



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERIA Y TURISMO
MODALIDAD: PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN
COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN: HOTELERIA Y
TURISMO

PROBLEMA:

ANÁLISIS DEL PERFIL DE LOS TURISTAS EN DESTINOS PET FRIENDLY PARA EL
DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS.

AUTORA:

KELLY MARIUXI BARAHONA RUIZ.

TUTOR:

MSC. DARIO JAVIER ARELLANO VALENCIA.

BABAHOYO-2021

INDICE

RESUMEN.	3
SUMMARY.....	4
INTRODUCCION.....	5
JUSTIFICACION.....	6
OBJETIVO.....	7
SUSTENTO TEORICO.....	8
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	13
RESULTADOS OBTENIDOS.....	15
SITUACIONES DETECTADAS.....	16
SOLUCIONES PLANTEADAS.....	16
CONCLUSIONES.....	17
RECOMENDACIONES.....	18
BIBLIOGRAFÍA.....	19

RESUMEN.

La provincia de Los Ríos no cuenta con establecimiento Pet Friendly, el mismo que se trata de establecimientos turísticos que permiten el ingreso de mascotas a estos determinados sitios, este servicio es muy importante porque les facilita la vida a los turistas, ya que pueden viajar en compañía de sus mascotas.

Este estudio de caso tiene como finalidad analizar de manera detallada el perfil de los turistas en destinos Pet Friendly en la provincia de Los Ríos para crear un producto innovador que permita la inclusión de los animales, mismas que muchas veces no se da porque a otras personas no están de acuerdo compartir con mascotas.

Mediante el resultado de las encuestas digitales se detectó que la provincia no se da este servicio, y es muy importante empezar a generar este servicio, ya que es un plus que permite tener buenos ingresos económicos, porque los habitantes de la provincia si están dispuestos a pagar por este servicio. Además, en esta investigación se utilizaron varios métodos como: cualitativo, sintético e inductivo. También 3 tipos de investigación, las mismas que son: documentada, diagnóstica y descriptiva.

Palabras claves: Innovación de servicios, perfil de los turistas, Pet Friendly.

SUMMARY.

The province of Los Ríos does not have a pet friendly establishment, the same as tourist establishments that allow pets to enter these certain places, this service is very important because it makes life easier for tourists, since they can travel in company of your pets.

The purpose of this case study is to analyze in detail the profile of tourists in pet friendly destinations in the province of Los Ríos to create an innovative product that allows the inclusion of animals, which many times are not given because other people do not agree to share with pets.

Through the results of digital surveys, it was detected that the province does not provide this service, and it is very important to start generating this service, since it is a plus that allows good economic income, because the inhabitants of the province are willing to pay for this service. In addition, several methods were used in this research, such as: qualitative, synthetic and inductive. Also 3 types of research, the same ones that are: documented, diagnostic and descriptive.

Keywords: Innovation of services, profile of tourists, pet friendly.

INTRODUCCION.

El Ecuador es un país pluricultural, debido a su gran diversidad de cultura en cada una de sus provincias, la provincia de Los Ríos, es reconocida por sus distintas producciones agrícolas, poseer diversidad de flora y fauna, destinos turísticos increíbles, gastronomía, cultura, su gente amable, honesta y trabajadora y demás particularidades que lo único que hacen es resaltar la belleza de esta provincia que enamora a cualquier persona que la visite.

En esta investigación, la cual tiene la finalidad de analizar el perfil de los turistas en los destinos Pet Friendly para sugerir el desarrollo de un producto innovador en la provincia, con el objetivo de determinar cuáles son los destinos turísticos en los que se ofrece este servicio, para el beneficio de los turistas que tienen mascota.

Por tal razón este estudio de caso está enmarcado con línea de investigación de la carrera, que expresa desarrollo de bienes, productos, servicios y procesos turísticos, ya que se pretende desarrollar un producto innovador en la provincia de Los Ríos, y una sub línea de investigación, misma que hace referencia al análisis de datos estadísticos relacionados con la actividad turística, porque se analiza de manera detalla el perfil de los turistas en los destinos Pet Friendly y la incidencia q tiene este servicio en los destinos turísticos.

Mediante las técnicas de investigación aplicada se pretende conocer la incidencia que tiene el servicio de Pet Friendly en la provincia de Los Ríos y si a la población le interesa que se desarrolle un producto innovador para beneficiar a las mascotas y obtener los diferentes resultados para poder detectar cada uno de los problemas existente, y darle solución a cada uno de ellos.

JUSTIFICACION.

El presente estudio de caso tiene como objetivo analizar el perfil de los turistas Pet Friendly en la provincia de Los Ríos en desarrollo de un producto turístico innovador para de esta manera beneficiar el acceso a los turistas que tienen mascotas y quieren viajar con ellas.

A través de esta investigación se beneficiará a las mascotas, ya se va a desarrollar un producto innovador en el desarrollo de los destinos Pet Friendly de la provincia de Los Ríos, además que los turistas ya no tendrán la preocupación de dejar solas a las mascotas, sino que las mismas podrán viajar con ellos.

Además, es necesario implementar en los destinos turísticos de la provincia de Los Ríos el servicio de Pet Friendly ya les facilita la vida a los turistas porque llevaran a sus mascotas en sus diferentes recorridos en la provincia.

Este estudio de caso será trascendente para los administradores de los destinos turísticos porque se pretende crear un producto turístico innovador con la información necesaria brindar mejor calidad tanto de oferta como demanda, ya que al brinda el servicio Pet Friendly se le estaría agrandando un plus, lo que lo hace diferente de otros atractivos, lo que atraería la atención de los turistas.

OBJETIVO.

Analizar el perfil de turistas de destinos Pet Friendly para el desarrollo de un producto turístico innovador en la provincia de Los Ríos

SUSTENTO TEORICO.

PET FRIENDLY.

El Pet Friendly es un término utilizado para la inclusión de los animales en determinados sitios, y aporta un gran beneficio a los seres humanos que aman a los seres humanos, ya que para ellos su prioridad es cuidar a sus animales. Es importante resaltar que no solo se trata de permitir el acceso de las mascotas, sino acondicionar ciertos espacios para brindar comodidad a los animales. (Arriaga, 2021).

Pet Friendly es la admisión de mascotas, en compañía de sus propietarios, en el cual los animales recibir un trato adecuado con respeto y cuidado, razón por la cual los establecimientos debe constar un área equipada para que puedan estar las mascotas. (Diaz, 2019).

Es importante que existan sitios turísticos en donde admitan mascotas, ya que hay personas que aman a sus mascotas, y para ellas resulta difícil al momento de viajar, porque están preocupadas de su alimento, necesidades biológicas, baño, entre otras, y si ellos pueden viajar y llevar consigo a sus amigos de cuatro patas.

DESTINOS PET FRIENDLY.

Que existan destinos Pet Friendly es muy importante, porque fortalece la relación entre las mascotas y sus propietarios, si en un determinado sitio en el cual admiten las mascotas aporta significativamente en el ámbito económico a la industria turística, ya que de esta manera estaría ingresando una entrada adicional a los establecimientos. (Arriaga, 2021).

En el Ecuador existen variedad de destinos turísticos en donde se permite el acceso de mascotas, pero por lo general son en las provincias de Guayas, Manabí, Esmeraldas, Pichincha. (Frias, 2018).

Es de vital importancia desarrollar destinos Pet Friendly en la provincia de Los Ríos, para que los turistas puedan incluir en sus viajes a sus mascotas.

CARACTERISTICAS DE UN DESTINO PET FRIENDLY.

Para que un destino turístico sea Pet Friendly es necesario que se realicen pocas adecuaciones, porque en el caso de los establecimientos hoteles, generalmente los perros o gatos, estarán en las habitaciones con sus dueños lo que, si deben asegurarse de que los animales que ingresen a los diferentes establecimientos estén en buen estado de salud, que cuenten con todas las vacunas correspondientes, para evitar inconvenientes. Además, es muy importante que exista

responsabilidad en los destinos Pet Friendly, porque en caso de haber problemas durante la estancia, es necesario que los propietarios se hagan responsables de los daños causados por su mascota, es decir si una mascota daña algo, su amo tiene que asumir los gastos. (Miguel, 2019).

Es necesario que los sitios que ofrezcan este servicio, consten con áreas adecuadas para los animales como, por ejemplo: rincones con juguetes para que se entretenga durante su estancia, bandejas de agua y croquetas de animales.

TURISMO PET FRIENDLY.

Con el transcurso de los años, se ha fortalecido la relación ser humano-animales, ya que tener una mascota, trae consigo grandes beneficios terapéuticos, psicológicos, entre otros, muchas personas no solo consideran a sus animales como mascotas, sino que va más allá, porque los consideran parte de su familia. De ahí surge el turismo Pet Friendly o también conocido como turismo amigable con los animales, el cual es un tipo de turismo que permite viajar con los animales. No cabe duda que el turismo Pet-Friendly es una buena oportunidad de mercado del turismo, ya que una buena oportunidad para que las empresas se desarrollen y brinden servicios, y una nueva oportunidad para los viajeros con sus queridos amigos se mantienen en estrecho contacto y continúan compartiendo experiencias juntos. Por otro lado, algunas personas están totalmente en desacuerdo con permitir que otras viajen con mascotas e ingresen a varios lugares turísticos. Insisten en que permitirles entrar por diversos motivos, como traumas, fobias, alergias o simple repugnancia, no solo molestará a muchas personas que no quieren convivir con estos animales, sino que también conducirá a una mala higiene. (García, 2018).

MASCOTAS.

Una mascota es un animal que sirve de compañía para los seres humanos, los cuales les dan un trato especial, con cariño, amor, responsabilidad, ya que tienen que estar pendiente de su salud y alimentación, estos animales pueden ser gatos, perros u otro animal de preferencia de una persona. (Díaz, 2017).

Cuando una persona adopta una mascota, tiene la responsabilidad de velar por ella, cuidarla, bañarla, alimentarla, y nunca maltratarla.

MERCADO TURISTICO.

El mercado turístico es la incidencia de los productos y servicios turísticos y la demanda interesada en consumir dichos productos ofertados en un determinado sitio, además el mercado turístico está relacionado con el crecimiento económico, porque generaliza a todas las empresas, que generan viajes con fines de negocio, recreación o cualquier motivo por el que se realiza el viaje. (Socatelli, 2018).

Hablar del mercado turístico es necesario hacer referencia a la oferta y la demanda, la primera hace referencia todos los productos que ofrece el sector turístico, tales como hoteles, restaurantes, transporte, entre otras, mientras que la demanda se refiere a los clientes que adquieren estos servicios.

PERFIL DEL TURISTA.

El perfil del turista es una investigación de mercado, la cual se realiza de manera detallada con la finalidad de conocer cuáles son los intereses características y hábitos que tienen los turistas que visitan un determinado lugar. (Ampuero, 2015).

En el Ecuador el perfil del turista es variado ya que hay datos que no se los tiene en su totalidad como, por ejemplo: la edad, porque el 80% de los viajeros tienen edades entre 16 a 45 años, el género, pues el 46% son mujeres, mientras que 54% son hombres, ocupación, unos son estudiantes, y laboran tanto el sector privado como en el público, el estado civil, determina que la mayor parte de turistas son solteros con 48%, seguido por los casados 37% y los que viven en unión libre con 7%. Normalmente cuando se viaja en el Ecuador, lo realizan por conocer culturas, ya que es un país con multiétnico, con una diversidad de culturas, también por compras, gastronomía, y vida nocturna, además que cuando viajan la mayoría de las personas llegan a casa de familiares y amigos y otros llegan a hoteles. (Mosquera, 2020).

Es muy importante conocer cuáles son las preferencias de los posibles clientes, para determinar las estrategias de cómo llegar a ellos, y que escojan los servicios ofertados.

SEGMENTO DE MERCADO.

También conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencia, es un método para dividir a los clientes potenciales en diferentes grupos, lo que permite a las empresas enviar mensajes personalizados a la audiencia adecuada. El posicionamiento como término general se puede dividir en otras categorías amplias, como el posicionamiento basado en la ubicación, u otras categorías más precisas, como el posicionamiento basado en la edad. Al utilizar este tipo de tecnologías, las campañas de marketing serán más efectivas porque influyen en las personas

adecuadas a través de contenido adaptado a cada persona. Para determinar la segmentación de mercado hay que tener en cuenta 4 aspectos muy importantes como: el comportamiento, el cual hace referencia a las necesidades de los clientes, la ubicación, esto va a variar dependiendo el lugar donde se encuentre, la demografía, la cual se refiere a la edad de los posibles clientes y finalmente la pictografía, que habla de las opiniones que hace los consumidores de un determinado producto o servicio. (Ruiz, 2018).

PRODUCTO TURISTICO.

Las características de los productos turísticos son elementos tangibles e intangibles, que permiten el desarrollo de una actividad específica en un destino específico. los productos turísticos pueden considerarse como conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, que consta de una mezcla o combinación de elementos turísticos, servicios y equipo para búsqueda de mercado para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas a cambio de un precio determinado. (Nasimba, 2015).

Un producto turístico es aquel servicio turístico, tales como hospedaje, alimentación, transporte, y otras actividades que satisfacen las necesidades de los turistas a cambio de una determinada cantidad de dinero.

INNOVACION TURISTICA.

La innovación turística debe estar enfocada en dos puntos muy importantes, como es la oferta y la demanda, la innovación lo primordial porque guía para crear nuevos servicios y nuevos productos, el objetivo final es atraer y retener clientes. Innovar para atraer y retener. Contiene múltiples agentes, y creo que es necesario hacer comentarios concisos sobre todos los aspectos de cada agente. (Sanchez, 2018).

Las innovaciones turísticas son muy importantes, ya que son las diferentes estrategias que se van a desarrollar para mantener a los clientes, atraer nuevos clientes, para crear determinadas estrategias es necesario dejar volar la imaginación.

TENDENCIA TURISTICA.

Las tendencias turísticas son motivaciones y las necesidades, las cuales cambian constantemente, el consumo se vuelve cada vez más consciente y atractivo para los temas sociales y ambientales, como el turismo sostenible, los consumidores exigen que los países que emplean y los proveedores turísticos asuman compromisos firmes con el medio ambiente que

visitan. Existe una clara preferencia por destinos que destacan por sus protocolos de seguridad, lo cual es fundamental para recuperar la confianza y garantizar la seguridad de los viajeros. Además, se destaca el turismo de salud, prestando atención a la seguridad de las personas y las familias en cada momento del viaje e impone el concepto de "micro vacaciones", que significa vacaciones cortas. Bajo el concepto de "viajes cercanos", se implementan viajes internos y regionales. El "trabajo" domina -desde el crecimiento del trabajo a distancia- como una nueva tendencia que combina trabajo y vacaciones en un entorno natural, lejos de casa, pero que brinda cómodos servicios hoteleros. (Escobar, 2021).

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

Método cuantitativo.

Con la aplicación de este método de investigación, el cual se aplicó con la finalidad de recopilar datos estadísticos, por medio de encuestas digitales para analizar el perfil de los turistas en destinos Pet Friendly la Provincia de Los Ríos.

Método Sintético.

A través, de este método, se pretende conocer cuáles son las estrategias para desarrollar un producto innovador con el servicio de Pet Friendly en la Provincia de Los Ríos.

Método Inductivo.

Mediante este método se obtendrán las conclusiones de forma concreta del análisis del perfil de los turistas en destinos Pet Friendly de la Provincia de Los Ríos.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación documentada.

Con la aplicación de este tipo de investigación se recopiló la información por medio de sitios web, artículos científicos, revistas web, tesis, entre otras, obteniendo, así como el análisis detallado de los perfiles de los turistas en destinos Pet Friendly.

Investigación Diagnóstica.

Este tipo de investigación permite analizar la información recopilado, para de esta manera estudiar en forma detalla, y analizar cómo se trabajará para la creación de un producto innovador en destinos Pet Friendly en la Provincia de Los Ríos.

Investigación Descriptiva.

En tipo de investigación permite describir cada uno de los perfiles de los turistas en destinos Pet Friendly y las estrategias a desarrollar para crear un producto innovador que integre este servicio en la provincia.

TÉCNICAS UTILIZADAS

Encuestas.

Se aplicó 114 encuestas digitales con el objetivo de tener de forma cuantitativa los datos de la población de la Provincia de Los Ríos con nueve preguntas de opción múltiple de acuerdo a los diferentes perfiles turísticos en destinos Pet Friendly y a las diferentes estrategias a desarrollar para crear un producto innovador que integre este servicio de animales. Esta encuesta se aplicó a los habitantes de la provincia, mismos que fueron escogidos de manera aleatoria.

RESULTADOS OBTENIDOS.

A través de las encuestas digitales a los habitantes de la Provincia de Los Ríos, para determinar el análisis detallado del perfil de los turistas en destinos Pet Friendly, se obtuvieron los siguientes resultados:

El 50% de la población encuestada son de género femenino, mientras el 47,4% son de género masculino, y el 2,6% prefieren no decir su género.

De las personas encuestadas el 37,7% se encuentran en un rango de edad entre los 26 y 35, el 36,8% están entre los 20 y 25 años, y finalmente el 25,4% tienen la edad de 36 y 45 años.

Es necesario mencionar que el 97,4% de los encuestados tienen mascotas, y tan solo un 2,6% no tiene mascotas, lo que indica que, a la población de la provincia de Los Ríos, si tiene mascotas.

El gasto promedio mensual que las personas realizan en sus mascotas esta entre los \$45-\$50 según el 30,7%, el 28,9% manifiesta que gastan entre \$30-\$50, el 22,8% dicen que tienen un gasto mensual de \$70-\$90 y tan solo un 17,5% entre \$90-\$120.

El 61,4% de los encuestados tienen conocimiento del significado de Pet Friendly, y tan solo un 38,6% no saben. Por lo tanto, quiere decir que la mayor parte de la muestra encuestada saben que es el Pet Friendly.

De la población que fue encuestada el 37,7% tienen conocimiento de destinos turísticos en los que se brinda este servicio de Pet Friendly, y un 62,3% no saben. Por tal razón es necesario crear productos innovadores que brinden este servicio en la provincia de Los Ríos.

Mayormente la población Fluminense está dispuesta a pagar en un 73,3% por el servicio de Pet Friendly en establecimientos hoteleros, y el 26,3% en restaurantes, lo que representa que es necesario implementar en los hoteles este servicio.

El 96,5 de las personas encuestadas, les resulta interesante que se agregue el servicio de Pet Friendly en la provincia de Los Ríos, tan solo el 3,5% no están de acuerdo.

A los habitantes de la provincia les resulta indispensable que se promueva este servicio de inclusión de los animales en hoteles, ya que 68,4% así lo manifiesta, mientras que el 31,6% lo considera importante en restaurante.

SITUACIONES DETECTADAS.

Mediante este estudio de caso, el cual tiene la finalidad, de analizar los diferentes perfiles de los turistas en los destinos Pet Friendly, para el desarrollo un de un producto innovador en la Provincia de Los Ríos, se obtuvieron las siguientes situaciones:

- La Provincia de Los Ríos no cuenta con establecimientos que brinden este servicio de inclusión de las mascotas en destinos turísticos.
- La población de esta provincia si está interesada en este servicio Pet Friendly, sobre todo en los establecimientos de hospedaje, alimentación y transporte, ya que la misma está dispuesta a pagar por la inclusión en sus viajes de los amigos de cuatro patas.

SOLUCIONES PLANTEADAS.

- Capacitar a los dueños de los establecimientos, tanto de hospedaje, alimentación y transporte para incluir el servicio de Pet Friendly en la Provincia de Los Ríos.
- A los propietarios de los animales, crear campañas en conjunto con el Ministerio de turismo, que promuevan este servicio.
- Los propietarios de los diferentes establecimientos que agreguen este servicio Pet Friendly deben hacer firmar a los dueños de los animales firmar un acta de responsabilidad en caso de que la mascota genere daños en el establecimiento.

CONCLUSIONES.

Mediante las encuestas realizadas en este estudio de caso realizado sobre el análisis del perfil de los turistas en destinos Pet Friendly, para desarrollar un producto innovador en la Provincia de Los Ríos se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Crear un producto innovador que permita la inclusión de los animales como lo es el servicio Pet Friendly en la provincia de los ríos, es muy importante ya que les permite a los turistas la oportunidad de viajar con sus animalitos.
- Los establecimientos que se den la oportunidad de crear o innovar este servicio, deberán pequeñas áreas que brinden la calidad y el confort a los animales.
- Los establecimientos que brinden el servicio Pet Friendly, deben crear campañas de marketing y publicidad para informar a los turistas que pueden incluir en sus viajes a sus mascotas.
- Mediante las encuestas digitales que se realizó, se determinó que la población de la Provincia de Los Ríos está dispuesta a pagar por este servicio.

RECOMENDACIONES.

Es de vital importancia crear productos innovadores, tales como que los establecimientos hoteleros y de alimentación que permitan la inclusión de los animales en la provincia de Los Ríos, ya que se le brinda la oportunidad al turista de viajar con su mascota y disfrutar en compañía de la misma.

Además, es necesario que los establecimientos se capaciten con el Ministerio de Turismo para saber de qué manera adecuar áreas para poder brindar el servicio Pet Friendly, y como tratar a las mascotas.

BIBLIOGRAFÍA

- Ampuero, M. J. (2015). *Perfil del Turista Extranjero*. peru: IPSOS Opinión y Mercado.
- Arriaga, D. C. (2021). *ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE UN DESTINO PET FRIENDLY*.
Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/9933/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000207.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, M. (2017). ¿QUÉ ES UNA MASCOTA? OBJETOS Y MIEMBROS DE LA FAMILIA. *REVISTA AJAYU DE PSICOLOGÍA*, Vol. 15, No. 1, 56-57.
- Díaz, M. A. (2019). Obtenido de NECESIDAD DE QUE EXISTA UNA MAYOR CANTIDAD DE TURISTAS:
http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9701/1/2019_Colunga-Diaz.pdf
- Escobar, V. (2021). *TENDENCIAS EN TURISMO*. Obtenido de
<https://blog.uvirtual.org/tendencias-en-turismo-internacional-sustentabilidad-seguridad>
- Frias, N. (2018). *Los destinos 'pet friendly'*. Obtenido de
<https://www.elcomercio.com/narices-frias/destinos-petfriendly-vacaciones-mascotas-familia.html>
- García, B. (2018). *TURISMO PET FRIENDLY*. Obtenido de
<https://www.entornoturistico.com/turismo-pet-friendly/>
- Miguel, M. d. (2019). *Características de los destinos pet friendly*. Obtenido de
<https://tecnohotelnews.com/2019/07/11/que-necesita-un-hotel-para-ser-petfriendly/>
- Mosquera, K. (2020). *PERFIL DEL TURISTA ECUATORIANO*. Obtenido de
<https://revistagestion.ec/cifras/perfil-del-turista-nacional>
- Nasimba, C. M. (2015). *DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS*. Obtenido de
<https://www.ceupe.com/blog/que-es-un-producto-turistico.html>
- Ruiz, R. Á. (2018). *segmentacion de mercado*. Obtenido de
<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/#>
- Sanchez, A. (2018). *INNOVACION TURISTICA*. Obtenido de
<https://hostelmedia.com/innovacion-turistica-i>

Socatelli, M. a. (2018). *Mercadeo Aplicado al Turismo*. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

ANEXOS

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA.

1. Genero.
Femenino.
Masculino.
Prefiero no decirlo.
2. Edad.
20-25
26-35
36-45
3. ¿Tiene usted mascota?
Si.
No.
4. ¿Cuánto gasta mensualmente en su mascota (alimento, veterinario)?
\$30-\$50
\$45-\$50
\$70-\$90
\$90-\$120
5. ¿Conoce usted que es Pet Friendly?
Si.
No.
6. ¿Conoce usted un servicio de alojamiento de mascota en la provincia de Los Ríos?
Si.
No.
7. ¿Por qué servicio de turístico estaría dispuesto a pagar un extra para disfrutar de la compañía de su mascota?
Hoteles.
Restaurantes.
8. Se está por desarrollar un producto turístico innovador en la provincia de Los Ríos enfocado en Pet Friendly. ¿Estaría dispuesto a pagar por este servicio?
Si.
No.
9. ¿Qué producto turístico innovador Pet Friendly le parece interesante para la provincia de Los Ríos?

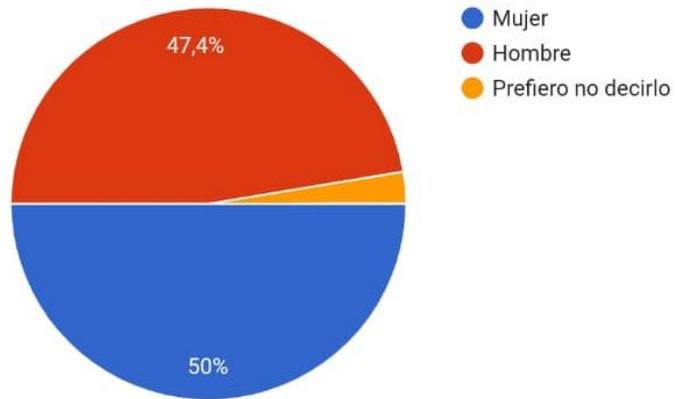
Hotel.

Restaurante.

ANALISIS DE LAS ENCUESTAS.

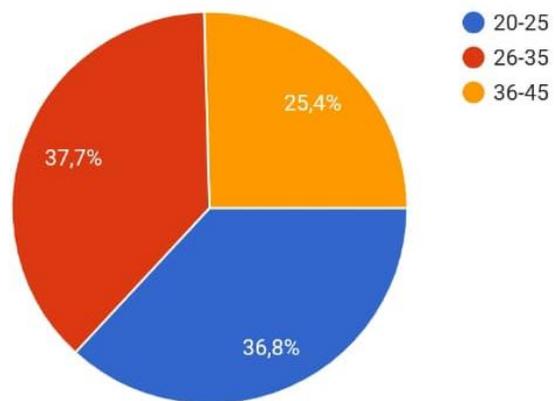
Genero

114 respuestas



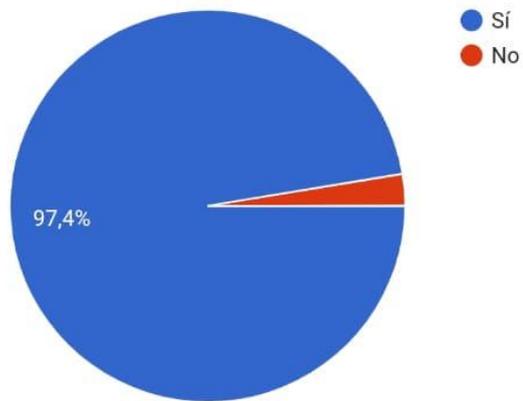
Edad

114 respuestas



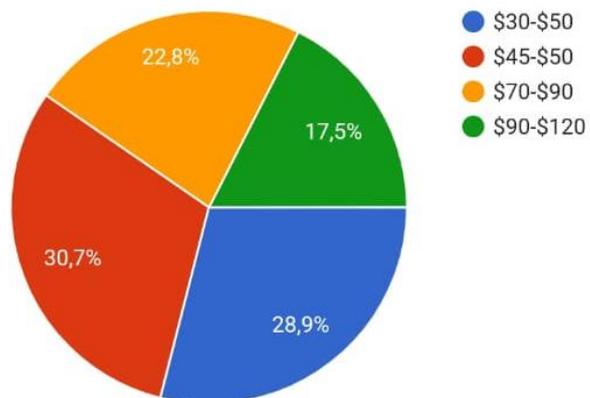
¿Tiene usted mascota?

114 respuestas



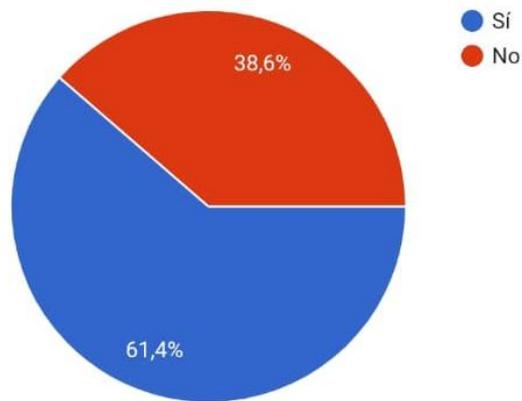
¿Cuánto gasta en su mascota mensualmente (comida, veterinario)?

114 respuestas



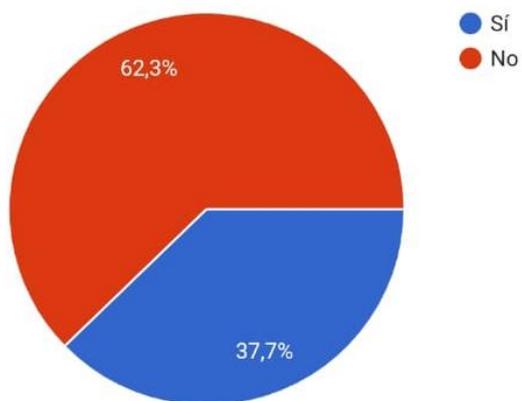
¿Conoce usted que es pet friendly?

114 respuestas



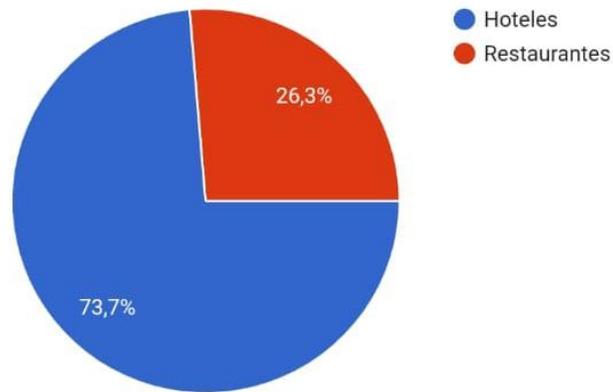
¿Conoce algún servicio de alojamiento de mascota en la provincia de Los Ríos?

114 respuestas



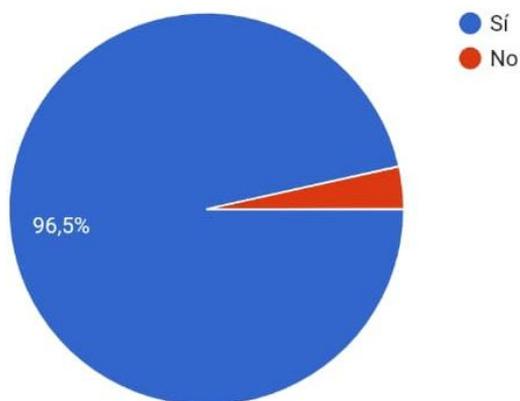
¿Por qué servicio turístico estaría dispuesto a pagar un extra para disfrutar la compañía de su mascota?

114 respuestas



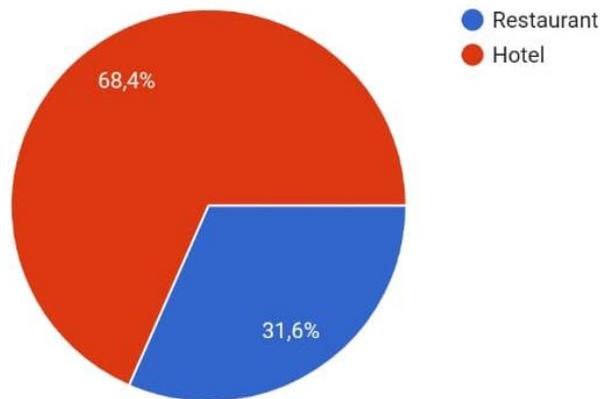
Se esta por desarrollar un producto turístico innovador en la provincia de Los Ríos enfocado en pet friendly. ¿Estaría usted interesado en este producto?

114 respuestas

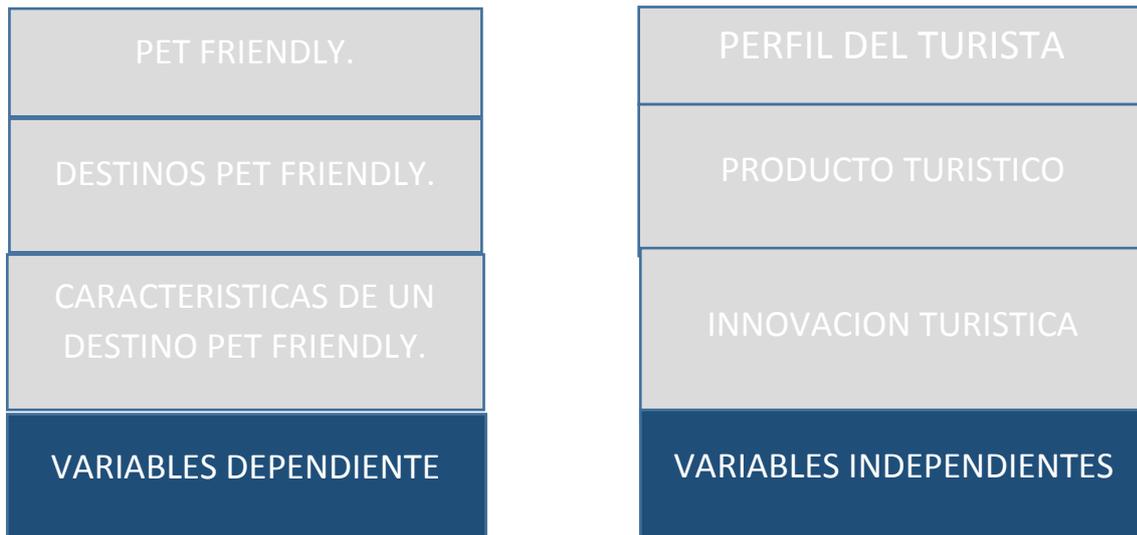


¿Qué producto turístico innovador pet friendly le parece interesante para la provincia de Ríos?

114 respuestas



SUSTENTO TEORICO.



Elaborado por Kelly Barahona Ruiz.

MATRIZ DE OPERACIÓN DE VARIABLES.

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	PREGUNTAS
VARIABLES DEPENDIENTE	El Pet Friendly es un término utilizado para la inclusión de los animales en determinados sitios, y aporta un gran beneficio a los seres humanos que aman a los seres humanos, ya que para ellos su prioridad es cuidar a sus animales. Es importante resaltar que no solo se trata de permitir el acceso de las mascotas, sino acondicionar ciertos espacios para brindar comodidad a los animales	LUGARES	¿Por qué servicio de turístico estaría dispuesto a pagar un extra para disfrutar de la compañía de su mascota? Hoteles. Restaurantes.
PET FRIENDLY		OFERTA	¿Conoce usted un servicio de alojamiento de mascota en la provincia de Los Ríos? Si. No.
		INTERES	Se está por desarrollar un producto turístico innovador en la provincia de Los Ríos enfocado en Pet Friendly. ¿Estaría dispuesto a pagar por este servicio? Si. No.

VARIABLE INDEPENDIENTE	El perfil del turista es una investigación de mercado, la cual se realiza de manera detallada con la finalidad de conocer cuáles son los intereses características y hábitos que tienen los turistas que visitan un determinado lugar	EDAD	20-25 26-35 36-45
PERFIL DE LOS TURISTAS		GENERO	Genero. Femenino. Masculino. Prefiero no decirlo.
		PRESUPUESTO	¿Cuánto gasta mensualmente en su mascota (alimento, veterinario)? \$30-\$50 \$45-\$50 \$70-\$90 \$90-\$120

Elaborado por Kelly Barahona Ruiz.