

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**Programa para el desarrollo de competencias para la gestión en las micro,
pequeñas y medianas empresas**



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

3F02 Desarrollo de capacidades de comercio exterior y negocios globales

Proyecto de exportación de los servicios de viajes de la agencia Ganesh

Tour & Travel a Estados Unidos y Canadá

Guadalajara, Jalisco

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales: Brenda Barba Olivas

Lic. en Comercio y Negocios Globales: Mayola Güitrón Camiade

Lic. en Comercio y Negocios Globales: Héctor Ibarra Inzunza

Lic. en Comercio y Negocios Globales: Sofía López Sánchez

Profesor PAP: Carlos Rikken Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre de 2015

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	2
Resumen	2
1. Introducción. 1.1. Objetivos 1.2. Justificación 1.3. Antecedentes 1.4. Contexto 1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	4
2. Desarrollo: 2.1. Sustento teórico y metodológico. 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	3
3. Resultados del trabajo profesional.	10
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	11
5. Conclusiones.	18
6. Bibliografía.	19

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

Este proyecto consistió en una amplia investigación de mercado el cual tuvo como objetivo identificar las necesidades del mercado LGBT y adultos mayores provenientes de Canadá y Estados Unidos para lograr atraerlos a México y así poder aumentar las ventas de la empresa.

Se utilizaron fuentes estadísticas y estudios de diferentes plataformas internacionales, gubernamentales y escolares a nivel universidad por ejemplo estudios de The Williams Institute, CIA, PEW Research Center, entre otros. Gracias a esto pudimos identificar la ubicación del mercado meta, sus necesidades, sus gustos y las tendencias que se presentan dentro de los mismos. De igual forma identificamos agencias y personas en Canadá y Estados Unidos con quien la dueña de la empresa Ganesh Tour & Travel de nombre Mireya Roaro podría crear alianzas estratégicas en un futuro.

Los resultados de la búsqueda arrojaron las principales ciudades donde se encuentran personas con las características buscadas, sus ingresos, sus hábitos, de consumo, etc. Hemos identificado que el mercado al que la empresa se quiere dirigir en especial el LGBT es un mercado fiel y viajan de 3 a 5 veces al año.

De igual forma pudimos concluir que una empresa debe estar innovando y uno de los sectores para que estas innoven es definitivamente el mercado cosa que Ganesh Tours & Travel buscó con este proyecto. Los adultos mayores es un sector de mercado olvidado por muchas empresas por lo que ser una empresa que se dirija a este sector del mercado los convierte en una empresa incluyente e innovadora.

1. Introducción

Ganesh Tour & Travel es una agencia de viajes que ofrece diferentes tours a jubilados y pensionados, organiza viajes de empresas y convenciones a un precio competitivo. Actualmente desean expandir su segmento del mercado hacia el norte del continente y encontrar herramientas adecuadas para contactarlos.

1.1. Objetivo General:

- Identificar las necesidades del mercado LGBT y adultos mayores provenientes de Canadá y Estados Unidos para lograr atraerlos y aumentar las ventas de la empresa.

Objetivos Específicos:

- Para finales del 2017 traer a México tres grupos de adultos mayores y tres LGBT provenientes de Canadá y Estados Unidos utilizando las herramientas definidas por las investigaciones realizadas.
- En 2017 generar alianzas estratégicas con al menos dos asociaciones y agencias ubicadas en los destinos potenciales.
- Para 2017, la mayoría de los que laboran en la empresa dominen el idioma inglés.

1.2. Justificación

El desarrollo de este proyecto es de gran importancia debido a las oportunidades de venta de servicios a extranjeros que implica para la empresa Ganesh Tour & Travel. Gracias al factor económico se pretenden obtener mayores ingresos para la empresa y por otro lado, el crecimiento de Ganesh Tour & Travel por la apertura a nuevos mercados. De esta forma se pretende que la percepción que el consumidor tiene de la empresa mejore ya que Ganesh Tour & Travel desea estar en el top of mind del mismo.

Con este proyecto se espera poder lograr el reconocimiento de la empresa tanto nacional, como de clientes en Estados Unidos y Canadá, incrementar las ventas, promover el turismo, expandir y globalizar los servicios de Ganesh Tour & Travel creando un valor agregado para los clientes.

1.3 Antecedentes del proyecto

Ganesh Tour & Travel es una empresa seria y honesta, consolidada hace 12 años. Surge del deseo de Mireya Roaro (Directora General) de poder independizarse y ser dueña de sus propios horarios, después de varios años de trabajo y experiencia dentro de otras operadoras.

En diciembre de 2009 se recibe un préstamo que permite arrancar el negocio e iniciar operaciones para enero del año siguiente. Desde el inicio Ganesh tuvo utilidades debido a que desde la apertura ya se tenía una prospección de clientes. El equipo de trabajo, en su mayoría está conformado por familiares.

Ganesh Tour & Travel tiene el compromiso de brindar experiencias positivas y de calidad a sus clientes, bajo el respaldo de profesionales y de una excelente organización en la ejecución de los planes creativos que se ofertan para lograr la satisfacción del cliente.

El lema de la empresa es “Continuar trabajando arduamente para lograr la completa satisfacción de los clientes a través de un servicio de calidad y clase mundial”.

1.4. Contexto

La empresa Ganesh Tour & Travel fue fundada en 2009. Es una microempresa actualmente operada por cinco personas, su actividad consiste en organizar congresos, convenciones, exposiciones y eventos grupales con tecnología y

procesos de calidad. Los objetivos de la empresa son consolidarse como empresa líder en el mercado en la organización de convenciones, exposiciones y eventos grupales, ofreciendo servicios integrales de excelencia.

Ganesh Tours & Travel se localiza en la ciudad de Guadalajara, Jalisco donde ofrece servicios de organización de eventos, convenciones y congresos aunque en la Zona Metropolitana de Guadalajara su actividad principal es la venta de viajes dentro y fuera de México a precios accesibles, individuales, en pareja o por grupos ya sean de adultos mayores de 65 años o conformados por miembros de la comunidad LGBT.

1.5. Enunciado breve del contenido del reporte

Dentro del documento se podrá encontrar información acerca del Proyecto de Aplicación Profesional de la empresa Ganesh Tours & Travel y los resultados del involucramiento de los estudiantes para ampliar el mercado de la empresa y definir las herraminetas para contactarlos.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico.

Para el presente proyecto se partió de un esquema general de negocio, el cual fue necesario adecuar después de que se habló con la empresaria. Se realizó una investigación en fuentes internacionales, principalmente sitios web. Debido a los mercados específicos a los que la empresa pretende dirigirse fue necesario profundizar las investigaciones en fuentes como TradeMap, EuroMonitor, Censos poblacionales tanto de Estados Unidos como Canadá, estudios y encuestas realizadas por universidades en estos países y otras bases de datos. Además de aplicar los conocimientos que a lo largo de la carrera se han adquirido, perfilando y aterrizándolos.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.

☐ **Enunciado del proyecto**

Este proyecto incluye información relevante sobre el segmento de mercado de adultos mayores en Estados Unidos y Canadá y de la comunidad LGBT en los mismos países. La información presentada está enfocada en los recursos o herramientas que utilizan dichos segmentos para la planeación de viajes internacionales por lo que se tuvo que investigar de igual manera sobre las agencias de viajes activas en los países mencionados con anterioridad. Se presenta tamaño de mercado, ingresos, tendencias, comportamientos y perfil de los mercados ya antes mencionados.

☐ Metodología

A través de diversas herramientas de investigación se logrará determinar segmentos de mercado potenciales basados en censos, estadísticas y encuestas para la empresa Ganesh Tour & Travel.

La manera en que se llevó a cabo el proyecto fue a través de la división de tareas, en donde cada uno de los integrantes aportó diferentes temas. Fue posible a través de reuniones semanales con el profesor, encuentros con la empresaria y trabajo colaborativo.

☐ Cronograma o plan de trabajo

En la sesión informativa con el profesor se definieron los horarios de las asesorías que se llevarían a cabo a lo largo del semestre. Para tener un mejor control y organización de las actividades se utilizó como guía un cronograma el cual permitía visualizar cada apartado, la fecha de entrega.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PAP 3F02 GANESH TOUR TRAVEL					
FECHAS	ACTIVIDADES				
SEMANA 1 (15 AGO- 21 AGO)	Revisar ficha de la empresa, contactar a la empresaria para primer reunión.				
SEMANA 2 (22 AGO- 28 AGO)	Primer reunión, conocer sobre la empresa, sus objetivos, intercambiar contactos. Elaboración de la minuta y plan de trabajo.				
SEMANA 3 (29 AGO- 4 SEPT)	Segunda reunión se aplicó diagnóstico, se realizó minuta, enunciado de alcance.				
SEMANA 4 (5 SEP- 11 SEP)	Información general de la empresa, conciencia exportadora, objetivos y dar a conocer resultados del diagnóstico.				
SEMANA 5 (12 SEP- 18 SEP)	Características del servicio, proveeduría y sub contratación del servicio.				
SEMANA 6 (19 SEP- 25 SEP)	Proveeduría y sub contratación del servicio.				
SEMANA 7 (26 SEP- 2 OCT)	Investigación de mercado.				
SEMANA 8 (3 OCT-9 OCT)	Investigación de mercado, canales de distribución				
SEMANA 9 (10 OCT- 16 OCT)	Investigación de mercado, canales de distribución				
SEMANA 10 (17 OCT-23 OCT)	Investigación de mercado, canales de distribución, comercialización				
SEMANA 11 (24 OCT- 30 OCT)	Investigación de mercado, canales de distribución, comercialización				
SEMANA 12 (31 OCT- 6 NOV)	Investigación de mercado, canales de distribución, comercialización				
SEMANA 13 (7 NOV- 13 NOV)	Investigación de mercado, canales de distribución, comercialización				
SEMANA 14 (14 NOV- 20 NOV)	Investigación de mercado, canales de distribución, comercialización				
SEMANA 15 (21 NOV- 27 NOV)	Investigación de mercado, canales de distribución, comercialización				
SEMANA 16 (28 NOV- 4 DIC)	Conclusiones y recomendaciones.				
SEMANA 17 (5 DIC)	Presentación Final.				

□ **Desarrollo de propuesta de mejora**

La propuesta de mejora consiste en ofrecer viajes personalizados que cubran con las necesidades de nuestro segmento de mercado tanto de adultos mayores como de la comunidad LGBT en Estados Unidos y Canadá.

En base a la exhaustiva investigación que se realizó, la cual permitió conocer la factibilidad y viabilidad de dichos mercados, arrojó información muy valiosa sobre las tendencias, comportamiento, intereses del mercado.

Se investigó sobre diferentes agencias y asociaciones ubicadas en los lugares potenciales de interés, a fin de tener un directorio y buscar alianzas comerciales con las mismas.

3. Resultados del trabajo profesional

Debido a la confidencialidad que conlleva la realización de estos proyectos, nos es imposible mencionar todos los hallazgos cualitativos y cuantitativos que obtuvimos para la empresa Ganesh Tour & Travel, lo que si podemos decir es que tras una investigación exhaustiva a cerca de los mercados de adultos mayores y LGBT en Estados Unidos y Canadá se logró definir el tamaño del mercado, ingresos, perfil de lo mercados meta y las tendencias que se presentan ambos segmentos. Podemos afirmar que los cuatro mercados de interés para la empresa Ganesh Tour & Travel son viables debido a las características que ambos presentan, como lo son el interés por México, el poder adquisitivo, disponibilidad para viajar, etc. Toda la información sobre la investigación se le entregó a la directora general de la empresa para su consulta y conocimiento del mismo. Se pretende que para el próximo semestre continúe con el proceso de contacto y posibles alianzas con diferentes agencias establecidas en los dos países y así aumentar el reconocimiento de la empresa así como sus ventas.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

☐ Aprendizajes profesionales

Sofía:

Este PAP me fue de muchísima utilidad para poner en práctica los conocimientos que he adquirido dentro del aula específicamente en relación a la exportación de un servicio. Me ayudo a reforzar mi conocimiento en este contexto de los servicios. Muchas veces se vuelve difícil encontrar la información que verdaderamente será útil para el proyecto y ahí es cuando se presenta el reto de tener las bases para saber qué información es de utilidad y qué información no lo es. Puedo decir con certeza que una investigación bien hecha es la clave para determinar la viabilidad de un proyecto, saber

Por otra parte, el hecho de colaborar con empresarios que hacen de esto su forma de generar ingresos te abre los ojos y te deja un gran ejemplo de lo que te espera en el terreno laboral, de ellos también se obtienen grandes conocimientos de cosas que pasan en la vida diaria de un empresario y como actuar ante estas.

En general, el PAP me deja esa experiencia de poder poner todos mis conocimientos en practica y a prueba. Es “la hora de la verdad”, el momento que pones todo lo aprendido sobre la mesa y te das cuenta si en realidad sabes todo lo que crees que necesitas y debes saber.

Brenda:

Gracias a este PAP pude aplicar algunos de mis conocimientos adquiridos de algunas de las materias que cursé a lo largo de mi carrera de Comercio y Negocios Globales y pude darme cuenta de la importancia de muchas de las materias que creí que no iban a ser necesarias para mi carrera al momento de practicarla. Mis saberes que puse a prueba a lo largo de estas prácticas profesionales fueron el uso de EuroMonitor ya que se me complica mucho el uso de esta plataforma/base de datos. Lo que aprendí para mi proyecto de vida profesional es que no sólo se puede abrir un negocio por que sí... se tiene que

desarrollar todo un plan de negocios para poder identificar las necesidades del mercado y verificar si mi producto o servicio las cubren, así como el FODA de mi empresa y mejorar lo encontrado como una debilidad y trabajar en las amenazas para prevenirlas o disminuirlas. De igual manera me di cuenta que el tener hecho un plan de negocios en una empresa puede presentarse como un beneficio ya que con ese documento completo permite solicitar prestamos u apoyos para la empresa.

Mayola:

A lo largo del PAP, tuve la oportunidad de recordar y poner en práctica muchos de los aprendizajes obtenidos en estos últimos años. Me dio sentido el por qué de muchas de las materias que lleve en la carrera, de sus contenidos, de mis profesores, todos y cada uno de ellos aportaron algo en mí que va dando fruto al aplicarlo en situaciones de la vida real, dándole un enfoque profesional. Me encontré ante la dificultad de la búsqueda y selección de información, ya que hoy en día tenemos demasiada información a nuestro alcance, pero no toda es útil ni confiable.

Aprendí que arrancar y manejar una empresa no es un tema nada fácil, requiere de tener un plan de negocios previo, en donde se puedan evaluar los posibles riesgos y todo lo que cada decisión conlleva. Así como lo importante que es cumplir con los objetivos de la misma para poder medir el desempeño y el alcance de metas.

Hector:

Considero una experiencia bastante útil para mi futuro el haber cursado este PAP ya que puse en practica lo que aprendí de mis materias durante mi carrera y me ayudo a darme un panorama de todo lo que se necesita para poder crear una empresa y que tantos requisitos y cosas se necesitan hacer a veces para poder mantenerla , que siga funcionando y genere utilidades. Me pareció un poco complicado pero bastante interesante el como estuve haciendo búsquedas constantemente y como poco a poco me di cuenta que empecé a entenderle mas

y era mas fácil para mi encontrar información útil para el proyecto. Aprendí que el tener bien organizados tus documentos , finanzas y llevar un plan de negocios son clave para tener mas organización y saber como va la empresa y en base a eso crear estrategias para mejora o corregir situaciones.

□ **Aprendizajes sociales**

Sofía:

Considero que el mayor aprendizaje social que me ha dejado el PAP es el hecho de que con todos los conocimientos adquiridos en el aula logramos ayudar a una empresa a cumplir su siguiente meta que por falta de recursos propios o conocimientos no habían podido lograr. Creo que la ayuda que PAP proporciona a las empresas es un gran impulso a la sociedad y también a la economía local. Algo muy importante es que los empresarios no tienen que invertir recursos monetarios por obtener esta gran ayuda lo que conlleva a un gran aprovechamiento por parte de los mismos.

Por otra parte para nosotros los alumnos es una gran oportunidad poner todos nuestros conocimientos en práctica y a prueba lo cual es una oportunidad que no cualquiera tiene antes de ingresar al terreno laboral. Actualmente hay mucho potencial entre los empresarios locales y es un gusto poder decir que nuestro conocimiento ha ayudado al crecimiento de una empresa o a generar mayores ventas.

Brenda:

En el ámbito social puede aprender que una vez trabajando con otras personas se vuelve todo más complejo por las diversas formas de pensar y aportaciones que puede dar cada integrante. De igual manera me di cuenta que soy suficientemente capaz de trabajar bajo presión y tomar decisiones en caso de necesitarse y que es muy diferente leer un caso a escuchar la persona que está viviendo el caso como lo fue escuchar a la dueña de la agencia de viajes Ganesh y escuchar sus experiencias tanto positivas como negativas y poder aprender de ellas. Gracias a

mis aportaciones en el trabajo puedo darme cuenta que los beneficiados serán muchos, no sólo mío por el aprendizaje adquirido o de la empresa Ganesh por recibir información útil sobre el proyecto; sino México en general puesto que con este proyecto se podrá incrementar el turismo en el país y se promoverá la cultura tan folclórica y llena de vida que tiene. Verdaderamente considero que con esto se podrá generar mayor empleo puesto que se incrementará el turismo en México.

Mayola:

Ahora, puedo decir que me siento más segura de mi misma en cuanto a la aplicación de mis conocimientos, así como de trabajar en equipo. En poder decir lo que pienso y aportar con mis ideas, para orientarlo a lo profesional. Nunca es suficiente para concluir con una labor, pero considero que el desempeño que se tuvo en el proyecto es útil y de gran valor. A pesar de que todos somos de la misma carrera, teníamos diferentes puntos de vista, pero nos enriquecimos unos de otros.

Me da satisfacción saber que trabajamos en apoyar a una micro empresa mexicana, ya que tiene mucho potencial, necesita ser explotado en su totalidad y que mejor que apoyar en el crecimiento y fortalecimiento de empresas mexicanas.

Hector:

En cuanto a mis aprendizajes sociales me gusto el trabajar en equipo con mis compañeras y darme cuenta que aunque todos tenemos diferentes puntos de vista se respetaban todos y cada uno de ellos para poder al final concluir la mejor idea , me pareció interesante el trabajar con Mireya la dueña de la empresa Ganesh porque fue muy abierta en cuanto a sus experiencias y eso nos ayudo a ver como era la empresa realmente y que es lo que ella busca , considero que hubo muy buena química entre todos tanto con el profesor Carlos, mis compañeras y Mireya y eso es lo que me llevo como aprendizaje ya que en las empresas siempre se trabaja en equipo y debes de saber trabajar con los demás y tratar de entender y respetar sus ideas.

□ Aprendizajes éticos

Sofía:

En este PAP la principal decisión que tuve que tomar fue si quedarme en PAP con el profesor Meraz o cambiarme debido a problemas que se presentaron con él. La experiencia vivida recalca mi manera de pensar en el trato que es justo recibir por parte de un profesor más cuando se trata de un problema que su falta de organización y profesionalismo provocó. Esta experiencia también me ayuda a pensar más las cosas que digo y la manera en que lo hago porque muchas veces se malinterpreta.

Brenda:

Gracias al proyecto reafirmé la importancia de decir la verdad y aceptar los errores cuando se cometen y sobretodo aprender de los errores para no volverlos a cometer.

Mayola:

Las decisiones que tome a lo largo del proyecto fueron trabajar en equipo, saber comunicarme con mis compañeros, dividir actividades y llegar a acuerdos al momento de aterrizar dichas actividades. El compromiso, la honestidad y la confidencialidad en estos ámbitos son claves para dar confianza para quien trabajas y para saber quién eres tu como persona.

Héctor:

En cuanto a aprendizajes éticos mas que nada me deja lo importante que es ser responsable con lo que te comprometes con tus compañeros de trabajo ya que si tu no cumples tu parte afectas a todos los demás y atrasas los proyectos por eso es bueno el siempre cumplir lo que te comprometes a hacer o te toca a hacer y en caso de cualquier situación tener comunicación con tus compañeros sobre si ocupas ayuda o cualquier cosa , considero que la comunicación y la comprensión es un factor clave para poder trabajar en equipo.

□ Aprendizajes en lo personal

Sofía:

Me quedo con una gran experiencia de haber hecho algo diferente, un proyecto que no conllevara un la exportación de producto sino la exportación de un servicio. Creo que el trabajo en equipo da más frutos que el trabajo individual gracias a las aportaciones que cada personas puede llevar al proyecto. Otra gran satisfacción es poder ayudar a personas a realizar sus proyectos que por diferentes cuestiones no lo han podido hacer. Al terminar con el PAP me doy cuenta de todas las habilidades que tengo y me hace sentir mucho más preparada para enfrentarme al mundo laboral. En mi caso buscaré emprender por lo que me llevó todas estas herramientas y espero poderles dar el mejor uso para llegar a tener éxito.

Brenda:

Me di cuenta a lo largo del PAP que soy capaz de realizar muchas cosas por lo que me motivó a emprender. También me di cuenta que el trabajar con otras personas ayuda a mejorar la toma de decisiones y se convierte en una experiencia enriquecedora. Gracias al PAP me siento motivada a enfrentar nuevos retos, la verdad estaba acostumbrada a tratar con la exportación e importación de productos y hasta ahora tuve la oportunidad de tratar con un servicio por lo que me costó un poco más de trabajo entender pero al final se pudo llevar a cabo.

Mayola:

Me parece que el PAP es una gran oportunidad que se nos da para poder explotar y aplicar todo lo que a lo largo de la carrera hemos aprendido. Me permitió darme cuenta de lo lejos que puedo llegar, así como de todos los conocimientos e ideas que he adquirido, que a su vez he sabido construir. Es muy interesante como podemos aplicar nuestro conocimiento, dedicación y compromiso en una empresa, abrir nuevos panoramas, es satisfactorio poder aportar y lograr los resultados esperados por el empresario. Es indispensable saber trabajar en equipo, porque día a día es lo que se vive. Cada persona y proyecto con el que trabajamos son

retos, debemos de aprovecharlos y sacarles el mayor provecho, pues es algo que nos enriquece. Me quedo con el aprendizaje de que para poder llevar un proyecto, es necesario tener muy bien fundamentada la idea, utilizar las fuentes confiables que tenemos a nuestro alcance para recabar información y datos duros para poder verificar que tan factible es la idea.

Héctor:

En cuanto aprendizajes personales me dejó mucho este proyecto PAP ya que puse en práctica mis conocimientos que tenía "guardados por así decirlo y me di cuenta que en realidad sé sobre el tema y soy capaz de desarrollar un proyecto de calidad profesional.

Me ayudó a conocerme más en cuanto al ámbito profesional y saber que se trabaja profesionalmente en equipo y llevar a cabo bien las cosas a base de comunicación.

5. Conclusiones

Después de una larga investigación de los mercados de adultos mayores y LGBT en Estados Unidos y Canadá se logró definir el tamaño del mercado, ingresos, perfil de los mercados meta y las tendencias que se presentan en ambos segmentos, se han presentado resultados con cantidades, porcentajes y acciones específicas. Así mismo, logramos crear una excelente matriz de contactos tanto de agencias como agentes dedicados al segmento LGBT y de adultos mayores para que en el próximo semestre se comience a establecer contacto con dichos agentes.

En este punto del proyecto nos es grato concluir que los cuatro mercados de interés para la empresa Ganesh Tour & Travel son viables debido a las características que ambos presentan, como lo son el interés por México, el poder adquisitivo, disponibilidad para viajar, etc.

Podemos concluir que todos los objetivos planteados fueron alcanzados y se puede comprobar con los resultados dados en el proyecto. No hubo aspectos que quedarán sin resolver. Como recomendación y mejoras podemos decir que creemos necesario que los filtros de selección de los proyectos PAP sean más estrictos en cuestión de contenido y que de preferencia estén orientados a la exportación de un producto más que la exportación de un servicio por la dificultad que esto conlleva.

Definitivamente fue una excelente experiencia saber como se maneja la exportación de un servicio ya que no tan estamos familiarizados con este proceso. Debido a que la mayoría de los proyectos desarrollan la exportación de un producto. Para el próximo semestre se continúa con este PAP y los aspectos próximos a resolver serían la utilización de las herramientas brindadas en esta primera parte para ponerse en contacto con clientes potenciales y la parte de mercadotecnia para la empresa.

Bibliografía

Ltd, S. P. (Ed.). (01 de 05 de 2012). Travel Survey of Senior Living Readers. Obtenido de Seniro Living Magazine: <http://www.seniorlivingmag.com/senior-travel-survey-results>

La Portada Canadá. (2015). Cómo funciona el plan de pensiones en Canadá. La Portada Canadá .

La portada Canadá. (21 de Junio de 2016). Trabajadores y empresarios tendrán que aportar más para mejorar jubilaciones en Canadá. La portada Canadá .

CIA. (S/F). Central Intelligence Agency. Recuperado el 10 de 2016, de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

CIA. (N/Y). Central Intelligence Agency. Recuperado el 10 de 2016, de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

CIA World Factbook. (01 de 01 de 2014). Indexmundi. Recuperado el 2016, de Indexmundi - GDP: <http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?v=67>

Statistics Canada. (2011). 2011 Census Program. Obtenido de <http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/rt-td/Index-eng.cfm?TABID=2>

Santander Trade Portal. (2016). Canadá: Llegar al consumidor.

SECTUR. (2001). Turismo de Retirados.

Transportation for America. (2013). Aging in Place, Stuck without options. Obtenido de Seniors and Transit: <http://t4america.org/docs/SeniorsMobilityCrisis.pdf>

Allison Kulwicki, P. D. (2015). Travel Research: 2015 Boomer Travel Trends. Obtenido de AARP: http://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys_statistics/general/2014/AARP-2015-Boomer-Travel-Trends-AARP-res-gen.pdf

Alliance for Audited Media. (30 de 06 de 2016). Alliance for Audited Media. Recuperado el 2016, de Consumer Magazines: <http://abcas3.auditedmedia.com/ecirc/magtitlesearch.asp>

AARP. (2015). Obtenido de AARP: http://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys_statistics/general/2014/AARP-2015-Boomer-Travel-Trends-AARP-res-gen.pdf

AARP Reaserch. (2014). Recuperado el 2016, de American Association of Retired Persons: http://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys_statistics/general/2014/AARP-2015-Boomer-Travel-Trends-AARP-res-gen.pdf

AoA. (24 de 05 de 2016). Administration of Aging (AoA). Obtenido de ACL: http://www.aoa.acl.gov/aging_statistics/index.aspx

Datos Macros. (2015). Canadá- Población. Expansión .

Economic Indicators Division. (08 de 06 de 2016). (U. D. Commerce, Editor) Recuperado el 2016, de US Census Bureau News: <http://www2.census.gov/services/qss/2016/qssq1-16pr.pdf>

Gobierno de Canadá. (2016). Relaciones México- Canadá.
Inspired Senior Living. (2016). Senior Travel Trends. Inspired Senior Living .
Inspired Senior Living. ((Sin Fecha)). Travel Survey of Senior Living Readers.
Inspired Senior Living
Migration Policy Institute. (2012). Los canadienses en México: Una aproximación histórica y sociodemográfica a sus procesos de inmigración y de movilidad internacional reciente.
Public Health Agency of Canada. (2011). Statement on Older Traveller.
OCDE. ((Sin fecha)). BETTER LIFE INDEX.