

43

Fecha de presentación: Septiembre, 2021

Fecha de aceptación: Noviembre, 2021

Fecha de publicación: Diciembre, 2021

SEGMENTO SENIOR

COMO ESTRATEGIA DE MERCADO PARA AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD DE AMBATO

SENIOR SEGMENT AS MARKET STRATEGY FOR TRAVEL AGENCIES IN THE CITY OF AMBATO

Ángela Verónica Paredes Núñez¹

E-mail: ua.angelaparedes@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0783-5639>

William Andrés Benítez Guevara¹

E-mail: ta.williamabg70@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5823-7738>

¹ Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Paredes Núñez, Á. V., & Benítez Guevara, W. A. (2021). Segmento senior como estrategia de mercado para agencias de viajes en la ciudad de Ambato. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S3), 326-333.

RESUMEN

La investigación se enfoca en el turismo senior, que no ha ocupado un lugar representativo en el cantón Ambato, sin embargo, son los generadores de la economía local debido a sus condiciones físicas y motivacionales. En el país alrededor 7 de cada 100 ciudadanos pertenecen al grupo senior, siendo los rangos de edad de 60 a 85 años. El grupo mencionado tiene necesidades al momento de jubilarse tomando en cuenta su salud y así mismo la forma de viajar, invirtiendo sus valores económicos adquiridos en su jubilación. La presente investigación es un estudio no experimental, de tipo cualitativo – cuantitativo y transversal; cualitativo porque se recolectó datos mediante la observación empírica. Para responder la encuesta por la que se recopiló información para tener datos de interés se utilizó la encuesta realizada en una herramienta digital de Google y una guía de entrevista con preguntas abiertas y cerradas para recoger información de forma breve e individual con opiniones cualitativas y puntos de vista personales. Como parte de los resultados obtenidos en la investigación se presenta el análisis de factores demográficos, motivacionales y económicos; los cuales son edad, estilo de vida, promedio de su pensión jubilar, conociendo cada una de las motivaciones entre las principales son conocer lugares su cultura y gastronomía, compartir con personas de la misma edad salir de su lugar de origen aplacar el estrés, contaminación y mejorar su estado de ánimo.

Palabras clave: Accesibilidad, actividades, destinos, jubilado, salud, turista, turismo, senior.

ABSTRACT

The research focuses on senior tourism, which has not occupied a representative place in the canton of Ambato, however, they are the generators of the local economy due to their physical and motivational conditions. In the country, around 7 out of every 100 citizens belong to the senior group, with age ranges from 60 to 85 years old. The mentioned group has needs at the time of retirement taking into account their health and also the way to travel, investing their acquired economic values in their retirement. The present research is a non-experimental, qualitative-quantitative and cross-sectional study; qualitative because data was collected through empirical observation. To answer the survey by which information was collected in order to have data of interest, the survey conducted in a Google digital tool and an interview guide with open and closed questions was used to collect information briefly and individually with qualitative opinions and personal points of view. As part of the results obtained in the research, the analysis of demographic, motivational and economic factors is presented; which are age, lifestyle, average retirement pension, knowing each of the motivations among the main ones are to know places, their culture and gastronomy, share with people of the same age, leave their place of origin, relieve stress, pollution and improve their mood.

Keywords: Accessibility, activities, destinations, retired, health, tourist, tourism, senior.

INTRODUCCIÓN

Se entiende a un turista senior, como aquella persona superior a los 60 años jubilada que desea tener actividades de ocio y descanso teniendo un destino de viaje nacional o internacional. El segmento senior al momento de salir de su rutina diaria de trabajo y jubilarse adopta la necesidad de realizar actividades para mantenerse ocupado siendo así una de las más buscadas y favoritas la de viajar y conocer varios destinos nacionales e internacionales, teniendo en cuenta varios requerimientos para adquirir los viajes tener asistencia en todo momento, compartir con personas de su misma edad, siendo motivaciones que se acoplen a su estado físico, condición y edad en la que se encuentran.

Hoy en día el turismo es una parte muy importante en la economía de cada uno de los países, siendo así como uno de los segmentos, el turismo senior que es aquel que se enfoca en el adulto mayor, que es el que ha generado mayor impulso a nivel de la industria turística, en la que se centran las personas jubiladas y prejubiladas. Estas personas poseen un espíritu joven con ganas de recorrer los más diversos sitios y conocer nuevos lugares.

Para (Hoyo & Valentine, 2010) el crecimiento del turismo senior o de gente mayor, ha experimentado una tasa de crecimiento más elevada en Europa durante la última década. El turismo social es decir los viajes vacacionales con distintos grados de subvención, basado en la idea de que el turismo es un derecho social de los ciudadanos. (González, Villa & García, 2010) afirma:

La sociedad se encuentra en una etapa en la que está experimentando un proceso de envejecimiento sin precedentes. Este hecho va a repercutir en el futuro de la oferta del turismo nacional. Los seniors son cada vez más numerosos y muestran gran interés por las nuevas oportunidades que brinda nuestra industria turística. Este colectivo de espíritu joven y abierto, acompañado de un nivel económico estable, representa un segmento de mercado atractivo para la industria turística. (p.10).

De acuerdo con (Ruiz & Coca, 2008; Sánchez et al. 2015) el turista senior como una persona mayor de 60 años, que posee el tiempo y dinero para viajar. Este segmento tendrá sus limitantes para poder viajar, como su estado de salud, que influye grandemente en su movilidad, responsabilidades familiares o falta de interés hacia el destino.

Sin embargo, el turismo senior, no ha ocupado un lugar muy destacado hasta el momento, por lo cual, presenta grandes oportunidades para el mercado turístico. Esta nueva modalidad es escasa y revela una falta de consenso, por lo que se busca una clarificación del mismo. También se profundiza en las motivaciones,

comportamiento y fuentes de información utilizadas por los seniors, variables de gran interés para lograr una oferta satisfactoria, de calidad y que se ajuste a sus necesidades. Las agencias de viajes en la ciudad se enfocan en vender servicios al público en general, pero existen muy pocas agencias que se enfocan en ese segmento para brindarles un servicio acorde a las necesidades, que sus clientes tengan la satisfacción de convivir con personas de la misma edad disfrutando de sitios turísticos del Ecuador.

Es importante identificar las actividades que se realizan acorde a la edad de los segmentos, tomando en cuenta el estado físico y los lugares que se visitan. Cada uno de los turistas de este segmento se denomina senior, se enfocan en conocer los diferentes lugares del Ecuador y del mundo, pues la finalidad de sus viajes es compartir con personas de su misma edad, interactuar y disfrutar del lugar tomando en cuenta que anhelan tener todos los servicios y ser atendidos de la mejor manera.

Sin embargo, no se ha potencializado este segmento por la falta de difusión de paquetes turísticos para este grupo de mercado el cual hoy en día es el que brinda más aportes a la economía local, por lo que se ha identificado como problema científico.

Según el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO, 2018) el programa de turismo como un servicio complementario de las prestaciones del Sistema de la Seguridad Social Española, con el objetivo de proporcionar a las personas mayores estancias en zonas de costa y turismo de interior, contribuyendo con ello a mejorar su calidad de vida, su salud y la prevención de la dependencia.

(Benítez et al. 2018) afirma actualmente en la República de Argentina el Plan Federal Estratégico de Turismo Sostenible tiene como objetivo liminar que el turismo sea reconocido simplemente como una actividad socioeconómica clave para el desarrollo del país, transformándose en una prioridad dentro de las políticas del estado, pero también que su práctica se considere un derecho social apreciando el crecimiento integral de la persona a través del aprovechamiento del tiempo libre y el conocimiento del país.

Para (Fazenda, 2013) el siglo XXI representa una oportunidad y un desafío para los observatorios de turismo por varias razones, entre las más importantes señala: crisis económicas internacionales, desarrollo de economías de países emergentes (China, India, Rusia, Brasil), alteraciones en los mercados y en los perfiles de los turistas, creciente importancia en la sostenibilidad del turismo,

alteraciones climáticas y desastres naturales envejecimiento de la población, crecimiento del turismo senior.

En concordancia con (Silva & Fernández, 2015) América Latina crecerá la afluencia turística en un 2,1% en 2019 apoyada por el mejor comportamiento del sector externo y el impulso de la inversión, aunque con bastante heterogeneidad entre países. Así lo indica BBVA Research en su informe "Situación Latinoamérica Tercer Trimestre 2018", en el que ha ajustado levemente su proyección a la baja debido al menor crecimiento previsto para Argentina y Brasil. La CEPAL por otro lado estima en 1,7% el crecimiento de la región. Llegar a los 60 años no es ningún impedimento para mantener (o iniciar) la pasión por viajar. El turismo senior continúa ganando protagonismo en Argentina, sobre todo porque este sector de la sociedad tiene un mayor tiempo libre y energía para conocer el mundo. Los mayores de este país viajan cada vez más, prueba de ello es que, según Airbnb, las reservas de alojamiento aumentaron un 88% en el último año. (El Patagonico, 2017).

La proporción de personas de edad ha aumentado considerablemente en el transcurso de los últimos años y eso representa una constante en el mundo entero: se espera que, en 2030, la categoría de 60 años y más llegará a estar compuesta por 1.3 millones de personas. (Medina-Chávez, 2015). No resulta extraño entonces que, en los últimos decenios, el mercado de los adultos mayores se haya convertido en una fuerza motriz en la industria del turismo y uno de los segmentos de mercado que presenta una tasa elevada de crecimiento. En general, los adultos mayores retirados tienen más tiempo libre y están dispuestos a utilizarlo en el turismo. Cuando se trata de viajar, los adultos mayores tienen tendencia a ser más meticulosos en la calidad y más exigentes, sobre todo en materia de seguridad, de servicios y de infraestructura. Además, desean tener la libertad de escoger, pero piden también que los paquetes de viaje estén bien organizados y tengan en cuenta la seguridad.

Una de las características de este segmento de personas es que permite desestacionalizar el turismo porque no dependen de la llegada de los recesos laborales para poder partir de viaje, pueden disfrutar sus vacaciones cualquier momento del año, es un segmento que no ha tenido gran relevancia en la industria turística presenta grandes oportunidades debido al fuerte envejecimiento de la población y a los nuevos perfiles de las personas mayores.

Los viajes de turismo no solo sirven para conocer otros lugares del Ecuador o el mundo, contribuyen también al bienestar físico y mental de las personas, en especial de los adultos mayores. Muchos de ellos se han convertido

en los nuevos aventureros que se reúnen, se organizan y planifican sus viajes. Ellos tienen una energía inagotable y si de armar el próximo viaje se trata, el entusiasmo es desbordante y la camaradería deja corto a cualquier muchacho. (Caiza & Molina, 2012).

A través de la metodología, se permite identificar que en la actualidad el desarrollo del turismo senior en el cantón Ambato ha incrementado mejorando la economía favorablemente y brindando accesibilidad para todos aquellos que desean disfrutar y conocer varios destinos ya sean estos naturales o culturales, dicho segmento de mercado muestra un gran interés por compartir salidas con personas de la misma edad los cuales no le ven limitaciones a su escasa movilidad o su edad, poseen mejor entusiasmo que un joven al momento de estar en los viajes y disfrutan cada momento.

De acuerdo a los resultados de las encuestas, las personas que están en el segmento senior oscilan los 60 a 80 años principalmente, quienes buscan al realizar un viaje, es evidenciar el tipo de servicio que los tours incluyen, el precio, un guía que los acompañe en todo momento y les brinde la asistencia necesaria en sus requerimientos. El interés de viajar del adulto mayor predomina en destinos nacionales al igual que internacionales, la motivación del cliente para adquirir un viaje en alguna agencia de viajes del cantón es que le brinden confianza en sí mismo y una excelente atención, en si las personas de esta edad buscan salir de la rutina disfrutar cada uno de sus viajes dentro y fuera del país realizando cada una de las actividades que les brindan acorde a su edad.

En resumen, los turistas senior buscan viajar a diferentes lugares con personas de su misma edad para realizar diferentes actividades recreativas y de esparcimiento teniendo varias motivaciones entre las cuales predomina tener un guía en todo momento para su seguridad y bienestar, los cuales son los principales generadores de economía por la adquisición de paquetes de viajes.

MÉTODOS

La investigación adoptada es transversal porque se recopila resultados observados en el diario vivir de los turistas senior entre sus actividades y motivaciones teniendo en cuenta el número de la población. La investigación está basada en los métodos, Analítico – Sintético, debido al análisis es la operación intelectual que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades y así realizar la división en el pensamiento del todo en sus múltiples relaciones y componentes. Síntesis es la operación inversa al análisis, establece mentalmente la unión entre las partes previamente analizadas y posibilita

descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad (Gómez et al. 2018). Inductivo – Deductivo, ya que es el momento del razonamiento a través del cual se pasa del conocimiento de casos particulares, a uno más general que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Permite la realización de generalizaciones. El deductivo es el momento del razonamiento a través del cual se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad. Permite la realización de inferencias deductivas, importantes para establecer conclusiones (Gómez et al. 2018).

Estos métodos permiten descomponer el objeto de estudio para analizar y valorar sus particularidades, de igual modo analizar la evolución del objeto de estudio a través del análisis de la particularidad a lo general y general a la particularidad.

La presente investigación es un estudio no experimental, de tipo cualitativo - cuantitativo, es clasificado como cualitativo porque se recolectó datos mediante la observación empírica, además se utilizó una encuesta y una guía de entrevista con preguntas abiertas y cerradas para recoger información de forma breve e individual con opiniones cualitativas y puntos de vista personales. Como parte de la modalidad corresponde al paradigma cuantitativo – cualitativo, presentando a través de técnicas como la entrevistas a varias agencias de viajes y encuestas a las personas que se encuentran dentro del segmento senior, basándose en la guía de entrevista que es el instrumento con la cual se evaluó porcentualmente el número de turistas que son atendidos por las agencias. De igual manera con el cuestionario el cual refleja los servicios prestados por las agencias, destinos formas de realizar turismo y actividades más realizadas por las personas del segmento antes mencionado incluido el nombre de algunas agencias recomendadas por los encuestados. Las técnicas de la investigación son la encuesta y la entrevista.

De acuerdo a las agencias a las cuales se las entrevisto los resultados acorde al segmento senior son muy variantes por los que cada una de las agencias brindan sus servicios a todo tipo de personas, una agencia en especial, reflejo que en un 90% brinda servicios de viajes asistidos a las personas del segmento que menciona dichos viajes, estos se los realiza dentro y fuera del país la agencia en mención brinda paquetes acorde a los clientes siendo dichos tours desde un full day hasta extenderse a más días. Los datos que se obtuvieron en las encuestas digitales por medio de Google form y enviada por medio de la red social WhatsApp, realizadas a las personas del segmento

senior muestran la edad predominante de las personas que viajan, teniendo en cuenta el tipo de servicios que requieren entre ellos el precio del viaje, además que el grupo de viaje tenga un mismo interés, tener asistencia en todo momento y todo lo que incluye en los paquetes propuestos.

Las técnicas que se emplearon son la encuesta y la entrevista. La encuesta con el empleo de su herramienta correspondiente a un cuestionario estructurado de preguntas abiertas y cerradas se enfoca en los viajes que realiza el turista senior, correspondiente a un total de 37.735 personas según el censo del año 2010. Para esto se aplicó el cálculo de muestra, obteniendo un resultado de 265 habitantes a ser encuestados mediante la aplicación de esta técnica con un planteamiento de 9 interrogantes a ser contestadas, enunciando preguntas como la edad de las personas, destinos a visitar, motivación de los viajes, frecuencia de viajes dentro y fuera del país, actividades a realizar. Estas fueron clave para determinar la información requerida. Otra de las técnicas que se empleó es la entrevista, mediante la aplicación del instrumento basado en 11 interrogantes, misma que fue aplicada al personal de las agencias de viajes del cantón Ambato.

Hay que tomar en cuenta que dicho segmento tiene privilegio en conocer lo que se encuentra en su país mientras que en segundo plano se encuentran los viajes fuera del país. La motivación que tienen las personas para adquirir sus viajes en una agencia es el buen trato que les brindan en atención al cliente la confianza que generan en sí mismos, los criterios varían mucho al momento de saber la frecuencia de viajes nacionales por medio de una agencia, entre las principales respuestas es mensual y anual, mientras que la frecuencia de viajes internacionales muestra una vez al año con una larga duración del viaje, entre otra opción de respuesta también es cada 3 meses o incluso cada 6 meses, en cada uno de los viajes lo primordial que busca el turista es cada una de las actividades que propone el itinerario entre recreativas de esparcimiento o salud, degustación de la gastronomía del sector, o realizar compras en lugares de renombre o tan solo salir de la rutina y descansar.

RESULTADOS

La presente tabla refleja los datos obtenidos posterior a la aplicación de la encuesta realizada a los clientes senior con resultados relevantes sobre la motivación de viajar de cada una de las personas encuestadas, los mismos que se muestran a continuación.

Tabla 1: Resultados de la encuesta

1.-Edad	
60 – 64 años	56.5 %
65 – 69 años	14.1 %
70 – 74 años	12.9 %
75 – 79 años	11.8 %
80 años en adelante	4.7 %
2.-Servicios requeridos para un viaje por medio de una agencia de viajes	
Grupo de turistas con intereses en particular	37.6 %
Servicios incluidos	25.9 %
Precios accesibles	41.2 %
Servicios excelentes	25.9 %
Guía acompañante con perfil para liderar el grupo	21.2 %
Otros: "Seriedad"	1.2 %
3.-Preferencia nacional o internacional	
Nacional	56.5 %
Internacional	43.5 %
4.-Motivación del viaje por medio de una agencia	
Confianza	50.6 %
Buen trato	32.9%
Buenos servicios en la atención al cliente	44.7 %
Paciencia con los clientes	1.2 %
Todas las anteriores	1.2 %
5.-Frecuencia de uso de agencia de viajes para viajes nacionales	
Anual	52.9 %
Semanal	8.2 %
Mensual	23.5 %
Nunca	15.3 %
6.-Frecuencia de uso de agencia de viajes para viajes internacionales	
Una vez cada 3 meses	25.9 %
Cada 6 meses	17.6 %
Una vez al año	44.7 %
Nunca	11.8 %
7.-Regiones preferidas en el país	
Costa	34.1 %
Sierra	20 %

Oriente	24.7 %
Galápagos	21.2 %
8.-Actividades de interés por parte de la agencia de viajes	
Compras	35.3 %
Gastronomía	35.3 %
Salud / Esparcimiento	25.9 %
Recreación / Diversión	42.4 %
Descanso / Relajación	40%
9.-Agencias de interés en el cantón Ambato	
Metropolitan	
Muristour	
Darvitour	
Velagui travel	
K&M Planet Travel	

A través de los resultados recopilados la edad que predomina entre los turistas en su mayoría es entre 60 a 64 años y en menores cantidades entre 65 a 80 en adelante. Dicho segmento en cada uno de sus viajes lo principal que busca es los servicios y tener motivaciones al igual de la frecuencia con la que viajan, el interés en cada uno de los viajes surge acorde al lugar y a lo que el turista desea realizar, en concordancia con los datos recopilados en las entrevistas refleja el interés que tiene el segmento en cada viaje teniendo respuestas muy semejantes a las de las encuestas sobre la motivación e interés que poseen por el viaje incluido el grupo de viaje que sea de su misma edad al igual de la asistencia en todo momento desde que adquieren su viaje hasta su retorno a su ciudad de origen.

DISCUSIÓN

El turismo senior forma parte de las sociedades contemporáneas, ha evolucionado con el tiempo al ritmo de los cambios demográficos motivacionales y económicos acorde a varios factores que se expresa en cada una de las siguientes tablas. Posterior a los resultados obtenidos y como parte de la discusión, se plantea un análisis enfocado en tres factores, siendo estos segmentos demográfico, motivacional y económico, para así presentar resultados de interés que determinan que el sector senior es un fragmento que predomina la demanda turística del sector.

Segmento demográfico

Los datos reflejados en la presente tabla se expresan por lo mencionado en la OMT sobre el turismo senior,

mostrando edades y estilo de vida acorde a las pensiones recibidas para conocer el porcentaje de preferencia de invertir en las actividades a realizar entre el mínimo y el máximo de su jubilación tomando en cuenta que según el censo del 2010 existen 37.735 personas adultas mayores.

Tabla 2: Segmento demográfico

Edad	Género		Estilo de vida/ Nivel económico social		Pensión promedio	
	Masculino	Femenino	Medio	Medio alta	Mínima (\$193.00/\$386.00)	Máxima (\$965.00/\$2123.00)
60 – 64 años	20%	80%	50%	50%	30%	70%
65 – 69 años	35%	65%	50%	50%	25%	75%
70 – 74 años	45%	55%	50%	50%	20%	80%
75 – 79 años	40%	60%	50%	50%	10%	90%
80 años en adelante	50%	50%	50%	50%	50%	50%

Analizando la tabla 2, segmento demográfico acorde a las 37.735 personas adultas mayores que perciben entre el mínimo y máximo valor de pensión jubilar, se realiza la comparativa entre los datos de edad, pensión jubilar y porcentaje de personas que reciben dicha retribución, siendo así de la siguiente manera:

Tabla 3: Comparación segmentó demográfico

Edad	Pensión mínima	Pensión máxima
60 – 64 años	11,321	26,415
65 – 69 años	9,434	28,302
70 – 74 años	7,547	30,188
75 – 79 años	3,774	33,962
80 años en adelante	18,868	18,868

Factor motivacional

De acuerdo a la teoría de las necesidades de Maslow referente a las motivaciones que poseen las personas, se consideran 5 categorías de necesidades: fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima y de autorrealización, teniendo así también relación con los factores motivacionales de Ramumbo se analizan las siguientes condiciones:

Tabla 4: Factor motivacional

Físico	Cultural	Interpersonal	Estatus/Prestigio
Lo principal que buscan los turistas senior es salir de la rutina descansar con la finalidad de tener un excelente estilo de vida y una buena salud	Este segmento visita destinos acordes a sus necesidades para conocer las tradiciones culturales del sector, saber el idioma y experimentar la gastronomía propia del lugar	Relacionarse directa o indirectamente con otras personas de su misma edad con fines de amistad o encontrar el amor	Sobresalir del grupo en el que se encuentra visitando lugares diferentes a las demás personas de su segmento, visitando lugares que tienen más rubros económicos

De acuerdo a la pregunta número 8 del instrumento aplicado a turistas senior y en relaciona a la teoría de la motivación existen varias personas que se acogen a los viajes por diversas razones como las enunciadas en esta tabla tomando en cuenta las actividades con similitud a los factores motivacionales entre los cuales constan los aspectos físicos, culturales con fines de conocer nuevas tradiciones, interpersonales para la interacción con otras personas y para sobresalir antes su grupo por el prestigio o el estatus social.

Modelo psicosocial

Desde el punto de vista del modelo de "ISO-AHOLA" sobre la definición del ocio "Fuga de lo cotidiano hacia un escape" existen tres factores que son la libertad de elección, motivación, y relación que se tiene con el trabajo.

Tabla 5: Modelo psicosocial

<p>1.-Fuga por razones personales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por alejar del estrés y la rutina. • Dejar un lado la contaminación que existe en la ciudad en la que se radica. • Cambiar de entorno y mejorar tu estado de ánimo. 	<p>2.-Búsqueda por razones personales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener nuevas experiencias en nuevos lugares. • Sentirse bien, viajando a lugares por los que tiene interés visitar. • Mejorar el estilo de vida conociendo nuevos destinos.
<p>3.-Fuga por razones interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para no estar a cargo del cuidado de sus nietos. • Conocer nuevas personas. • Olvidarse de experiencias desagradables. 	<p>4.-Búsqueda por razones interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viajar a algún destino con alguna finalidad en especial • Superar la pérdida de algún familiar. • Búsqueda de alguna nueva relación

Factor económico

Este factor analiza la importancia de destacar el porcentaje de jubilación que cada una de las personas destina para realizar sus viajes dentro y fuera del país, de acuerdo a lo establecido por el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) reflejando el valor mínimo al máximo que percibe el adulto mayor, tomando en cuenta que se aumentado un sector laboral que es el independiente que para este caso sus ingresos son más altos.

Tabla 6: Factor económico

Sector laboral	Promedio de jubilación percibida	Promedio del porcentaje de gasto acorde a su jubilación en viaje nacional	Promedio del porcentaje de gasto acorde a su jubilación en viaje internacional
Público \$193.00/\$386.00	20%	10%	30%
Privado \$965.00/\$2123.00	30%	25%	50%
Independiente \$1000.00/\$2.000	50%	20%	50%

Al recopilar los datos de la tabla anterior se compara cada uno de los ítems para demostrar el valor en dólares que cada uno de los adultos mayores destina mensualmente para los viajes nacionales e internacionales tomando en cuenta que existe un promedio de ingresos que va acorde a los años de aportes, de la misma manera el sector laboral en el cual desempeño la persona en su sector laboral.

Tabla 7: Comparación factores económicos

Sector laboral	Promedio de jubilación percibida	Promedio de gastos en viajes nacionales	Promedio de gastos en viajes internacionales
Público \$193.00/\$386.00	\$270	\$27	\$81
Privado \$965.00/\$2123.00	\$1601	\$400.25	\$801
Independiente \$1000.00/\$2.000	\$1500	\$300	\$750

Es importante destacar que el análisis de los aspectos demográficos, motivacionales y económicos reflejan de acuerdo a las tablas el interés de los turistas senior por viajar tomando en cuenta su estilo de vida y promedio de jubilación al igual de la motivación que entre estas, las principales es descansar y disfrutar, dejando de lado el estrés y la rutina. En el aspecto económico se refleja que los adultos mayores perciben sus ingresos entre un mínimo y un máximo de su pensión jubilar, el cual ellos destinan cierta cantidad para sus gastos en viajes.

CONCLUSIONES

Como consecuencia de lo expuesto, el cantón Ambato no cuenta con una oferta turística enfocada al segmento senior; sin embargo, se determina cuáles son las actividades turísticas que un adulto mayor puede llegar a realizar de acuerdo a un paquete turístico presentado por una agencia de viajes y las diferentes ofertas que estas pueden proponer.

Es conveniente tener el conocimiento detallado referente a la metodología y tipos de investigación usados, los cuales fueron planteados de forma transversal al igual que la metodología que se enfoca en un paradigma cualitativo cuantitativo para recopilar y procesar datos de los aspectos que se necesitó para el estudio realizado.

Dentro del análisis propuesto los turistas senior, están en facultad de llevar a cabo actividades turísticas que se acoplan a su condición física, edad y recursos económicos, además hoy en día las personas tienen en mente disfrutar de los viajes a los cuales acceden; por lo que el precio del paquete turístico es un elemento importante a la hora de seleccionar entre las distintas alternativas vacacionales, cabe recalcar que los viajes según la teoría de la motivación y según lo que menciona Maslow dan prestigio social, se diferencian del grupo por tener mayor poder adquisitivo por cada uno de los viajes que se ejecutan.

De igual forma los clientes senior buscan en cada uno de sus viajes tener excelente atención al igual que contar con un guía, asistencia y buenos servicios en todo momento de su viaje, definen sus destinos de preferencia para viajar las motivaciones y la frecuencia de viaje, enfatizando que cada uno de los clientes posee su agencia de viajes de preferencia.

Lo antes mencionado demuestra que los clientes buscan una serie de motivaciones para sus viajes saliendo de su lugar de residencia y conocer nuevos lugares, la preferencia de cada uno es salir de la rutina y vivir experiencias nuevas dejando de lado la cotidianidad, lo que se conoce como la teoría de la fuga versus la recompensa.

En última instancia, el segmento senior refleja que sus valores adquiridos en su jubilación ya tienen premeditado gastarlo en viajes para su gozo propio teniendo marcado un destino o de acuerdo a las propuestas de las agencias de viajes. Cada uno de los viajes pueden ser visitas a lugares del país de residencia o incluso destinos internacionales de gran interés por el segmento, demostrando de esa manera que son generadores de la economía turística del cantón.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benítez, V. A., Marín-Gutiérrez, I., & González, K. O. (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 633-647.
- Caiza, R., & Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (4), 6-24.
- El Patagónico. (2017). Turismo sénior crece 88%. <https://www.elpatagonico.com/turismo-senior-crece-88-n3046778>
- Fazenda, N. (2013). Fortalezas y debilidades del turismo en el mundo, una oportunidad para el desarrollo de observatorios turísticos. *Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato*.
- Gomez, C., Álvarez, G., Romero, A., Castro, F., Vega, V., Comas, R., & Velázquez, M. (2018). La investigación científica y las formas de titulación. Aspectos conceptuales y prácticos. *Jurídica del Ecuador*.
- González, M. E. A., Vila, T. D., & García, A. F. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente. *Cuadernos de turismo*, (26), 9-24.
- Hoyo, M. M., & Valiente, G. C. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. *Cuadernos de turismo*, (25), 25-44.
- IMSERSO. (2018). Objeto del programa. Instituto de Mayores y Servicios Sociales. https://www.imserso.es/imserso_01/envejecimiento_activo/vacaciones/objeto_programa/index.htm
- Medina-Chávez, J. H. (2015). Envejecimiento de la población y necesidad de la intervención interdisciplinaria. *Revista de Enfermería del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 23(1), 1-2.
- Ruiz, E., Hernández, M., & Coca, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 399-418.
- Sánchez, M. N. L., González, M. E. A., & Vila, T. D. (2015). Análisis de los determinantes de la decisión de viajar de los seniors españoles. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(1), 1-20.
- Silva Pérez, R., & Fernández Salinas, V. (2015). Los paisajes culturales de Unesco desde la perspectiva de América Latina y el Caribe: Conceptualizaciones, situaciones y potencialidades. *Revista Invi*, 30(85), 181-214.