez representan gastos para la empresa, estos son: décimo tercero, décimo cuarto, fondos de reserva, vacaciones y el aporte patronal al IESS. Para mayor información, revisar el Anexo # 11
 - **Arriendo:** Un arriendo por el sector centro tiene un precio de \$1000 mensuales aproximadamente, la zona sur comprende desde la Av. Huayna Capac hasta la calle Gran Colombia entre la Av. de las Américas y Calle Larga.
 - **Servicios básicos:** Dicha categoría comprende los pagos de agua, luz y teléfono.
 - **Internet:** La tarifa de internet se la obtuvo de la empresa Tv Cable, la misma que se puede revisar dentro de su página web. Ver Anexo # 12.
 - **Sistema Amadeus:** No tiene un costo de compra ni de instalación, simplemente se cancela mensualmente \$60.
 - **Costo de ventas:** Para obtener dicho valor primeramente se sumaron los ingresos de los viajes nacionales e internacionales y ese valor se lo divide para la tasa promedio de rentabilidad financiera del sector, la misma que se obtuvo de la página de la superintendencia de compañías, para el sector de agencias de viajes es del 52%. Para revisar la tabla véase en Anexo # 13.

Para concluir con el flujo de operación, se puede decir que cada categoría tiene la misma tasa de crecimiento del 2,70%, que representa la tasa de inflación del año 2013 obtenida de la página web del Banco Central del Ecuador. Véase Anexo # 14.

Flujo neto total: Está dado por la resta entre el total de ingresos y el total de egresos.

VAN (Valor Actual Neto): Se obtuvo un VAN de \$ 30.261,20, el cual es mayor a cero, por lo tanto se dice que el proyecto es rentable bajo los parámetros anteriormente mencionados. A partir del VAN obtenido se puede decir que el proyecto mencionado si recuperaría la inversión, además de que se obtiene el retorno propuesto al momento de establecer la tasa exigida por el inversionista y por último se tiene el hecho de que se consigue un valor económico adicional sobre el retorno esperado. En conclusión, el proyecto es rentable.

TIR (Tasa Interna de Retorno): Se obtuvo una TIR del 33%, lo que significa que el proyecto es rentable ya que es mayor a la tasa exigida por el inversionista, la misma que es del 14,53% (4,53% tasa de interés pasiva año 2013 + 10% del premio al riesgo del inversionista). Para revisar la tasa de interés pasiva del año 2013 véase el Anexo # 15. A partir de la TIR se puede definir que la inversión del proyecto se recuperaría al cabo de 3 años.

CONCLUSIÓN

El crecimiento de la población de estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca, ha dado como resultado una nueva generación de negocios basados en responder sus necesidades. Al realizar un análisis exhaustivo del mercado, la conclusión indica que este segmento no está totalmente satisfecho con lo que actualmente se ofrece y han tenido que acoplarse a ciertos aspectos culturales y sociales que no permiten una integración total con la ciudad. Enfocándose en el sector del entretenimiento, los resultados arrojan que sería factible crear dos tipos de negocios que resultarían rentables siguiendo todas las recomendaciones que se analizan en la presente tesis.

En primer lugar está el negocio de restaurantes/café a los que actualmente los residentes estadounidenses que viven en la ciudad de Cuenca frecuentan a diario ya sea para pasar con familia, amigos o simplemente adquirir diariamente su comida de forma más rápida y sencilla. La inversión se recuperaría en 3 años y 5 meses con un retorno sobre la inversión del 29%. Este restaurante debe contar con menús acorde a las necesidades de los clientes, contando con un ambiente cálido, acogedor, con accesos cómodos y con toda la información en inglés.

En segundo lugar una agencia de viajes que ofrezca paquetes turísticos con guías bilingües y excursiones exclusivas para personas de la tercera edad con caminatas cortas al aire libre, comida saludable y transporte cómodo son las opciones más rentables. La agencia de viajes es un negocio donde la inversión se recuperará en el lapso de 3 años, teniendo un retorno sobre la inversión del 33%.

Siempre se debe seguir aumentando las ofertas de servicios y diferenciándose con precios asequibles a lo que la competencia ofrece, pero, enfocándose exclusivamente en el segmento de jubilados estadounidenses residentes en Cuenca.

RECOMENDACIÓN

El inversionista debe tener en cuenta que en la parte financiera del proyecto de la presente tesis los resultados no incluyen intereses por parte de entidades financieras ya que todo cálculo se lo hace en base a capital propio de los investigadores y si se desea implementar el proyecto, en el flujo de efectivo se debe incluir un flujo de financiamiento dependiendo del monto en el que se adquiriera el préstamo y los años a los que se va a financiar.

La capacitación del personal es un tema muy importante ya que los resultados de la investigación indican que los jubilados estadounidenses no están completamente satisfechos con la atención al cliente por lo que es necesario contratar trabajadores con experiencia o capacitarlos continuamente en idioma inglés y servicio al cliente.

Si un inversionista desea conseguir una tasa interna de retorno y un valor actual neto como la plasmada en este proyecto, deberá considerar todas las recomendaciones realizadas a lo largo de la presente investigación como por ejemplo: accesos cómodos, rampas, piso antideslizante, sillas ergonómicas y buena iluminación ayudarán mucho a que la gente frecuente de manera más seguida el negocio y, dependiendo del local que se utilice para la implementación de la agencia o el restaurante/café, se recomienda tener especial cuidado al adecuar el ambiente con estos parámetros.

BIBLIOGRAFÍA

Real Academia Española. (Octubre de 2001). Recuperado de:
<http://lema.rae.es/drae/?val=expatriado>

Zinno, G. (4 de Mayo de 2012). *De inmigrantes y expatriados*. Recuperado de:
<http://palabrasantas.blogspot.com/2012/05/de-inmigrantes-y-expatriados.html>

Morrill, D. (7 de Julio de 2011). *A brief history of Cuenca's expat boom*. Recuperado de: <http://www.cuencahighlife.com/post/2011/07/07/A-brief-history-of-Cuencac2b4s-expat-boom-it-started-with-the-PR-but-quality-life-has-kept-it-going.aspx>

Carpio Guevara, A. (3 de Noviembre de 2011). *Los “spaks” cambian el rumbo inmobiliario en la capital azuaya*. Recuperado de:
<http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/los-spaks-cambian-el-rumbo-inmobiliario-en-la-capital-azuaya.html>

International Living. (Junio de 2007). *About IL*. Recuperado de:
<http://internationalliving.com/about-il/>

Doyle , L. (11 de Febrero de 2013). *International Living*. Recuperado de:
<http://internationalliving.com/2010/02/2009-retirement-index/>

Gente y costumbres de Estados Unidos. (19 de Noviembre de 2013). Recuperado de:
<http://turismo.org/gente-y-cosutmbres-de-estados-unidos/>

(INEC), I. N. (20 de Junio de 2013). *Sistema de soporte con tickets. Ticket N° 5802*. Recuperado de:
http://www.ecuadorencifras.com:8080/osticket_sp/view.php?id=5802

Asamblea Nacional Constituyente . (2008, Septiembre 28). *Constitución del Ecuador* . Retrieved Recuperado de:
http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

International Living. (5 de Octubre de 2013). *Retiree benefits in Ecuador* . Recuperado de: <http://internationalliving.com/countries/ecuador/retiree-benefits-in-ecuador/>

International Living. (22 de Octubre de 2013). *A Step-by-Step Guide to Buying Property in Ecuador*. Recuperado de: <http://internationalliving.com/real-estate/countries/ecuador/how-to-buy/>

Vallejo, P., & Berger, M. (17 de Diciembre de 2011). *Demanda innovación en servicios inmobiliarios*. Recuperado de:
<http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=563>

Staton, E. (22 de Abril de 2013). *Health Care Survey: The Best Havens for Quality Care Overseas*. Recuperado de: <http://internationalliving.com/2013/04/health-care-survey-the-best-havens-for-quality-care-overseas/>

International Living. (21 de Noviembre de 2013). *Health Care in Ecuador* . Recuperado de: <http://internationalliving.com/countries/ecuador/health/>

Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados*. (W. Craven, Ed.) México: PEARSON EDUCATION.

Jany Castro, J. N. (2010). *Invetigación integral de mercados*. (L. S. Arévalo, Ed.) Santa Fé, Bogotá: McGRAW-HILL.

Kinnear, T., & Taylor, J. (1998). *Investigación de mercados*. México: McGRAW-HILL.

Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.

El Telégrafo. (3 de Noviembre de 2013). *El Telégrafo*. Recuperado de: <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-sur/item/cuenca-la-hospitalaria.html>

ANEXOS

Anexo # 1: Número de jubilados estadounidenses residentes en Cuenca



Miles de turistas nacionales y extranjeros llegaron esta semana a la ciudad para visitar las ferias artesanales y exposiciones, como la realizada en el sector Puente Roto.

Redacción Regional Sur
regional.sur@telegrafo.com.ec

CRONOLOGÍA La "Aïenas del Ecuador" crece continuamente con el aporte de propios y extraños.

Cuenca, conocida como la "ciudad de los cuatro ríos", cumple este día 193 años de independencia.

La urbe llega a la celebración con su nombre posicionado en el ámbito internacional en los últimos años.

En ese sentido, se puede destacar reconocimientos como el que le otorgó la Asamblea Nacional al declarar la Ciudad Universitaria, o la mención realizada por la directora de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), Mirta Roses Periago, quien la catalogó como Ciudad Saludable.

Este último calificativo obedece a que en su sector urbano posee una cobertura del 99% en relación al servicio de agua potable y de 98% de alcantarillado.

No obstante, el título más apreciado por sus habitantes es el de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), que en 1999 declaró a su centro histórico como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Los extranjeros contribuyen al crecimiento de la urbe

A lo anterior se añade que gran cantidad de ciudadanos extranjeros, sobre todo jubilados, la hayen convertido en su lugar de residencia últimamente.

"Es mi nuevo hogar, es mi nueva casa porque los cuencanos nos han acogido", comentó la estadounidense Regina L. Ponteza, radicada en la capital azuaya.

La tranquilidad que ofrece Cuenca en comparación con otras ciudades es uno de los aspectos que destacan los inmigrantes.

De acuerdo con estudios realizados por la Cámara de Comercio, más de 4.000 estadounidenses re-

1993 Cuenca se vio afectada con el peor desastre natural en el cerro La Josefina. El agua tapó vías de acceso y viviendas de cuencanos.

1999 La Unesco declara al centro histórico de Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo que incrementó el turismo.

2007 Es declarada Ciudad Saludable por la Organización Panamericana de la Salud debido a su buena provisión de servicios básicos.

2009 Se incrementa la llegada de extranjeros a la urbe, especialmente jubilados de los Estados Unidos, para fijar su residencia.

2011 Cuenca es declarada Ciudad Universitaria por la Asamblea Nacional. Posee 4 universidades con más de 30 mil estudiantes de la región.

2013 En la urbe viven más de 4 mil jubilados norteamericanos. También se registran inmigrantes de Colombia, Chile, México y Perú.

DESTACADO

La Unesco declaró al Centro Histórico de la urbe como Patrimonio Nacional de la Humanidad en 1999

tirados viven en la ciudad, ubicándose en lugares cercanos a los ríos y al centro histórico.

Tampoco es difícil encontrarse en las calles con personas provenientes de Colombia, Perú, Chile, México, China o Pakistán.

Según datos de la Regional II del Ministerio de Relaciones Exteriores, en lo que va de 2013 se han tramitado 766 visas, entre temporales y permanentes.

De estas últimas, la mayoría pertenece a colombianos y estadounidenses. Un total de 77 y 337, respectivamente.

Paulina Ortiz, funcionaria encar-

gada de la coordinación de esa entidad, manifestó que en este mismo período se han regularizado las visas para personas originarias de otros 47 países.

Introducción de costumbres

Todos afirman haber sido bien recibidos en la tercera ciudad más poblada del Ecuador y, por eso, la mayoría intenta retribuir con servicios, e incluso creando plazas de trabajo en la zona.

James Evans, por ejemplo, es un estadounidense de 40 años que actualmente tiene un restaurante ubicado en la calle Luis Cordero, entre Juan Jaramillo y Honorato Vásquez.

Evans comentó que hace más de ocho años llegó a Cuenca como viajero y que al ver su belleza y tranquilidad regresó a su país para proponerle a su familia volver a Ecuador para establecerse.

Actualmente laboran ocho cuencanos en su local. Ellos manifiestan sentirse satisfechos por tener una oportunidad de laborar en el establecimiento.

Por su parte, el mexicano Juan

Mamuel Ramos ha intentado insertar en la urbe la cultura y gastronomía de su país.

Los 10 cuencanos con los que trabaja en su restaurante han aprendido a preparar diferentes platos de comida y brindan un servicio muy "a la mexicana".

"De Cuenca me motivó la calidad de su gente y su cultura. Es una ciudad hermosa, porque está rodeada de ríos, algo que me parece muy llamativo", señaló Ramos.

Asimismo, en la urbe existen locales de comida que resaltan el arte culinario colombiano, como el de Janet Echaverry y Javier Muñoz, quienes abrieron un negocio hace tres años y medio.

EN LA WEB



www.telegrafo.com.ec/regional-sur/temas-de-interes

Gráfico 77 Número de jubilados estadounidenses residentes en Cuenca

Fuente: <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-sur/item/cuenca-la-hospitalaria.html>

Anexo # 2: Formato de la entrevista

Hola buenas tardes, nuestros nombres son Juan Carlos Campuzano y Erika Paredes. Somos estudiantes de la Universidad del Azuay. Estamos realizando un estudio de mercado aplicado al sector de entretenimiento para jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca, para el año 2013. Usted pertenece al selecto grupo de encuestados que resultó científicamente elegido para participar en esta entrevista. Valoramos mucho su opinión y nos gustaría hacerle algunas preguntas.

Nombre:

Edad:

Ciudad de la que proviene:

1. ¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?
2. ¿Con quién vive en la ciudad?
3. ¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?
4. ¿Qué le incentivó a iniciar su negocio en la ciudad y por qué eligió este tipo de negocio?
5. Antes de iniciar su negocio, ¿tenía información sobre el mercado?
6. ¿Recibió asesoría externa?
7. Cuando visitan su local, ¿lo hacen solos o acompañados? Si van acompañados, ¿van con personas Ecuatorianas o extranjeras?
8. ¿Qué día de la semana y en que horarios la visitan con mayor frecuencia?
9. En promedio, ¿Cuánto gasta una persona cuando va a comer en su local?
10. ¿Por qué medio publicitó su local?
11. ¿Qué cree usted que le falta a Cuenca para entretenerse?

Anexo # 3: Transcripción de la entrevista

Hola buenas tardes, nuestros nombres son Juan Carlos Campuzano y Erika Paredes. Somos estudiantes de la Universidad del Azuay. Estamos realizando un estudio de mercado aplicado al sector de entretenimiento para jubilados estadounidenses residentes en la ciudad de Cuenca, para el año 2013. Usted pertenece al selecto grupo de encuestados que resultó científicamente elegido para participar en esta entrevista. Valoramos mucho su opinión y nos gustaría hacerle algunas preguntas.

Nombre: Lucy Altemus

Edad: 61 años

Ciudad de la que proviene: Wisconsin (al norte de los Estados Unidos)

1. ¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?

2 años y medio

2. ¿Con quién vive en la ciudad?

Con mi esposo

3. ¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?

Antes de movernos a Quito, vivimos en la provincia de Chimborazo. Fuimos voluntarios con el Cuerpo de Paz que es un grupo de EEUU, ellos eligieron Ecuador para nosotros y durante este tiempo en Chimborazo tuvimos la oportunidad de viajar de vez en cuando y habíamos pasado un tiempo en Cuenca. Después del Cuerpo de Paz decidimos abrir un pequeño negocio aquí en Ecuador y escogimos a Cuenca.

4. ¿Qué le incentivó a iniciar su negocio en la ciudad y por qué eligió este tipo de negocio?

En parte era la población de extranjeros aquí porque pensábamos que van a querer y gustar la comida de su propio país y también cuando estábamos buscando algo para abrir un negocio, vimos este edificio en la Calle Larga con un letrero que dice SE VENDE y llamamos al número. Nos parece un buen local y pequeño, entonces, era un precio favorable para nosotros.

5. ¿Antes de iniciar su negocio, ¿tenía información sobre el mercado?

Si, un poco

6. ¿Recibió asesoría externa?

Conversamos con otra cafetería que estaba funcionando en el 2011.

7. Cuando visitan su local, ¿lo hacen solos o acompañados? Si van acompañados, ¿van con personas Ecuatorianas o extranjeras?

Vienen de las 2 formas. Más extranjeros, yo pienso que un 60% gringos y 20% turistas, tal vez 30% o un poco menos. El otro porcentaje, alrededor de 15%, cuencanos.

8. ¿Qué día de la semana y en que horarios la visitan con mayor frecuencia?

Decidimos estar abiertos el fin de semana porque pocos locales abren esos días, entonces tenemos mucho negocio sábado y domingo. Cerramos miércoles y jueves.

9. En promedio, ¿Cuánto gasta una persona cuando va a comer en su local?

Entre 5 y 7 dólares.

10. ¿Por qué medio publicitó su local?

En principio en *GrigoTree* y *GringoPost*. Tenemos una página de Facebook, yo tengo mi propia lista de personas para avisar cada semana el menú, las especialidades y de qué país yo voy a cocinar. Tengo 250 personas en mi lista y creo que la mitad ha salido de Ecuador pero todavía algunos reciben la información y otros vienen porque quieren comer algo. Toda la publicidad ha sido por internet. Hemos sido entrevistados por la revista *Vistazo*, una vez por el *Mercurio* y una vez por el *Comercio de Quito*

11. ¿Qué cree usted que le falta a Cuenca para entretenerse?

Tienen mucha música aquí y el arte es bueno, a mí me gusta pasear en bicicleta por lo que deberían haber más senderos de bicicleta para ciclear más seguro de lunes a viernes. Yo tengo miedo de lunes a viernes pero el domingo estoy ciclando de ida

y vuelta. Otras cosas, no sé, hay mucho aquí, se puede nadar, ir a Baños. Yo soy del campo en los Estados Unidos y en comparación hay mucho por hacer aquí. Hay restaurantes sin fin, de toda nacionalidad. Es fantástico.

Listo, eso sería todo, muchas gracias por la ayuda.

Es divertido para mí, un placer.

Anexo # 4: Cuestionario piloto para la encuesta

ENCUESTA

Buenos días/tardes/noches somos estudiantes de la Universidad del Azuay y estamos realizando una encuesta para conocer los lugares de entretenimiento a los que frecuenta en la Ciudad de Cuenca. ¿Sería usted tan amable de colaborarnos respondiendo las siguientes preguntas con total sinceridad? (Good morning/afternoon/evening, we are University of Azuay students and we're doing a survey to find out about the entertainment places that you frequently visit in Cuenca city. Would you be so kind to collaborate with us by answering the following questions honestly?)

INFORMACIÓN GENERAL **GENERAL INFORMATION**

Nombre (Name): _____

Fecha de nacimiento (Date of birth): __/__/__ (D/M/Y)

Teléfono (Phone number): _____

Ciudad de la que proviene (City where you come from):

Sexo (Gender): F ☐ ₁ M ☐ ₂

1. ¿En qué sector de la ciudad reside? (Dirección)
Where do you live? (Address)

2. ¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?
How long have you been living in Cuenca?

3. ¿Cuántas personas viven con usted?
How many people do you live with?

4. ¿Cómo ha sido la integración entre usted y la ciudad de Cuenca?
How has the integration been between you and Cuenca city?

Integración (Integration)	Buena (Good)	Regular	Mala (Bad)
Económica (Economic)			
Social			
Cultural			

5. ¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?

Where did you get information about Cuenca as a place to live?

Revistas (Magazines)	☐ 1	Internet	☐ 2	Amigos/familia (Friends/family)	☐ 3
Periódicos (Newspaper)	☐ 4	Televisión (TV)	☐ 5	Otros _____	(Others)

6. ¿Qué le incentivó a elegir Cuenca como su lugar de residencia para vivir su jubilación?

What encouraged you to choose Cuenca as your home for your retirement?

Bienes raíces Real estate	☐ 1	Beneficios especiales Special benefits	☐ 2	Costo de vida Cost of living	☐ 3
Integración Integration	☐ 4	Entretenimiento Entertainment	☐ 5	Salud Health Care	☐ 6
Infraestructura Infrastructure	☐ 7	Clima Weather	☐ 8	Otros _____	9 Others

7. Del 1 al 5, cuánto habla Español? Siendo 1 el más alto y 5 el más bajo

From 1 to 5, how good is your Spanish? 1 being the lowest and 5 the highest.

Excelente Excellent	☐ 1	Bueno Good	☐ 2	Regular	☐ 3	Malo Bad	☐ 4	Pésimo Very bad	☐ 5
------------------------	----------------------------	---------------	----------------------------	---------	----------------------------	-------------	----------------------------	--------------------	----------------------------

SALUD

HEALTH CARE

8. ¿Qué tipo de alimentos no puede consumir?

What kind of food can't you eat?

Grasas (Fats)	☐ 1	Azúcar (Sugar)	☐ 2	Carbohidratos (Carbohydrates)	☐ 3	Colorantes (Food colouring)	☐ 4
Otro Others	☐	Cuál? which?	_____ 5				

9. ¿Tiene algún tipo de discapacidad?

Do you have any kind of impairment?

Físicos Physical	☐ 1	Sensoriales Sensory	☐ 2	Enfermedad Crónica Chronic disease	☐ 3
Otro Others	☐	Cuál? which?	_____ 4		

10. ¿Hasta qué edad planea hacer las siguientes actividades?
Until what age do you plan to do the following activities?

Actividad Activity	Edad Age
Eventos Culturales Cultural events	
Viajes dentro del país Travel within the country	
Viajes fuera del país Travel outside the country	
Museos Museums	
Eventos deportivos Sports	
Restaurantes/Cafés Restaurant / Cafes	
Bares/Discothecas Bar / Clubs	
Yoga/Bailoterapia/Gym Yoga / Dancing / Gym	
Cursos/Talleres Courses / Workshops	
Otro tipo de entretenimiento Other kinds of entertainment	

Si marca otros, cuál? _____
If you mark others, which?

RESTAURANTES / BARES RESTAURANTS / BAR

11. ¿Qué tipo de comida prefiere consumir en Cuenca?
What kind of food do you like to eat in Cuenca?

Mexicana ☐ 1 Italiana ☐ 2 Árabe ☐ 3 China ☐ 4 Japonesa ☐
Mexican Italian Arabic Chinese Japanese

Americana ☐ 6 Ecuatoriana ☐ 7 Argentina ☐ 8 Otras _____ 9
American Ecuadorian Argentinian Others

12. ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume?
What kind of alcoholic drinks do you drink?

Whisky ☐ 1 Vodka ☐ 2 Gin ☐ 3 Ron ☐ 4 Tequila ☐
(Rum)

Cerveza ☐ 6 Vino ☐ 7 Jaggermeister ☐ 8 Otras ☐ ¿Cuál? _____ 9
(Beer) (Wine) Others which?

13. ¿Qué tipo de bebidas no alcohólicas consume?

What kind of non alcoholic drinks do you drink?

- Jugos ☐ 1 Batidos ☐ 2 Agua ☐ 3 Café ☐ 4 Chocolate ☐
Juices Shakes Water Coffee
- Gaseosa ☐ 6 Té ☐ 7 Energizantes ☐ 8
Soda Tea Energy drinks
- Otro ☐ Cuál? _____ 9
Others which?

DEPORTES

SPORTS

14. ¿Practica deporte? Si responde si, ¿qué deportes practica?

Do you practice sports? If your answer is yes, what sports do you practice?

- Si ☐ 1 ¿Cuáles? _____
Yes which?
- No ☐ 2

15. ¿Qué tipo de deportes le gustaría que se implemente en la ciudad?

What kind of sports would you like to be practiced in Cuenca?

ENTRETENIMIENTO

ENTERTAINMENT

16. ¿Qué tanto cumple sus expectativas la ciudad en el sector de entretenimiento?

How much does Cuenca satisfy your expectations of entertainment places?

- Totalmente ☐ 1 Mucho ☐ 2 Regular ☐ 3 Poco ☐ 4 Nada ☐
Totally A lot Regular A little Nothing

17. Cuando sale a un lugar de entretenimiento, lo hace con:

When you go out to an entertainment place, who do you go with:

- Pareja ☐ 1 Solo ☐ 2 Amigos ☐ 3
Partner Alone Friends

18. Frecuenta más a eventos:

When do you go more frequently to events?:

- Matutinos ☐ 1 Vespertinos ☐ 2 Nocturnos ☐ 3
In mornings Afternoon At night

19. ¿Qué día de la semana es el que más frecuenta los lugares de entretenimiento?
What days of the week are when you most frequently go to entertainment places?

Lunes ☐ 1 Martes ☐ 2 Miércoles ☐ 3 Jueves ☐ 4 Viernes ☐
Monday Tuesday Wednesday Thursday Friday

Sábado ☐ 6 Domingo ☐ 7
Saturday Sunday

20. ¿Qué forma de pago es la que más utiliza? Si es con tarjeta, ¿qué tarjeta?
What form of payment do you usually use? If it's credit card, what card?

Efectivo ☐ 1 Tarjeta ☐ 2 ¿Cuál? _____ 3
Cash Card Which ?

21. De los lugares que frecuenta, ¿qué tan importante es para usted encontrar información en su idioma?
From the places you frequently visit, how important is it for you to find information in English?

Muy Importante ☐ 1 Importante ☐ 2 Poco importante ☐ 3
Very Important Important Not so important

22. ¿Por qué medio se informa sobre los eventos que hay en la ciudad?
How do you get information about the events that are in the city?

Revistas ☐ 1 Internet ☐ 2 Amigos/Familia ☐ 3 Periódico ☐
Magazines Internet Friends/Family Newspaper

Televisión ☐ 5 Flyers ☐ 6 Otro _____ 7
Television Flyers Other

23. De los lugares que usted frecuenta, ¿Qué tipo de servicios le gustaría que se implemente?
From the places you frequently visit, what kind of services would you like to be implemented?

24. ¿Aproximadamente, cuántas veces realizó los siguientes tipos de entretenimiento?

Approximately, how many times did you do the following kinds of entertainment activities?

Número de asistencias Number of attendances	Meses Months						
	2013			2014			
Actividad Activity	Julio Agosto (July August)	Septiembre Octubre (September October)	Noviembre Diciembre (November December)	Enero Febrero (January February)	Marzo Abril (March April)	Mayo Junio (May June)	Julio Agosto (July August)
Eventos Culturales Cultural events							
Viajes dentro del país Travel within the country							
Viajes fuera del país Travel outside the country							
Museos Museums							
Eventos deportivos Sports							
Restaurantes/Cafés Restaurant /Cafes							
Bares/Discotecas Bar / Clubs							
Yoga/Bailoterapia/Gym Yoga / Dancing / Gym							
Cursos/Talleres Courses / Workshops							
Otro tipo de entretenimiento Other kinds of entertainment							

INGRESOS / GASTOS

INCOME / EXPENSES

25. ¿Aproximadamente, cuál fue su nivel de ingresos en el último año?

Approximately, what was your income in the last year?

Ingresos Incomes		
	Mes Month	Ingresos Income
2013	Julio-Agosto July - August	
	Septiembre-Octubre September - October	
	Noviembre-Diciembre November - December	
2014	Enero-Febrero January - February	
	Marzo-Abril March - April	
	Mayo-Junio May - June	

26. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de sus ingresos destina a cada una de las siguientes categorías?

Approximately, what percentage of your income goes on each one of the following activities?

	Meses Months						
	2013			2014			
Actividad Activity	Julio Agosto (July August)	Septiembre Octubre (September October)	Noviembre Diciembre (November December)	Enero Febrero (January February)	Marzo Abril (March April)	Mayo Junio (May June)	Julio Agosto (July August)
Salud Health							
Alimentación Food							
Vestimenta Clothes							
Entretenimiento Entertainment							
Transporte Transport							
Arriendos Rent							
Servicios básicos Basic services							

27. ¿Cuáles fueron sus gastos mensuales en entretenimiento durante el último año?

What were your expenses for entertainment in the last year?

Gastos Mensuales Monthly expenses	Meses Months						
	2013			2014			
Actividad Activity	Julio Agosto (July August)	Septiembre Octubre (September October)	Noviembre Diciembre (November December)	Enero Febrero (January February)	Marzo Abril (March April)	Mayo Junio (May June)	Julio Agosto (July August)
Eventos Culturales Cultural events							
Viajes dentro del país Travel within the country							
Viajes fuera del país Travel outside the country							
Museos Museums							
Eventos deportivos Sports							
Restaurantes/Cafés Restaurant /Cafes							
Bares/Discootecas Bar / Clubs							
Yoga/Bailoterapia/Gym Yoga / Dancing / Gym							
Cursos/Talleres Courses / Workshops							

GRACIAS
THANK YOU

Anexo # 5: Cuestionario final para la encuesta

ENCUESTA

Buenos días/tardes/noches somos estudiantes de la Universidad del Azuay y estamos realizando una encuesta para conocer los lugares de entretenimiento a los que frecuenta en la Ciudad de Cuenca. ¿Sería usted tan amable de colaborarnos respondiendo las siguientes preguntas con total sinceridad? (Good morning/afternoon/evening, we are University of Azuay students and we're doing a survey to find out about the entertainment places that you frequently visit in Cuenca city. Would you be so kind to collaborate with us by answering the following questions honestly?)

INFORMACIÓN GENERAL GENERAL INFORMATION

Nombre (Name): _____

Fecha de nacimiento (Date of birth): ____/____/____ (D/M/Y)

Teléfono (Phone number): _____

Ciudad de la que proviene (City where you come from):

Sexo (Gender): F ☐ ₁ M ☐ ₂

1. ¿En qué sector de la ciudad reside? (Dirección)
Where do you live? (Address)

2. ¿Cuánto tiempo reside en Cuenca?
How long have you been living in Cuenca?

1–6 meses (1-6 months) ☐ ₁ 7–12 meses (7-12 months) ☐ ₂

13–24 meses (13-24 months) ☐ ₃ 25–36 meses (25-36 months) ☐ ₄

Más de 36 meses (More than 36 months) ☐ ₅

3. ¿Cuántas personas viven con usted?
How many people do you live with?

4. ¿Cómo ha sido la integración entre usted y la ciudad de Cuenca?
How has the integration been between you and Cuenca city?

Integración (Integration)	Fácil (Easy)	Regular	Difícil (Difficult)
Económica (Economic)			
Social			
Cultural			

5. ¿Dónde obtuvieron información sobre Cuenca como un lugar para vivir?
Where did you get information about Cuenca as a place to live?

Revistas ☐ 1 Internet ☐ 2 Amigos/familia ☐ 3
(Magazines) (Friends/family)

Periódicos ☐ 4 Televisión ☐ 5 Otros _____ 6
(Newspaper) (TV) (Others)

6. ¿Qué le incentivó a elegir Cuenca como su lugar de residencia para vivir su jubilación?
What encouraged you to choose Cuenca as your home for your retirement?

Bienes raíces ☐ Beneficios especiales ☐ Costo de vida ☐ 3
Real estate Special benefits Cost of living

Integración ☐ 4 Entretenimiento ☐ 5 Salud ☐ 6
Integration Entertainment Health Care

Infraestructura ☐ 7 Clima ☐ 8 Cultura ☐ 9
Infrastructure Weather Culture

Gente ☐ 10 Seguridad ☐ 11 Otros _____ 12
People Security Others

7. ¿Cuál es su nivel de Español?
What is your level of Spanish?.

Excelente ☐ 1 Bueno ☐ 2 Regular ☐ 3 Malo ☐ 4 Pésimo ☐ 5
Excellent Good Bad Very bad

SALUD **HEALTH CARE**

8. ¿Qué tipo de alimentos **no** puede o evita consumir?
What kind of food can't you eat or avoid?

Grasas ☐ 1 Azúcar ☐ 2 Carbohidratos ☐ 3 Colorantes ☐ 4
(Fats) (Sugar) (Carbohydrates) (Food colouring)

Otro ☐ 5 ¿Cuál? _____
Others which?

9. ¿Tiene algún tipo de discapacidad o enfermedad?
Do you have any kind of impairment?

Si ☐ 1 ¿Cuáles? _____
Yes which?

No ☐ 2

10. ¿Desde qué edad realiza o asiste a las siguientes actividades?
Since what age do you do or attend to the following activities?

Actividad Activity	Edad Age
Eventos Culturales Cultural events	
Viajes dentro del país Travel within the country	
Viajes fuera del país Travel outside the country	
Museos Museums	
Eventos deportivos Sports	
Restaurantes/Cafés Restaurant / Cafes	
Bares/Discootecas Bar / Clubs	
Yoga/Bailoterapia/Gimnasio/Spa Yoga / Dancing / Gym/Spa	
Cursos/Talleres Courses / Workshops	

RESTAURANTES / BARES RESTAURANTS / BAR

11. ¿Qué tipo de comida prefiere consumir en Cuenca?
What kind of food do you like to eat in Cuenca?

Mexicana ☐ 1 Italiana ☐ 2 Árabe ☐ 3 China ☐ 4 Japonesa ☐
Mexican Italian Arabic Chinese Japanese

Americana ☐ 6 Ecuatoriana ☐ 7 Argentina ☐ 8 Peruana ☐ 9
American Ecuadorian Argentinian Peruvian

Otro ☐ 10Cuál? _____
Others which?

12. ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume?

What kind of alcoholic drinks do you drink?

Whisky ☐₁ Vodka ☐₂ Gin ☐₃ Ron ☐₄ Tequila ☐₅
(Rum)

Cerveza ☐₆ Vino ☐₇ Jaggermeister ☐₈ Otras ☐₉ ¿Cuál? _____
(Beer) (Wine) Others which?

13. ¿Qué tipo de bebidas no alcohólicas consume?

What kind of non alcoholic drinks do you drink?

Jugos ☐₁ Batidos ☐₂ Agua ☐₃ Café ☐₄ Chocolate ☐₅
Juices Shakes Water Coffee

Gaseosa ☐₆ Té ☐₇ Energizantes ☐₈
Soda Tea Energy drinks

Otro ☐₉ ¿Cuál? _____
Others which?

DEPORTES

SPORTS

14. ¿Practica deporte? Si responde si, ¿qué deportes practica?

Do you practice sports? If your answer is yes, what sports do you practice?

Si ☐₁ ¿Cuáles? _____
Yes which?

No ☐₂

15. ¿Qué deportes le gustaría que se implementen en la ciudad para asistir?

Which sports you like to see implemented in Cuenca to attend??

Baseball ☐₁ Football ☐₂ Ice Hockey ☐₃ Lacrosse ☐₄ Cricket ☐₅

Carrera de Caballos ☐₆ Softball ☐₇ Aeróbicos en el agua ☐₈
Turf Water Aerobics

Otro ☐₉ ¿Cuál? _____
Others which?

ENTRETENIMIENTO

ENTERTAINMENT

16. ¿Qué tanto cumple sus expectativas la ciudad en el sector de entretenimiento?

How much does Cuenca satisfy your expectations of entertainment places?

Totalmente ☐₁ Mucho ☐₂ Regular ☐₃ Poco ☐₄ Nada ☐₅
Totally A lot Regular A little Nothing

17. Cuando sale a un lugar de entretenimiento, lo hace con:

When you go out to an entertainment place, who do you go with:

Pareja ☐ 1
Partner

Solo ☐ 2
Alone

Amigos ☐ 3
Friends

18. Frecuenta más a eventos:

When do you go more frequently to events?:

Matutinos ☐ 1
In mornings

Vespertinos ☐ 2
Afternoon

Nocturnos ☐ 3
At night

19. ¿Qué día de la semana es el que más frecuenta los lugares de entretenimiento?

What days of the week are when you most frequently go to entertainment places?

Lunes ☐ 1
Monday

Martes ☐ 2
Tuesday

Miércoles ☐ 3
Wednesday

Jueves ☐ 4
Thursday

Viernes ☐ 5
Friday

Sábado ☐ 6
Saturday

Domingo ☐ 7
Sunday

20. ¿Qué forma de pago es la que más utiliza? Si es con tarjeta, ¿qué tarjeta?

What form of payment do you usually use? If it's credit card, what card?

Efectivo ☐ 1
Cash

Tarjeta ☐ 2
Card

Tarjeta:

American Express ☐ 1 Diners Club ☐ 2 Visa ☐ 3 Mastercard ☐ 4

21. De los lugares que frecuenta, ¿qué tan importante es para usted encontrar información en su idioma?

From the places you frequently visit, how important is it for you to find information in English?

Muy Importante ☐ 1
Very Important

Importante ☐ 2
Important

Poco importante ☐ 3
Not so important

22. ¿Por qué medio se informa sobre los eventos que hay en la ciudad?

How do you get information about the events that are in the city?

Revistas ☐ 1
Magazines

Redes Sociales ☐ 2
Social Networks

E-mail ☐ 3
E-mail

Sitios web ☐ 4
Web Sites

Amigos/Familia ☐ 5
Friends/Family

Periódico ☐ 6
Newspaper

Televisión ☐ 7
TV

Flyers ☐ 8
Flyers

Otro _____ 9
Other

23. De los lugares que usted frecuenta, ¿Qué tipo de servicios le gustaría que se implemente?
From the places you frequently visit, what kind of services would you like to be implemented?
-

24. ¿Aproximadamente, cuántas veces realizó los siguientes tipos de entretenimiento?
Approximately, how many times did you do the following kinds of entertainment activities?

Número de asistencias Number of attendances	Meses Months						
	2013			2014			
Actividad Activity	Julio Agosto (July August)	Septiembre Octubre (September October)	Noviembre Diciembre (November December)	Enero Febrero (January February)	Marzo Abril (March April)	Mayo Junio (May June)	Julio Agosto (July August)
Eventos Culturales Cultural events							
Viajes dentro del país Travel within the country							
Viajes fuera del país Travel outside the country							
Museos Museums							
Eventos deportivos Sports							
Restaurantes/Cafés Restaurant / Cafes							
Bares/Discotecas Bar / Clubs							
Yoga/Bailoterapia/Gym Yoga / Dancing / Gym							
Cursos/Talleres Courses / Workshops							
Otro tipo de entretenimiento Other kinds of entertainment _____							

INGRESOS / GASTOS
INCOME / EXPENSES

25. ¿Aproximadamente, cuál fue su nivel de ingresos en el último año?
 Approximately, what was your income in the last year?

Ingresos Incomes		
	Mes Month	Ingresos Income
2013	Julio-Agosto July - August	
	Septiembre-Octubre September - October	
	Noviembre-Diciembre November - December	
2014	Enero-Febrero January - February	
	Marzo-Abril March - April	
	Mayo-Junio May - June	

26. Aproximadamente, ¿qué **porcentaje** de sus ingresos destina mensualmente a cada una de las siguientes categorías?
 Approximately, what **percentage** of your income goes monthly on each one of the following activities?

Actividad Activity	% Mensual (Monthly Percent)
Salud Health	
Alimentación Food	
Vestimenta Clothes	
Entretenimiento Entertainment	
Transporte Transport	
Arriendos Rent	
Servicios básicos Basic services	

27. ¿Cuáles fueron sus gastos mensuales en entretenimiento durante el último año?
What were your expenses for entertainment in the last year?

Gastos Mensuales Monthly expenses	Meses Months						
	2013			2014			
Actividad Activity	Julio Agosto (July August)	Septiembre Octubre (September October)	Noviembre Diciembre (November December)	Enero Febrero (January February)	Marzo Abril (March April)	Mayo Junio (May June)	Julio Agosto (July August)
Eventos Culturales Cultural events							
Viajes dentro del país Travel within the country							
Viajes fuera del país Travel outside the country							
Museos Museums							
Eventos deportivos Sports							
Restaurantes/Cafés Restaurant /Cafes							
Bares/Discotecas Bar / Clubs							
Yoga/Bailoterapia/Gym/Spa Yoga / Dancing / Gym / Spa							
Cursos/Talleres Courses / Workshops							
Otro tipo de entretenimiento Other kinds of entertainment							

GRACIAS
THANK YOU

Anexo # 6: Sectorización de la ciudad de Cuenca

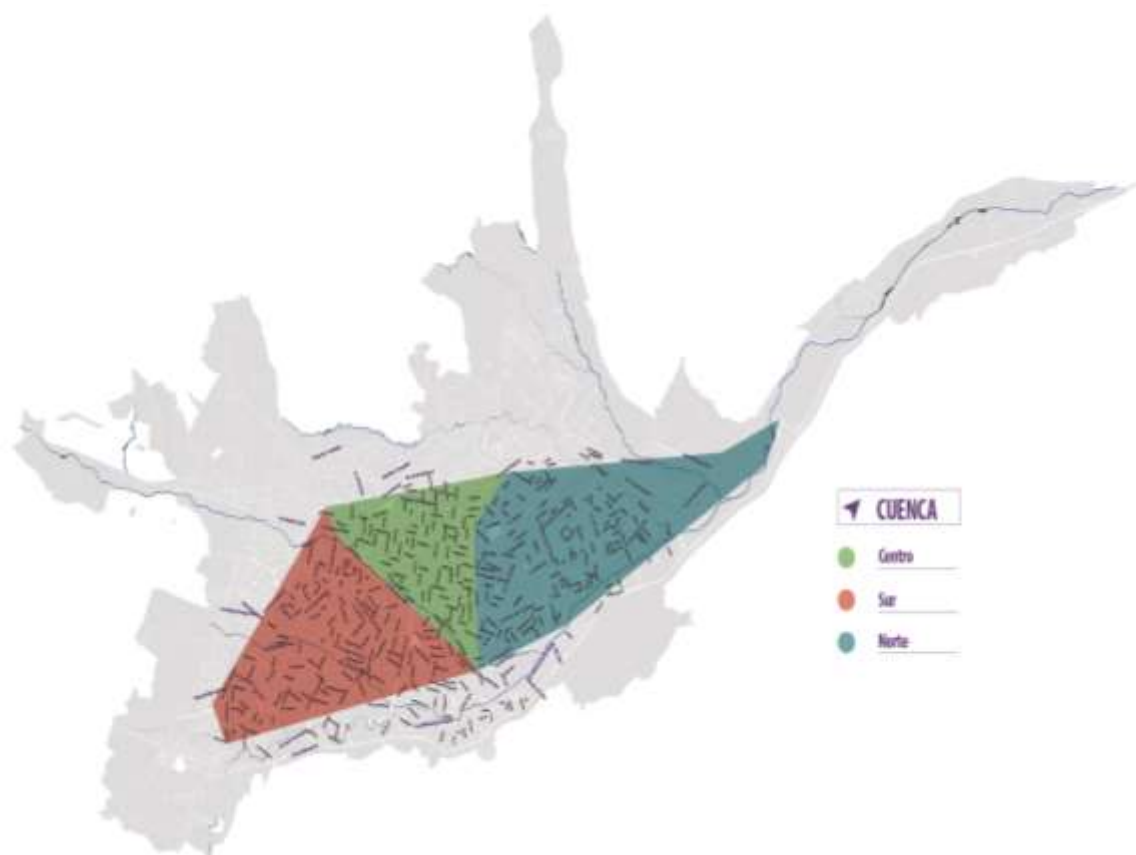


Gráfico 78 Mapa de Cuenca

Elaborado por: Los autores

Anexo # 7: Cuestionarios de observación

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: AGENCIAS DE VIAJES						
	Alternativas	Pazhuca Tours	Apullacta Tours	Corpoviajes	VazTours	Aventours
	Horario de atención					
	Atención bilingüe					
	Información en inglés					
Destinos Nacionales	Destino 1					
	Destino 2					
	Destino 3					
Destinos Internacionales	Destino 1					
	Destino 2					
	Destino 3					
	Tiempo de atención					
	Número de personas para el servicio					
	Guía turístico					

Tabla 142 Cuestionario de observación: Agencias de viajes

Elaborado por: Los autores

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN: RESTAURANTES/CAFÉS						
	Alternativas	Tutto Matto Pizza	Salvia Restaurant	Café y Pastelería Popacuchu	Common Ground Café	Don Colón Restaurante
	Horario de atención					
	Atención al cliente (Buena/Regular/Mala)					
	Atención bilingüe (Si/No)					
	Menú en inglés (Si/No)					
	Señalética en inglés (Si/No)					
	Número de personas para el servicio					
Tiempos de espera	Ofrecer menú					
	Tomar la orden					
	Bebidas					
	Plato fuerte					
	Postre					
	Entregan cuenta					
Número de platos	Entrada					
	Plato fuerte					
	Postre					
	Bebidas					

Tabla 143 Cuestionario de observación: Restaurantes/Cafés

Elaborado por: Los autores

[illegible]

185



COMMON GROUND
SPORTS BAR & GRILL

Wilmot Paul

Dirección: 12 de Abril 2-75 y Paucarbamba
Cuenca - Ecuador
R.U.C.: 0150793257001 - AUT. S.R.L. N° 1115453987
FACTURA N° 001-001- 0000519

MESA 1 Primer Piso 15/10/2014 2:26:31
NOMBRE

RUC:

DIRECCION:

1 persons

	P.UNIT	TOTAL
PORK BBQ	1 \$ 5.36	\$ 5.36
Common grounds	1 \$ 8.04	\$ 8.04
FRUTILLA	2 \$ 1.79	\$ 3.58



Total net \$ 16.98
IVA 12.00% \$ 2.04
Service charge 0.00% \$ 0.00
Total \$ 19.02

Delivery address:

FIRMA AUTORIZADA FIRMA CLIENTE
SALAS RAICAN DORA MONSERRATH - M.S. DISEÑOS - R.U.C.: 01038884001
AUT. N° 2283 - TEL.F: 2852328 - N° 000001 AL 000003
FECHA DE AUTORIZACION: 28/AGOSTO/2014 - VALIDO HASTA: 28/AGOSTO/2015
ORIGINAL BLANCO: ADQUIRENTE - COPIA VERDE: EMISOR

colón
SOLAMENTE EMBAJADOR

Campos Sánchez Colón Humberto
R.U.C.: 1702789288001
Dir.: Mariscal Sucre 9-14 y Benigno Malo
*Cel. 09 98270703 Cuenca - Ecuador
FACTURA 001-001- 0009017

Fecha: 15-10-2014 AUTORIZACION S.R.L. 1115650288

Señor (es): C.F.

R.U.C.: Teléfono:

Dirección:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	V. DE VENTA
11	JUGOS	150	3.00
1	Torta chocolate		3.00
1	Pizzas con crema		3.50

CATEGORIZADO: NO

[Firma Autorizada]
Firma Autorizada

[Firma Cliente]
Firma Cliente

SUBTOTAL \$ 9.50
I.V.A. 0% \$ 0.00
I.V.A. 12 % \$ 1.14
SERVICIO 10% \$ 0.95
VALOR TOTAL \$ 11.54

Rumballe Muñoz Flores María (IMP. AMARECER) Tímido 8-28 y Sucre Tel.: 2848387 RUC: 0101863405001
AUT. 2188 DEL: 0509881-0008380 ELABORADO: 28/SEPTIEMBRE/2014 VALIDO: 28/SEPTIEMBRE/2015

Gráfico 80 Factura Common Grounds – Don Colón



Fecha: 15 oct 2014 RUC 010479955-6
 Cliente: Erika Paredes
 Dirección: Francisco Aguilary Jr. Aménas Telf.: 4094127

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Nachos		6.50
1	Batido		2.50
1	Frispe		2.25
		TOTAL	11.25

Imp. LA MERCED Maldonado Tacuri José Francisco RUC 0101420297001 SRI 1017
Telf. 2808101 emitido 25/agosto/2014 válido hasta 25/agosto/2015 N° 2651 al 2900

Corel	Blanco: CLIENTE Rosado: EMISOR
-------	-----------------------------------

187

SALVIA MODERN EUROPEAN KITCHEN

Doc. Categorizado: NO
R.U.C. 0150871184001
AUT. S.R.I. # 1115053665

RESTAURANTE & CATERING

QUINN KAREN LOUISE
Dir: Roberto Crespo Toral 3-56 y Luis Moreno Mara
Telf: 2881 433 * Cel: 0939 513 820
E-mail: klquinn75@aol.com
Cuenca - Ecuador

FACTURA Serie 001 - 001 - **0000309**

Fecha: <u>16 de Octubre 2014</u>		Telf.: <u>4094127</u>	
Cliente: <u>Erika Paredes</u>			
Dirección: <u>Francisco Aguilar 1-10 R.U.C. / C.I. 010439955-6</u>			
CANT.	DESCRIPCION	V. UNT.	V. TOTAL
11	fuze té	1,50	3 -
11	almuerzos	6 -	12 -
		SUBTOTAL \$	15 -
		I.V.A. 0 % \$	
		I.V.A. 12 % \$	1,80
		TOTAL \$	16,80.


 CLIENTE


 SALVIA MODERN EUROPEAN KITCHEN

ORIGINAL BLANCO: ADQUIRENTE / COPIA AMARILLA: EMISOR / COPIA VERDE: S.V.T

PAUZH MINCHALA FANNY NARCISA, GRAFICAS JOCEQUIN - TELEFAX: 2840314
R.U.C. 0301032488001 - AUT. 2278 - Nro. 0000001 AL 0000500 - 12-JUNIO-2014 VALIDO HASTA 12-JUNIO-2015

Gráfico 82 Factura Salvia Restaurante



SIERRA Y ORIENTE, UN VIAJE ESPECTACULAR

SIERRA Y ORIENTE, UN VIAJE ESPECTACULAR 5 DIAS - 4 NOCHES

DESCRIPCIÓN: Yacuma es un Ecolodge ubicado en el área del Río Napo en la provincia del Napo, dedicada al turismo y a la ayuda de la comunidad Chontayacu. Este Lodge funciona al 100% con energía solar, siendo un lugar cómodo para el descanso y el descubrir de los misterios de la Amazonía ecuatoriana.

PROGRAMA INCLUYE:

- Transporte público desde Tena hacia Yacuma Ecolodge y retorno.
- Acompañante en español e inglés desde la ciudad de Tena
- Acomodación en cabañas con baño privado
- Guía nativo e interprete en inglés
- Alimentación completa en el Ecolodge
- Canoas en el Ecolodge
- Excursiones detalladas
- Ingresos a la comunidad
- Botas de caucho
- Agua purificada a su disposición
- Transportación en la ciudad de Baños para las actividades dentro del programa
- Acomodación en Baños
- Comidas (2 desayunos – 1 almuerzo) en Baños
- Guía naturalista
- Entradas a todas las actividades del programa



PRECIO POR PERSONA EN USD:

SALIDAS	PAQUETE	TARIFA
Viernes a Martes	5Días/4Noches	\$570.00

NO INCLUYE:

- Transporte desde Cuenca
- Gastos adicionales: bebidas alcohólicas, bebidas embotelladas, propinas, extras y gastos personales
- Otros servicios no especificados.

Dirección: Federico Malo (Sector Parque de La Madre) Teléfonos: 07 2838900/ 4040158
Cel. 098421056 E-mail: operaciones@aventoursecuador.com MSN: aventurastours@hotmail.com
Cuenca - Ecuador



EXPEDICIONES APULLACTA
OPERADORA DE TURISMO Y AGENCIA DE VIAJES
ECUADOR

SARAGURO
A PROUDLY INDIGENOUS TOWN
2 DAYS 1 NIGHT

On Sunday after breakfast you will go to the main plaza of Saraguro to observe the people wearing their typical dress to attend the Sunday mass.

During the morning a special Ritual of Purification will take place in the community. This Ritual will be celebrated with medicinal plants and it will be admired by all those in attendance who want to participate in them.

After Pinzhi (typical food-beans) return to Cuenca
Arrival in Cuenca at 4h30pm approximately

End of services.



TOUR INCLUDES:

- Private transportation
- Bilingual Speaking Guide (English-Spanish)
- Native guide from Saraguro
- Meals: 01 box lunch, 01 diner with live Andean Music, 01 breakfast, 01 pinzhi (lunch-typical food)
- One hotel night in Saraguro: double/triple room, private Bathroom, hot-cold water
- Special Ritual of Purification

NOT INCLUDED:

tips, any services not specified.

Price per person \$170 (minimo 8 pax)



Gran Colombia 11 - 02 & General Torres (2nd. Floor), Office 111.
Building of "Asociación de Empleados"
PH: (593-7)2- 837815 / 837881
Mob: 0999-604870 or 0999750193 (24 hours).
E-mail: info@apullacta.com

Estimado Juan Carlos.

A continuación le detallo el itinerario y costo para Bogota.

1 26 OCTUBRE QUITO-BOGOTA 16H40 - 18H20
2 28 OCTUBRE BOGOTA-QUITO 14H14 - 15H54

Costo: \$593.00

Saludos Cordiales,

Jessica Quito

CORPOVIAJES

Borrero 6-49 y Juan Jaramilo (junto a la Cruz Roja)

Telefonos: 072847270-2847269

0988991792 MOVIL

Gráfico 85 Proforma Corpoviajes

Anexo # 9: Proformas para el flujo de efectivo



Dirección: Roberto Crespo 3-49
 email: cuenca@ecuamueble.com
 Teléfono: 072513656

COTIZACION CUENCA

FECHA: 27/ octubre/2014
 NOMBRE: CAMPUZANO GOMEZ JUAN CARLOS
 DIRECCION: LUIS CORDERO 11-98
 PROVINCIA: CANTON:

OFCUA1702 DIGITADO POR: jenny

LOCAL: ALMACEN CUENCA
 RUC/R: 0106422017
 TELEFONO: 2842320
 VENDEDOR: Jenny Riera M

CANT	CODIGO	DESCRIPCION	P.UNITARIO	% DESC	P. TOTAL
1	M99-ECH	*BASE PC CHOCOLATE	45.00	10	45.00
1	VARIOS- TABLEROS2	*TABLEROS MESAS 90 RED.	55.00	10	55.00
2	NPAN2	*ESCRITORIO EJECUTIVO CEREZO / NEGRO	279.00	12	558.00
1	NAP4RA	*ARCHIVADOR 4 GAVETAS OLMO / ROBLE NYUM.	294.00	12	294.00
4	M290-03	*SILLA BUTTER CON BRAZO ESPALDAR PLASTICO Y ASIENT	74.00	15	296.00
2	NSS207	*SILLA SECRETARIA 207 FOCUS NYLON CON BRAZO	73.00	15	146.00
1	M276-06	*SILLA ATENAS ALUMINIO / MARRON	38.50	15	38.50

Observación:

FORMA DE PAGO

SON: Mil cuatrocientos siete 08/100

CLIENTE

SUBTOTAL:	1441.50
DESCUENTO:	135.18
BASE IVA 0%:	0.00
BASE IVA 12%:	1256.32
IVA	150.75
TOTAL:	1407.88

Gráfico 86 Proforma Ecuamuebles

OCHOA IMPORTACIONES

PROFORMA NRO: 0000000614

Fecha : 22 de Octubre del 2014
 Cliente : JUAN CARLOS CAPUSANO
 Telefono: 2842320
 Ciudad : Cuenca

MARCA	MODELO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
THUNDER GROUP	24010WT	PLATO 25 CM CUADRADO, 4.5 CM PROFUNDO	1.00	7.59	7.59
THUNDER GROUP	ALSKSP005	OLLA DE 24 QT. ALUMINIO	1.00	57.77	57.77
THUNDER GROUP	ALSKSP007	OLLA DE 40QT. ALUMINIO	1.00	78.21	78.21
BEZERA	B102SPM1162	MAQUINA DE CAF. PUSH BUTTON. 1 GRUPO, 110V. CON T	1.00	1,500.00	1,500.00
THUNDER GROUP	CR9108M	PLATO PARA TAZA DE 5 1/2" BLANCO DE MELAPONA	1.00	2.72	2.72
HAMILTON BEACH	HBF300	LIQUADORA DE COMIDA 48 OZ VASO POLICARBONATO	1.00	467.67	467.67
EP	KSM150PSER1	BATIDORA 5 OY ROJO	1.00	504.46	504.46
ADORAFT	PAM-2	POZUELO DE 2 OZ PLASTICO POR DOCENA	1.00	1.37	1.37
ROYAL	RA-6	COCINA 6 QUEMADORES	1.00	2,107.54	2,107.54
THUNDER GROUP	SLSTMS310	CEDAZO 10" MEDIANO	1.00	10.07	10.07
THUNDER GROUP	SLTL011	CUCHARA DE 24 OZ. DOS PIEZAS	1.00	5.39	5.39
TONECO	VO0422	VASO AV LISO F / CASCOS	1.00	0.52	0.52
TONECO	VO0509	COPA AV CERMEJERO LEXINGTON	1.00	0.79	0.79



	SUBTOTAL :	4,744.10
0.00 %	DESCUENTO :	0.00
12.00 %	IMPUESTO :	569.29
	TOTAL :	5,313.39

CONDICIONES GENERALES:

- Precios en dólares americanos.
- Validez de la oferta: 30 días.
- Oferta no incluye costos de transporte.
- Pagos: contado y aceptamos tarjetas de crédito.
- Artículos de importación: 60% anticipo, 40% contra entrega.
- Equipos tienen un año de garantía contra defectos de fabricación.

Atentamente,
 OCHOA IMPORTACIONES
 Tlfs: 2826992/2850777

Gráfico 87 Proforma Ochoa Importaciones











FECHA: 13/10/2014

PROFORMA N° 52

CLIENTE: SR. JUAN CARLOS CAMPUZANO

ATT:

TELF: 2842320 995779837 E-Mail:

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT	TOTAL
1	COMPUTADOR INTEL CORE I3 DE 3.2 GHZ PROCESADOR INTEL CORE I3 DE 3.2 GHZ CASE ATX CARDREADERS MEMORIA DE 4GB DDR3 PC 1600 KINGSTON/MARKVISION MAINBOARD ASUS H 81 /GIGABYTE/ BIOSTAR V/S/ R DISCO DE 500GB SATA MONITOR DE 20 " LED TECLADO , PARLANTES , MOUSE	525.00	525.00
1	IMPRESORA ZEBRA GC420 THERMAL-203		359
1	ROUTERS 2 ANTENAS		43
ORSEQUITOS :REGULADOR, PAD , MOUSE, COBERTORES			
		Subtotal:	927.00
		IVA:	111.24
		Total:	1,038.24


 ATENTAMENTE
 ING. NELSON BARRERA T

Forma de pago: CONTADO
 Garantía: 1 AÑO

Entrega: 48 HORAS HABLES
 Validez: 15 DIAS

Condiciones: La empresa no se responsabiliza de la garantía en caso de que el cliente no disponga de una

Gráfico 88 Proforma BC Compu

COTIZACION				
PRODUCTO	CONTADO	PLAZO	ENTRADA	CUOTAS
TV LED_L.G. 50L85610 (50"/HD)	1187,24			0
TV LED_SAMSUNG UN50FH5303 (50"/HD)	1336,18			0
TV LED_SONY KDL-48R479_NG	1197,22			0
TV LED_GLOBAL 42G4084HD (FHD/ISDB-T) T42001	624,16			0
				0
				0
				0
				0

VENDEDOR DAMIAN JARA Claro: 0988007999 Movi: 0998123832 TELF: 2831991 Ext: 279
 CUENTE: JUAN CARLOS QAMPUZANO CI: Telf/Cell:

Gráfico 89 Proforma Televisiones

Anexo # 10: Rol de pagos

- Restaurantes/Cafés

ROL DE PAGOS RESTAURANTE/CAFÉ			
Dias trabajados	30		
Cargo:	Cajero		
Ingresos		Descuentos	
		Aportes Al IESS (9,45%)	\$ 57,37
Sueldo Básico	\$ 342,04		
Horas Suplementarias	\$ 128,27		
Horas Extraordinarias	\$ 136,82		
TOTAL INGRESOS	\$ 607,12	Total Descuentos	\$ 57,37
NETO A PAGAR MENSUAL	\$ 549,75		
NETO A PAGAR ANUAL	\$ 6.596,98		
Recibí Conforme			

Gráfico 90 Rol de pagos Restaurante/Café – Cargo de Cajero

Elaborado por: Los autores

ROL DE PAGOS RESTAURANTE/CAFÉ			
Días trabajados	30		
Cargo:	Gerente		
Ingresos		Descuentos	
		Aportes Al IESS (9,45%)	\$ 32,55
Sueldo Básico	\$ 344,42		
TOTAL INGRESOS	\$ 344,42	Total Descuentos	\$ 32,55
NETO A PAGAR	\$ 311,87		
NETO A PAGAR ANUAL	\$ 3.742,47		
Recibí Conforme			

Gráfico 91 Rol de pagos Restaurante/Café – Cargo de Gerente

Elaborado por: Los autores

- **Agencia de viajes**

ROL DE PAGOS AGENCIA DE VIAJES			
Días trabajados	30		
Cargo:	Gerente		
Ingresos		Descuentos	
		Aportes Al IESS (9,45%)	\$ 32,55
Sueldo Básico	\$ 344,42		
TOTAL INGRESOS	\$ 344,42	Total Descuentos	\$ 32,55
NETO A PAGAR	\$ 311,87		
NETO A PAGAR ANUAL	\$ 3.742,47		
Recibí Conforme			

Gráfico 92 Rol de pagos Agencia de Viajes – Cargo de Gerente

Elaborado por: Los autores

ROL DE PAGOS AGENCIA DE VIAJES			
Dias trabajados	30		
Cargo:	Guía turístico		
Ingresos		Descuentos	
		Aportes Al IESS (9,45%)	\$ 32,34
Sueldo Básico	\$ 342,21		
TOTAL INGRESOS	\$ 342,21	Total Descuentos	\$ 32,34
NETO A PAGAR	\$ 309,87		
NETO A PAGAR ANUAL	\$ 3.718,45		
Recibí Conforme			

Gráfico 93 Rol de pagos Agencia de Viajes – Cargo de Guía Turístico

Elaborado por: Los autores

ROL DE PAGOS AGENCIA DE VIAJES			
Dias trabajados	30		
Cargo:	Representante de ventas		
Ingresos		Descuentos	
		Aportes Al IESS (9,45%)	\$ 32,21
Sueldo Básico	\$ 340,88		
TOTAL INGRESOS	\$ 340,88	Total Descuentos	\$ 32,21
NETO A PAGAR	\$ 308,67		
NETO A PAGAR ANUAL	\$ 3.704,00		
Recibí Conforme			

Gráfico 94 Rol de pagos Agencia de Viajes – Cargo de Representante de ventas

Elaborado por: Los autores

Anexo # 11: Rol de provisiones

Rol de provisiones Restaurante/Café - Año 1								
Cargo	Sueldo	XIII	XIV	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Mensual	Total Anual
Gerente	\$ 311,87	\$ 25,99	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 12,99	\$ 37,89	\$ 105,21	\$ 1.262,52
Cajero	\$ 607,12	\$ 50,59	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 25,30	\$ 73,77	\$ 177,99	\$ 2.135,86
								\$ 3.398,38

Tabla 144 Rol de provisiones Restaurantes/Cafés - Año 1

Elaborado por: Los autores

Rol de provisiones Restaurante - Año 2-10								
Cargo	Sueldo	XIII	XIV	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Mensual	Total Anual
Gerente	\$ 311,87	\$ 25,99	\$ 28,33	\$ 25,98	\$ 12,99	\$ 37,89	\$ 131,19	\$ 1.574,27
Cajero	\$ 607,12	\$ 50,59	\$ 28,33	\$ 50,57	\$ 25,30	\$ 73,77	\$ 228,56	\$ 2.742,74
								\$ 4.317,01

Tabla 145 Rol de provisiones Restaurantes/Cafés - Año 2 al 10

Elaborado por: Los autores

Rol de provisiones Agencia de viajes - Año 1								
Cargo	Sueldo	XIII	XIV	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Mensual	Total Anual
Guía Turístico 1	\$ 342,21	\$ 28,52	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 14,26	\$ 41,58	\$ 112,69	\$ 1.352,26
Guía Turístico 2	\$ 342,21	\$ 28,52	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 14,26	\$ 41,58	\$ 112,69	\$ 1.352,26
Representante de ventas 1	\$ 340,88	\$ 28,41	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 14,20	\$ 41,42	\$ 112,36	\$ 1.348,32
Representante de ventas 2	\$ 340,88	\$ 28,41	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 14,20	\$ 41,42	\$ 112,36	\$ 1.348,32
Gerente	\$ 344,42	\$ 28,70	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 14,35	\$ 41,85	\$ 113,23	\$ 1.358,79
								\$ 6.759,95

Tabla 146 Rol de provisiones Agencia de viajes - Año 1

Elaborado por: Los autores

Rol de provisiones Agencia de viajes - Año 2-10								
Cargo	Sueldo	XIII	XIV	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Mensual	Total Anual
Guía Turístico 1	\$ 342,21	\$ 28,52	\$ 28,33	\$ 28,51	\$ 14,26	\$ 41,58	\$ 141,19	\$ 1.694,33
Guía Turístico 2	\$ 342,21	\$ 28,52	\$ 28,33	\$ 28,51	\$ 14,26	\$ 41,58	\$ 141,19	\$ 1.694,33
Representante de ventas 1	\$ 340,88	\$ 28,41	\$ 28,33	\$ 28,40	\$ 14,20	\$ 41,42	\$ 140,76	\$ 1.689,07
Representante de ventas 2	\$ 340,88	\$ 28,41	\$ 28,33	\$ 28,40	\$ 14,20	\$ 41,42	\$ 140,76	\$ 1.689,07
Gerente	\$ 344,42	\$ 28,70	\$ 28,33	\$ 28,69	\$ 14,35	\$ 41,85	\$ 141,92	\$ 1.703,08
								\$ 8.469,87

Tabla 147 Rol de provisiones Agencia de viajes - Año 2 al 10

Elaborado por: Los autores

Anexo # 12: Tarifa de internet y cable – Empresa Tv Cable

AHORRA \$39^{48*} ANUALES		Plan Familiar	
• Plan Familiar	\$ 12,99		
• Internet Básico	\$ 19,90		
• Subtotal	\$ 32,89		
• Descuento 10%	\$ 3,29		
• Precio Doble Pack + imp	\$ 29,60		
• Precio Final con imp.	\$ 35,34		

Gráfico 95 Plan televisión + internet – Grupo Tv Cable

Fuente: <http://www.grupotvcable.com/grupo/internet>

BÁSICO
hasta 2.6 megas
\$19,90+ imp.
Precio final: \$22,29
Velocidad de subida: hasta 400 Kbps
Velocidad de bajada: hasta 2800 Kbps
Conexión simultánea: 3 computadoras
Cuentas de correos electrónicos: 3
DOCSIS 2.0
WiFi N Plus
Instalación sin costo
6 meses de upgrade

Gráfico 96 Plan internet – Grupo Tv Cable

Fuente: <http://www.grupotvcable.com/grupo/internet>

Anexo # 13: Tasas de rendimiento – Superintendencia de Compañías

CIU 4: ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES (LITERAL + 3 DÍGITOS)	
N	ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO.
N771	ALQUILER DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES
N772	ALQUILER DE EFECTOS PERSONALES Y ARTÍCULOS DE USO DOMÉSTICO
N773	ALQUILER DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA, EQUIPO Y BIENES TANGIBLES
N774	ARRENDAMIENTO DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y PRODUCTOS SIMILARES, EXCEPTO OBRAS PROTEGIDAS POR DERECHOS DE
N781	ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE EMPLEO
N782	ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE EMPLEO TEMPORAL
N783	OTRAS ACTIVIDADES DE DOTACIÓN DE RECURSOS HUMANOS
N791	ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURÍSTICOS
N799	OTROS SERVICIOS DE RESERVAS Y ACTIVIDADES CONEXAS
N801	ACTIVIDADES DE SEGURIDAD PRIVADA
N802	ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE SISTEMAS DE SEGURIDAD
N803	ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN
N811	ACTIVIDADES COMBINADAS DE APOYO A INSTALACIONES
N812	ACTIVIDADES DE LIMPIEZA
N813	ACTIVIDADES DE PAISAJISMO Y SERVICIOS DE MANTENIMIENTO CONEXOS
N821	ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y DE APOYO DE OFICINA
N822	ACTIVIDADES DE CENTROS DE LLAMADAS
N823	ORGANIZACIÓN DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES COMERCIALES

Gráfico 97 Estructura esquemática por clases – Agencia de viajes

Fuente: http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/20140917100934.xls

ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES	RENTABILIDAD FINANCIERA				Número de Compañías
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
N771	0,3742	4,3453	-0,8652	1,4206	56
N772	0,2284	1,9977	-0,8951	1,1824	10
N773	0,4199	5,1113	-1,0128	1,4133	128
N774	0,7322	2,3534	-1,0719	1,4219	12
N781	0,6154	5,4377	-1,0659	1,5469	52
N782	0,4883	4,0521	-1,2247	1,3934	74
N783	0,5995	3,5214	-0,8018	1,4664	18
N791	0,5163	36,9695	-0,4551	2,1308	708
N799	0,4059	3,7640	-1,0482	1,3746	76
N801	0,5429	7,7033	-1,1811	1,4597	670
N802	0,4968	3,9059	-1,0620	1,4605	72

Gráfico 98 Rentabilidad financiera promedio – Agencia de viajes

Fuente: http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/20140917100934.xls

CIU 4: ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES (LITERAL + 3 DÍGITOS)	
I	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS.
I551	ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS
I552	ACTIVIDADES DE CAMPAMENTOS, PARQUES DE VEHÍCULOS DE RECREO Y PARQUES DE CARAVANAS
I559	OTRAS ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO
I561	ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS
I562	SUMINISTRO DE COMIDAS POR ENCARGO Y OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIO DE COMIDAS
I563	ACTIVIDADES DE SERVICIO DE BEBIDAS

Gráfico 99 Estructura esquemática por clases – Restaurantes/Cafés

Fuente: http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/20140917100934.xls

 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS TABLA 10					
ESTRUCTURA ESQUEMÁTICA POR CLASES	RENTABILIDAD FINANCIERA				Número de Compañías
	PROMEDIO	MÁXIMO	MÍNIMO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
I551	0,3965	19,0130	-0,5113	1,7708	316
I561	0,7176	7,4820	-1,1172	1,6370	322
I562	0,6197	4,2469	-1,1960	1,5162	102
I563	0,7623	6,6899	-0,6493	2,1072	22

Gráfico 100 Rentabilidad financiera promedio – Restaurantes/Cafés

Fuente: http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/20140917100934.xls

Anexo # 14: Tasa de inflación año 2013 – Banco Central del Ecuador

FECHA	VALOR
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %

Gráfico 101 Tasa de inflación año 2013

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Anexo # 15: Tasa de interés pasiva año 2013 – Banco Central del Ecuador

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %

Gráfico 102 Tasa de interés pasiva año 2013

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>