

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Proyecto de Grado Previo a la Obtención del Título de
Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras Bilingüe

**“CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EXCLUSI-
VOS PARA ADULTOS MAYORES A NIVEL COSTERO”**

Autores:

Menéndez Murillo Merly Malena
Ponce Matamoros Fabián Alberto

Director de Tesis:

Lcdo. Hugo Calle Forrest

Guayaquil, Diciembre del 2011



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**Proyecto de Grado Previo a la Obtención del Título de Ingeniería
en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe**

**“CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EXCLUSIVOS
PARA ADULTOS MAYORES A NIVEL COSTERO”**

Autores:

**Menéndez Murillo Merly Malena
Ponce Matamoros Fabián Alberto**

Director de Tesis:

Lcdo. Hugo Calle Forrest

Guayaquil, Diciembre del 2011

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Por la presente hago constar que he leído el Proyecto de Grado presentado por la Srta. Merly Malena Menéndez Murillo y el Sr. Fabián Alberto Ponce Matamoros para optar al título de Ingeniera/o en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, y que acepto asesorar a los estudiantes egresados en calidad de tutor, durante la etapa de desarrollo del trabajo hasta su presentación y evaluación, como requisito previo a la aprobación reglamentaria.

Lcdo. Hugo Calle Forrest

Director de Tesis

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Declaramos que las ideas y criterios del trabajo de investigación así como el proyecto de creación incorporados en la presente tesis, son de exclusiva responsabilidad de los autores: Merly Malena Menéndez Murillo y Fabián Alberto Ponce Matamoros.

Malena

Srta. Merly Malena Menéndez Murillo

C.I. N° 1310856461

Fabián Ponce Matamoros

Sr. Fabián Alberto Ponce Matamoros

C.I. N° 0925721837

DEDICATORIA

A nuestros progenitores, por su permanente espíritu alentador y apoyo incondicional a lograr nuestras metas y objetivos de formación profesional.

A los docentes que nos acompañaron durante el proceso formativo-académico, brindándonos siempre su orientación con profesionalismo ético en el aprendizaje de competencias cognitivas, afectivas y sociales, afianzando nuestro perfil personal-profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios, guía permanente en el camino del desarrollo, realización, emprendimiento y felicidad humana.

A todas aquellas personas que durante los cinco años que duro este sueño, sin esperar nada a cambio, compartieron conocimientos, experiencias y vivencias sociales, para alcanzar la titulación de ingenieros en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo refleja la pertinente implicación científico-técnica en tareas de investigación a partir del planteamiento del problema, formulación de objetivos, diseño metodológico cuantitativo-descriptivo, para asumir la presentación de un proyecto alternativo factible de gestión de productos turísticos que beneficie a los adultos mayores. Expone insumos teóricos trascendentes extraídos de fuentes bibliográficas e investigación de campo, que resaltan elementos conceptuales para la comprensión interrelacionada e interdependiente del perfil psicológico y preferencias recreativas de las personas de la tercera edad desde el enfoque histórico cultural, con el producto turístico, modelo sistémico de capas y sus principales componentes: ambiente, infraestructuras general y específica, recursos naturales, ecológicos y culturales de la zona costera. El procesamiento de resultados numéricos y estadísticos desde la perspectiva de investigación de mercado, el análisis, la deducción de conclusiones y recomendaciones, sustenta el diseño estructural y organizacional de la propuesta denominada **Operadora Turística Geria Cost Tours**, no como una más que se suma a las existentes, sino como una empresa líder e innovadora que satisfaga con exclusividad las expectativas y necesidades de turistas de la tercera edad nacionales e internacionales, a través de la implementación de un servicio turístico cimentado en valores humanos y prosocialidad, que genere motivación, ofrezca seguridad, confianza, distracción y oportunidades direccionadas al Sumak Kawsay; además, que responda a los parámetros de inversión, rentabilidad, demanda del mercado turístico nacional, encuadre a las leyes vigentes y compromiso de contribución profesional al desarrollo económico-social de nuestro país. Geria Cost Tours, es una alternativa de negocio exitoso impulsado por Malena Méndez Murillo y Fabián Alberto Ponce Matamoros, egresados de la Carrera de Turismo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, dos soñadores y visionarios que creen en las bondades naturales, humanas y económicas de la costa ecuatoriana, para dinamizar una empresa con mecanismos idóneos, creatividad, calidez y calidad permanentes.

ÍNDICE GENERAL

	PAG
Aceptación del Director de Tesis	i
Declaración de Autoría	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen Ejecutivo	v
Índice General	vi
Índice de Cuadros	x
Índice de Gráficos	xiv
Índices de Anexos	xvii
CAPÍTULO I: TÍTULO DEL PROYECTO	1
1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Justificación del Proyecto	2
1.3. Objetivos: Generales y Específicos	3
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	4
2.1. Marco Referencial	4
2.2. Marco Teórico	7
2.3. Marco Legal	34
2.4. Resultados Esperados con el Proyecto	37
2.5. Oportunidad	38

	PAG
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	39
3.1. Diseño de la Investigación	39
3.2. Población y Muestra	40
3.3. Variables Inmersas	42
3.4. Técnicas e Instrumentos	43
3.5. Resultados: Análisis e Interpretación	44
3.6. Análisis y Discusión de la Investigación Realizada	64
CAPÍTULO IV: PROPUESTA DEL PROYECTO	
4.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	68
Razón social, nombre comercial, slogan, logo, lugar y fecha de constitución, fecha de inicio de operaciones, visión, misión, valores, objetivos generales y específicos, productos turísticos, estructura organizacional.	
4.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	77
Demanda Turística en Ecuador: Turismo Receptivo – Interno, Productos Turísticos del Ecuador; Análisis del Cliente; Análisis PORTER; Análisis PEST.	
4.3. MARKETING	88
4.3.1. PLAN DE MARKETING	88
Análisis FODA, Análisis de la Competencia, Productos y Servicios, Factores Críticos de Éxito.	

	PAG
4.3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	93
Plan de Investigación	
4.3.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING	95
Objetivos de Marketing, Objetivos Financieros, Segmentación y Mercado Meta, Posicionamiento, Estrategias de Marketing Mix.	
4.3.4. PRESUPUESTO ANUAL DE MARKETING	119
4.4. PLAN DE CONTINGENCIA EN SALUD	120
4.4.1. Antecedentes	120
4.4.2. Justificación	120
4.4.3. Objetivos: Generales y Específicos	121
4.4.4. Fases o momentos de intervención: Fase previa o de preparación y matriz de diagnóstico e información; Fases de aplicación de procesos de asistencia y matriz de opciones de intervención y asistencia; Fase de evaluación.	121
4.5. PLAN OPERATIVO	148
Distribución Física; Presupuesto de Equipos de Oficinas y Otros; Requerimiento de Mano de Obra; Días y Horarios de Funcionamiento; Flujo de Procesos; Perfil y Manual de Funciones de Empleados; Políticas de Calidad; Prevención y Seguridad en el Establecimiento.	
4.6. ESTUDIO FINANCIERO	158
Descripción; Inversión Inicial; Estructura de Financiamiento; Detalles de Presupuesto; Presupuesto de Ingresos - Venta; Presupuesto de Operaciones; Presupuesto de Gastos Generales; Depreciación de Activos Fijos; Estados de Resultados; Flujo de Caja; Valor Presente	

Neto – VAN; Tasa Interna de Retorno - TIR; Período de Recuperación de la Inversión PAYBACK; Ratios Financieros; Punto de Equilibrio; Análisis de Sensibilidad.

5. CONCLUSIONES	174
6. RECOMENDACIONES	176
7. BIBLIOGRAFÍA	178
8. ANEXO	181

ÍNDICE DE CUADROS

	PAG
CUADRO N° 1. ¿Qué importancia tiene el adulto mayor para la operadora?	45
CUADRO N° 2. ¿Con qué frecuencia el adulto mayor compra un producto turístico?	46
CUADRO N° 3. ¿Qué productos turísticos prefiere el adulto mayor?	47
CUADRO N° 4. ¿A qué regiones del Ecuador opta por viajar el adulto mayor?	48
CUADRO N° 5. ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes el adulto mayor?	49
CUADRO N° 6. ¿En qué época del año los adultos mayores prefieren comprar sus productos turísticos?	50
CUADRO N° 7. ¿Cada qué tiempo hacen ofertas turísticas para los adultos mayores?	51
CUADRO N° 8. ¿En qué actividades prefieren actuar los adultos mayores durante el producto turístico?	52
CUADRO N° 9. ¿La operadora posee un plan de contingencia para adultos mayores en casos emergentes?	53
CUADRO N° 10. ¿Qué tipo de inconvenientes presentan los adultos mayores en sus viajes?	54
CUADRO N° 11. ¿Cuál es su principal motivación para realizar un	55

	PAG
viaje?	
CUADRO N° 12. ¿Cada cuánto tiempo realiza un viaje hacia la Región Costa?	56
CUADRO N° 13. ¿Qué tipo de actividad turística le gustaría realizar?	57
CUADRO N° 14. ¿Qué provincia de la costa ecuatoriana es de su mayor agrado?	58
CUADRO N° 15. ¿Cómo se entera usted del destino que visita?	59
CUADRO N° 16. ¿Con quién realiza usted habitualmente sus viajes?	60
CUADRO N° 17. ¿Cuáles son los servicios más importantes para usted? Enumere del 1 al 6, siendo 1 el de menor y 6 el de mayor importancia.	61
CUADRO N° 18. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un paquete turístico de 2 noches y 3 días hacia la región costa?	62
CUADRO N° 19. ¿Con cuántos días usted contaría para realizar un viaje?	63
CUADRO N° 20. Estructura Organizacional	77
CUADRO N° 21. Productos Turísticos del Ecuador	80
CUADRO N° 22. Tabla de Pesos Netos Individuales de Alimentos para adultos mayores	81

	PAG
CUADRO N° 23. Alimento ideal en el día	82
CUADRO N° 24. Análisis de la Competencia	92
CUADRO N° 25. Agencia de Viajes Mayoristas	115
CUADRO N° 26. Precio de los Productos Turísticos Exclusivo	116
CUADRO N° 27. Presupuesto Anual de Marketing	119
CUADRO N° 28. Matriz de diagnóstico, información e Implementación	122
CUADRO N° 29. Matriz de opciones de intervención y asistencia	125
CUADRO N° 30. Presupuesto de Equipos de Oficinas y Otros	150
CUADRO N° 31. Salario del Personal Administrativo	151
CUADRO N° 32. Salario del Personal Operativo	152
CUADRO N° 33. Días y Horarios de Funcionamiento	153
CUADRO N° 34. Perfil y Manual de Funciones	155
CUADRO N° 35. Inversión Inicial	159
CUADRO N° 36. Estructura de Financiamiento	160
CUADRO N° 37. Presupuesto de Ingresos – Ventas Anual y Mensual	160
CUADRO N° 38. Presupuesto de Operaciones Anual y Mensual	163
CUADRO N° 39. Presupuesto de Gastos Generales Anual y Mensual	164
CUADRO N° 40. Cálculo de Depreciaciones	167
CUADRO N° 41. Cálculo de Amortización de Intangibles	167
CUADRO N° 42. Estado de Resultados	168
CUADRO N° 43. Flujo de Caja	169
CUADRO N° 44. Margen Bruto	170
CUADRO N° 45. Margen Neto	171

	PAG
CUADRO N° 46. ROA Retorno Sobre Activos	171
CUADRO N° 47. ROE Retorno Sobre Capital	171
CUADRO N° 48. Liquidez General	171
CUADRO N° 49. Punto de Equilibrio	172
CUADRO N° 50. Análisis de Sensibilidad	173

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	PAG
GRÁFICO N° 1. ¿Qué importancia tiene el adulto mayor para la operadora?	45
GRÁFICO N° 2. ¿Con qué frecuencia el adulto mayor compra un producto turístico?	46
GRÁFICO N° 3. ¿Qué productos turísticos prefiere el adulto mayor?	47
GRÁFICO N° 4. ¿A qué regiones del Ecuador opta por viajar el adulto mayor?	48
GRÁFICO N° 5. ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes el adulto mayor?	49
GRÁFICO N° 6. ¿En qué época del año los adultos mayores prefieren comprar sus productos turísticos?	50
GRÁFICO N° 7. ¿Cada qué tiempo hacen ofertas turísticas para los adultos mayores?	51
CUADRO N° 8. ¿En qué actividades prefieren actuar los adultos mayores durante el producto turístico?	52
GRÁFICO N° 9. ¿La operadora posee un plan de contingencia para adultos mayores en casos emergentes?	53
GRÁFICO N° 10. ¿Qué tipo de inconvenientes presentan los adultos mayores en sus viajes?	54
GRÁFICO N° 11. ¿Cuál es su principal motivación para realizar un	55

	PAG
viaje?	
GRÁFICO N° 12. ¿Cada cuánto tiempo realiza un viaje hacia la Región Costa?	56
GRÁFICO N° 13. ¿Qué tipo de actividad turística le gustaría realizar?	57
GRÁFICO N° 14. ¿Qué provincia de la costa ecuatoriana es de su mayor agrado?	58
GRÁFICO N° 15. ¿Cómo se entera usted del destino que visita?	59
GRÁFICO N° 16. ¿Con quién realiza usted habitualmente sus viajes?	60
GRÁFICO N° 17. ¿Cuáles son los servicios más importantes para usted? Enumere del 1 al 6, siendo 1 el de menor y 6 el de mayor importancia.	61
GRÁFICO N° 18. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un paquete turístico de 2 noches y 3 días hacia la región costa?	62
GRÁFICO N° 19. ¿Con cuántos días usted contaría para realizar un viaje?	63
GRÁFICO N° 20. Logo de la Empresa	68
GRÁFICO N° 21. Mapa turístico del Ecuador	76
GRÁFICO N° 22. Inflación mensual y anual del Índice de Precios al Consumidor	86

	PAG
GRÁFICO N° 23 Evolución de la población mayor en Ecuador	87
GRÁFICO N° 24. Distribución Física	149
GRÁFICO N° 25. Flujo de Procesos	154

ÍNDICE DE ANEXOS

	PAG
ANEXO A: Formato de encuesta dirigida a las Operadoras Turísticas de Guayaquil	182
ANEXO B: Formato de encuesta dirigida a los Adultos Mayores	183
ANEXO C: Formato de Ficha Médica	185
ANEXO D: Lista de Proveedores	187
ANEXO E: Formato de Costos para Armar Tarifario	191
ANEXO F: Fotografía: Lugares turísticos de la Costa Ecuatoriana	193

CAPÍTULO I: TÍTULO DEL PROYECTO

CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EXCLUSIVOS PARA ADULTOS MAYORES A NIVEL COSTERO

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al reflexionar críticamente sobre cómo se planifican, ejecutan y evalúan ofertas de productos turísticos en el Ecuador, sin lugar a dudas nos encontramos con el hecho de que estas se centran en procesos generadores de bienestar, sana recreación y mejoramiento social del ser humano desde la perspectiva genérica de inclusión de toda la población (niños/as, adolescentes, adulto/a menor, adulto/a mayor), buscando el posicionamiento del turismo como eje estratégico de desarrollo, económico-social y ambiental de gestión pública descentralizada, como lo resalta la misión y visión del Ministerio de Turismo y las diversas propuestas de turismo interno de las empresas locales.

Una evaluación y teorización apriori sustentada en la percepción de experiencias sobre ofertas turísticas vigentes, permiten puntualizar que en el Ecuador no existen productos turísticos exclusivos direccionados a satisfacer las expectativas de la población mayor adulta (tercera edad) de 65 años en adelante (jubilados y no jubilados), considerando su caracterización psicofisiológica; esta población importante de la sociedad ecuatoriana no ha sido considerada como un grupo específico beneficiario de programas y servicios recreativos exclusivos con equidad y calidad, que aseguren y dinamicen la recreación en el periodo de vida no productivo que atraviesan mediante la implementación de manifestaciones turísticas ambientales, culturales, artísticas, deportivas; experimentando además, las bondades de aprendizaje en el espacio natural de costa ecuatoriana.

El problema planteado, compromete a reconocer y asumir la presencia de variables de investigación en su relación dinámica de causa y efecto, involucra y compromete a ser protagonistas de un proceso investigativo tendente a sustentar con rigor científico cuantitativo, la realidad de los productos turísticos que se ofertan a nivel local y nacional, la determinación de sus fortalezas y limitaciones,

oportunidades y amenazas, en perspectiva de proponer una nueva alternativa de productos turísticos con criterio exclusivo, que incida y genere en la población adulta mayor una gran apertura y predisposición a las actividades recreacionales ambientales, culturales y deportivos en sintonía con las características de su personalidad, las expectativas de aprendizaje y realización personal-social que ofrece la costa ecuatoriana, con su riqueza cultural, precolombina y la calidad de servicios a ofertar de manera exclusiva a las personas de la tercera edad.

Formulación del problema

¿Cómo beneficia al adulto mayor la implantación sistematizada de productos turísticos exclusivos a nivel costero?

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El análisis ponderado de las estadísticas difundidas por el INEC desde el año 2009, en el correspondiente anuario de entradas internacionales y el control de desplazamientos en el territorio ecuatoriano, permiten verificar que existe una población aproximada de ciento veinte mil adultos mayores de 60 años y más que pueden beneficiarse de ofertas turísticas exclusivas a nivel costero; además, si a esta población adicionamos el significativo número de ecuatorianos de tercera edad que habiendo cumplido su ciclo de trabajo productivo en diversas instituciones estatales y privadas, tienen expectativas de inclusión en ofertas exclusivas de recreación turística cultural y natural por la costa ecuatoriana. La presente investigación científica se enfoca a la creación de productos turísticos exclusivos para adultos mayores como: tours, excursiones y paquetes turísticos por los diversos destinos de la costa ecuatoriana; y modalidades de turismo como: arqueológico, cultural, histórico, eco turístico, rural y comunitario con actividades recreativas especiales para este tipo de público.

Investigar las variables implicadas en el tema como el análisis de la oferta de productos turísticos para la tercera edad en el mercado turístico nacional y en especial de la costa ecuatoriana, y nivel de satisfacción del público de la tercera

edad en la operación turística de tours, excursiones y paquetes turísticos; para así concretar una propuesta de productos turísticos exclusivos para adultos mayores, constituyendo un valioso aporte teórico-práctico que satisfaga las demanda del mercado turístico de la tercera edad.

Además, si el Ministerio de Turismo y/o las empresas turísticas tienen limitaciones para brindar estos nuevos productos, el tema de investigación se justifica plenamente porque responde a las demandas de recreación del adulto mayor.

1.3. Objetivos:

1.3.1. Objetivo General

Determinar las características de la oferta turística vigente y desarrollar una alternativa innovadora de productos turísticos exclusivos para adultos mayores a nivel costero.

1.3.2. Objetivos Específicos

- ✓ Identificar los productos turísticos genéricos y exclusivos generados por operadoras de turismo receptivo a nivel costero.
- ✓ Verificar las posibilidades de recreación turística-ambiental y cultural-artística de la zona geográfica costera.
- ✓ Establecer las necesidades del adulto mayor para el planteamiento de actividades recreativas en los itinerarios de los productos turísticos exclusivos.
- ✓ Diseñar un proyecto alternativo de productos turísticos exclusivos para beneficiar a los adultos mayores.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. MARCO REFERENCIAL

La investigación y propuesta desde un enfoque genérico, está centrada en el estudio, compromiso y atención del adulto mayor en su peculiar integralidad física, intelectual, afectiva y social, mediante la gestión técnico-administrativa de productos turísticos abiertos a la inclusión generadores del mejoramiento de condiciones ambientales y experienciales de esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad; considerando como sustento teórico-práctico propuestas turísticas exitosas vigentes en otras latitudes del mundo y latinoamérica y las características culturales, sociológicas, antropológicas, psicológicas, económicas y legales de nuestra realidad ecuatoriana con su belleza inconfundible.

En esta perspectiva, los estudios y trabajos realizados hasta la fecha, nos muestra al segmento de la tercera edad como una población con necesidades y ansias de cambiar su estilo de vida; una población que busca oportunidades de inclusión y participación en diversos programas que contribuyan a enriquecer la vida social, espiritual, física y el auto cuidado, favoreciendo de esta manera una imagen positiva y sana del proceso de envejecimiento humano en el contexto de la familia y la sociedad, para garantizar una comunicación y convivencia armónica y fortaleciendo en ellos la convicción y autoconciencia sobre necesidad de la práctica del ejercicio físico, las actividades recreativas, educativas y relacionales, desarrollo de la autoestima, dinamismo intelectual, motivación e interés por el mundo externo, y socialización en los círculos de abuelos; la recreación en su carácter desarrollador y potencializador de la creatividad, capacidad estética y artística, contactos interpersonales, mantenimiento del equilibrio, flexibilidad y expresión corporal, el sentimiento de utilidad, el disfrute lúdico, la comunicación, la amistad, el bienestar y satisfacción personal.

En general la actividad turística ecuatoriana y en particular la actividad turística de Guayaquil, a través de la iniciativa y creatividad de los profesionales en hotelería y turismo en servicio activo y nuevos egresados, tienen el

compromiso ineludible de impulsar nuevas alternativas de participación turística destinadas al segmento de la tercera edad, una experiencia de emprendimiento empresarial para atender la demanda turística que incluya prácticas acordes a la posición social del adulto mayor en el mundo contemporáneo, que es única por su significado y humana por su destino y orientación; que ayude a la persona que envejece a conservar su autonomía física, psíquica y social durante el mayor tiempo posible considerando el estado de salud para la planificación de actividades físicas y sociales.

En este contexto, es relevante y trascendente el presente proyecto porque implica la creación de productos turísticos exclusivos orientados a beneficiar a los adultos mayores a nivel costero, considerando sus peculiares características físicas, intelectuales y afectivo sociales; una propuesta que tomando en cuenta al cliente, expectativas, factores, características, ambiente, infraestructura, modelos, recursos, infraestructura y elementos tangibles, elementos técnicos de diseño, organización y evaluación; y por otro lado, considerando pautas clave de experiencias similares en Europa y América Latina, genere beneficios económicos y sociales a través de una comercialización exitosa de la gestión turística.

Entre los aportes, estudios y experiencias de productos turísticos similares al proyecto que se propone en este trabajo de graduación, resaltamos los programas en España, Argentina y Chile.

España, con su programa turismo de salud para la tercera edad, es un país desarrollado en turismo saludable, tiene en cada comunidad un centro para la relajación, recreación y esparcimiento de adultos mayores, existen 2.000 manantiales y 128 estaciones termales, ambientes de cinco estrellas y un sinfín de actividades.

Las instalaciones consideradas con efectos medicinales y terapéuticos, son las que se encuentran ubicadas al pie del manantial, donde el agua no ha sido manipulada y están catalogadas de utilidad pública por sus componentes minero-medicinales.

Los adultos mayores son los que más se benefician de las propiedades del agua, pudiéndose tratar problemas de piel, respiratorios, digestivos,

cardiovasculares, urinarios y stress. Los balnearios disponen de servicio de masaje (anti-stress) anticelulítico, circulatorio, capilar y facial, etc.; una completa balneoterapia en la que el agua es fuente de salud y curación.

En Argentina, la experiencia lograda en su propuesta de turismo y tercera edad permite discernir que cuando se disfruta en la madurez, los adultos mayores gozan hoy de una calidad y una expectativa de vida superior a la de antaño, porque se encuentran con una variada gama de ofertas para viajar y hacer turismo recreativo, considerando que en general tienen mayor tiempo libre y están liberados de las ataduras laborales que los presionaban en la etapa productiva.

En la consideración de que los adultos mayores cuentan con recursos y tiempo disponible para viajar, sea solo, con familiares o grupos de pares, ha surgido un turismo específico; las empresas prestadoras de servicios y establecimientos ofrecen diversos paquetes de viaje y servicios turísticos para personas activas de la tercera edad. Además hay propuestas con tarifas económicas para atender el turismo social.

Los numerosos establecimientos ofertan una variada y completa infraestructura y servicios para atender a turistas adultos mayores, se encuentra en diversos puntos del país hotelería con promociones especiales para este target. De igual manera, hay una oferta variada de actividades: clases de aquagym en pileta climatizada, caminatas, clases de gimnasia tranquila (taichí y otras orientales), yoga, avistaje fotográfico, juegos de salón, etc. Para el esparcimiento, los establecimientos turísticos en todo el país se encuentran cercanos a casinos, teatros, cines, con variedad de opciones para el turista. Además, la propuesta se amplía con ofertas gastronómicas específicas de alta cocina, privilegiando una dieta sabrosa y saludable.

En Chile, la Federación de Empresas de Turismo de Chile (Fedetur) ofrece programas de vacaciones de tercera edad en baja temporada, como una forma de mejorar la calidad de vida, favoreciendo el empleo en temporadas bajas y disminuyendo el impacto en temporadas altas. Este programa a partir del 2001 es subvencionado por el Estado de Chile y se encarga de dar facilidades a los adultos

mayores para que puedan viajar dentro del país en temporadas medias y bajas. Los objetivos que persigue este programa son.

- ✓ Mejorar la calidad de vida de los adultos mayores.
- ✓ Promover la integración social de las personas de la tercera edad.
- ✓ Reducir la estacionalidad del turismo en Chile.
- ✓ Potenciar nuevos destinos turísticos.
- ✓ Favorecer el desarrollo económico de la mediana y pequeña empresa vinculada al sector turístico.

El potencial turístico que tiene este segmento de la población (adultos mayores) debido al aumento de la población adulta mayor, se espera que hasta el 2020 aumente en un 45%. El éxito del programa se refleja en la actualidad a través de la actividad de 54 hoteles distribuidos a lo largo del país, un número atractivo de turistas en temporadas media y baja, la inclusión de nuevos destinos y la participación de una nueva clase de turistas.

La pontificia Universidad Católica de Chile realizó un estudio sobre una muestra de más de cinco mil personas de la tercera edad aprovechando el desarrollo del programa. Los resultados obtenidos arrojaron positivas cifras en cuanto a la mejora de la calidad de vida de los adultos mayores en los siguientes ítems: ánimo, sociabilidad, bienestar general, insomnio, molestias articulares, apetito, memoria, digestión.

Los programas antes expuestos de otras latitudes, sin lugar a dudas marcan enfoques y direccionamientos teórico-prácticos en perspectiva de impulsarlos en nuestra cultura y geografía ecuatoriana costera, teniendo la seguridad de contar con sitios turísticos naturales, infraestructura hotelera, espacios de recreación, etc., que constituyen verdaderos atractivos al servicio del adulto mayor.

2.2. MARCO TEÓRICO

a. Reflexiones Previas

El proceso investigativo y el correspondiente diseño de la propuesta, comprometen la inclusión de fundamentos teóricos que sustenten la relevancia

subjetiva- objetiva de dos variables principales, con sus correspondientes categorías conceptuales, dimensiones e indicadores, incorporados y asumidos sistemáticamente: la variable dependiente adultos mayores se beneficiaría en la praxis de la incidencia causada por la implementación de una alternativa válida de productos turísticos exclusivos en su calidad de variable independiente.

En primer lugar, consecuentes con la evolución y relatividad del conocimiento, abordar cómo es una persona adulta mayor, implica adoptar y asumir concepciones y enfoques paradigmáticos a tono con los retos de la sociedad actual; es necesario comprender y testimoniar conceptos abordando al adulto mayor desde una perspectiva biopsicosocial, perspectiva que permita percibir el perfil desde una visión integral considerándolo como sujeto socialmente activo en el cual el envejecimiento sea vivido como un proceso normal, como parte del ciclo vital.

La persona adulta mayor, analizada actualmente desde el concepto de vejez constituye una categoría social, porque se agrupa a hombres y mujeres de esta edad por los valores y características que la sociedad considera que son adecuados, las cuales en muchas ocasiones pueden ser equivocadas y hasta injustas. Al contrario, encontramos criterios más relevantes que consideran a los adultos mayores como un grupo social que necesita de los demás, pero que constituye de manera muy importante tanto en la familia como en la sociedad; las personas adultas mayores forman parte de una sociedad que necesita de ellas, por lo que su participación, opiniones y decisiones son fundamentales para el desarrollo de la misma. En este contexto, para los propósitos del trabajo investigativo se incorporan ejes conceptuales que permitan interpretar y comprender el perfil del adulto mayor en su caracterización cognitiva, afectiva y social; y a partir de estos significados, los operadores turísticos diseñan, implementen y asuman proyectos estratégicos de gestión de productos turísticos inclusivos y exclusivos.

En segundo lugar, proponer una alternativa de productos turísticos exclusivos a nivel costero para beneficiar a los adultos mayores hombres y mujeres, compromete y exige a los operadores turísticos un saber pensar, un

saber hacer, un saber actuar, un saber emprender profesional, que responda a sistemas teórico - prácticos actualizados del turismo como actividad gobernada por la demanda considerando la decisión del consumidor final (adulto mayor) que siempre tiene como primera opción el salir de su hogar a distraerse, despejarse, disfrutar satisfactoriamente de las actividades recreativas socializadoras artísticas y culturales, terapéuticas, deportivas, pedagógicas ambientales y comunitarias; así como, de las atenciones y cuidados a su integridad física y psicológica, previstas en la correspondiente planificación turística. Por lo expuesto, se incorporan en este marco teórico ideas clave del ámbito turístico para clarificar criterios, factores, elementos estructurales, etc. direccionadores de la propuesta.

b. Perfil del Adulto Mayor: Conceptos Básicos

El adulto mayor, la adultez tardía, la tercera edad o la vejez, comprenden aproximadamente el periodo que media entre los 60 y 80 años de edad, lo que indica una prolongación y aumento del promedio de vida.

El envejecimiento, es un proceso de cambios a través del tiempo, natural, gradual, continuo, irreversible y complejo, cambios que se dan a nivel biológico, psicológico y social, y están determinados por la historia, la cultura y la situación económica, de los grupos y las personas.

Las ciencias sociales y del comportamiento caracterizan al envejecimiento como un proceso de desarrollo, no así la perspectiva biológica, que hace referencia a las pérdidas y deterioro de la última etapa de la vida.

La vejez es una etapa de la vida, la última relacionada con la edad, es decir el tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento actual, y cómo ha vivido durante ese tiempo. La vejez tiene significados diferentes para diferentes grupos, para definir hay que considerar la edad cronológica; física, psicológica y social.

La edad cronológica. La ONU establece la edad de 60 años para considerar que una persona es adulta mayor, aunque en los países desarrollados se considera que la vejez empieza a los 65 años. Si bien la edad cronológica es uno de los

indicadores más utilizados para considerar a alguien viejo o no, ésta por sí misma no nos dice mucho de la situación en la que se encuentra una persona, de sus sentimientos, deseos, necesidades, relaciones.

La edad física. Los cambios físicos y biológicos normales durante la vejez se dan a distintos ritmos, según la persona, el lugar en donde vive, su economía, su cultura, su nutrición, su actividad y sus emociones. Un aspecto importante en esta etapa de la vida es el logro de la funcionalidad y la autonomía, a pesar de la edad o de los padecimientos que se tengan.

La edad psicológica. El significado que para cada grupo y persona tiene la vejez, puede ocasionar cambios en sus emociones, sentimientos y pensamientos según va transcurriendo el tiempo. En cuanto a procesos psicológicos, como la memoria o el aprendizaje, normalmente se dan modificaciones de manera gradual. Para retardar las modificaciones, es recomendable mantenerse activo, relacionarse, hablar con otras personas, realizar actividades placenteras, comentar noticias y acontecimientos recientes. En cuanto al aprendizaje, durante la vejez es posible seguir aprendiendo cosas nuevas.

La edad social. La vejez es considerada una categoría social, es decir, se agrupa a las personas por los valores y características que la sociedad considera que son adecuadas, las cuales en muchas ocasiones pueden ser equivocadas y hasta injustas. Por ejemplo: para muchos grupos sociales las personas adultas mayores no deben enamorarse, o no deben participar en las decisiones familiares o sociales, etc. Por el contrario, es un grupo social que necesita de los demás, pero que contribuye de manera muy importante tanto en la familia como en la sociedad.

c. Retos de Atención al Adulto Mayor

El incremento de la población longeva, determina un cambio en las necesidades y demandas de este grupo, ante las cuales las respuestas tradicionales resultan insuficientes, constituyendo por ello una prioridad la identificación de aquellos factores que contribuyen a promover niveles de salud y bienestar en las

personas de la tercera edad, y específicamente en los longevos con vistas a incrementar su calidad de vida.

El mundo actual enfrenta el reto de producir un crecimiento económico, con el objetivo principal de alcanzar el desarrollo humano y uno de los principales indicadores, para medirlo, es la longevidad satisfactoria, la cual se basa en la alimentación, salud, ejercicios físicos, cultura y medio ambiente, aspectos que contribuyen a una mayor calidad de vida.

La llamada Tercera Edad es un hecho inevitable y constituye una necesidad social mejorar el estilo de vida, potenciar su desarrollo humano y como consecuencia, la esperanza de ésta. Es por eso que la sociedad exige a los profesionales que brindan atención al adulto mayor, a cometer acciones de promoción para la salud encaminadas al logro de una longevidad satisfactoria no solo con la prevención de enfermedades, sino también potenciando su bienestar psicológico y social.

Según algunos autores el bienestar subjetivo en la vejez, es el principal criterio de envejecimiento exitoso y otro es el mantenimiento de la competencia para vivir en forma independiente. En la actualidad, muchas son las interrogantes con respecto a la tercera edad, ¿Cuál es el lugar de la vejez entre las edades de la vida y su sentido para el hombre contemporáneo?, ¿Están preparados los profesionales de la salud para enfrentar el reto: longevidad satisfactoria?, ¿Qué podemos hacer desde lo psicológico para mejorar la calidad de vida del adulto mayor y por consiguiente su bienestar subjetivo?, ¿Cómo se puede contribuir al desarrollo de la personalidad en estas personas?, y ¿La longevidad satisfactoria es una realidad o una utopía?

Los programas a nivel mundial y latinoamericano tienen como propósito: contribuir a elevar el nivel de salud, el grado de satisfacción y la calidad de vida del adulto mayor, mediante acciones de prevención, promoción, asistencia y rehabilitación ejecutadas por el Sistema Nacional de Bienestar Social y Salud en coordinación con otros organismos y organizaciones involucrados en esta atención, teniendo como protagonistas a la familia, la comunidad y el propio adulto mayor en la búsqueda de soluciones locales a sus problemas.

Se establecen políticas y métodos para la atención al adulto mayor con profundas proyecciones médicas, psicológicas y sociales, ofreciendo como resultados una vida cualitativamente mejor que haga que estas personas se sientan útiles a la familia y a la sociedad. Sin embargo queda mucho por hacer para el logro del bienestar subjetivo en el adulto mayor en el proceso de longevidad satisfactoria en las comunidades y en las instituciones encargadas de brindarles atención a estas personas que tanto lo necesitan.

Durante el estudio de la bibliografía, se pudo constatar que importantes autores entre los que se destacan, T. Reyes (2000), G. Domínguez (2003), T. Orosa (2006), D. Dueñas, C (2007), H. Bayarre (2009) y M. Urquiza (2009) reconocen al bienestar subjetivo como el principal indicador para lograr que el adulto mayor llegue a una mayor longevidad con una mejor calidad de vida y a su vez precisan la importancia de fomentar en el adulto mayor una serie de acciones educativas que conlleven a una longevidad satisfactoria, sin embargo no se trabaja con un enfoque integrador pues no se hace referencia a las vías, métodos y actividades para propiciar su bienestar subjetivo desde el enfoque personológico.

d. Caracterización Biopsicosocial del Desarrollo del Adulto Mayor: Enfoque Histórico Cultural

La aplicación de la psicología del desarrollo teniendo como base la Escuela histórico-cultural de Vigotsky significa enfocar al adulto mayor en su situación social de desarrollo y percibirlo como un ser activo que asume un importante rol en su familia y como ser social. Para analizar la situación social de desarrollo en la tercera edad debemos considerar las especificidades de las condiciones externas e internas.

En relación a las *Condiciones Externas* que marcan el desarrollo del adulto mayor, se considera como elemento definitivo, el hecho de que entre los 55 y 60 años se produce la jubilación laboral lo que para muchos representa someterse a unas condiciones de inutilidad social a la que no están acostumbrados.

Es cierto que las pérdidas asociadas a la jubilación se pueden vivenciar como una agresión a la autoestima, más aún cuando la identidad de una persona está fundamenta básicamente en su actividad profesional. Aunque puede ocurrir la presencia de una baja autoestima, debido a la caracterización personológico del sujeto, independientemente de su edad.

En la sociedad actual en países de América Latina y el Caribe se realizan grandes esfuerzos orientados al bienestar social de este adulto, no solo en el aspecto material, sino en su participación activa en la sociedad, de acuerdo a sus posibilidades objetivas.

En relación a las *Condiciones Internas*, en el adulto mayor podemos apreciar un gran número de características que con poca frecuencia se encuentran en un solo sujeto, pues la estructura psíquica de las personas de la tercera edad es relativamente estable y conservan sus principales características durante el período evolutivo dado, En estos ancianos, en el área cognitiva aparece una disminución de la actividad intelectual y de la memoria como es el olvido de rutinas y las reiteraciones de historias, así como un deterioro de la agudeza perceptual.

En el área motivacional se produce un menoscabo de interés por el mundo externo acerca de lo novedoso, reduciéndose el número de intereses, donde en ocasiones no les nada y se muestran gruñones y regañones quedándose constantemente.

En el área afectiva se produce un descenso en el estado de ánimo general, predominando los componentes depresivos y diferentes temores ante la sociedad, la indefensión, el empobrecimiento y la muerte. Decae el sentimiento de satisfacción consigo mismo y la capacidad de alegrarse.

En el área volitiva se debilita el control sobre las propias reacciones y puede manifestarse la inseguridad.

En la conducta motriz se hace perceptible una disminución paulatina de las posibilidades de movimiento y de las capacidades motrices. La atrofia evidente de la actividad motora es un rasgo esencial del envejecimiento.

Al envejecer los órganos y tejidos se aminora la fuerza muscular, la movilidad de las articulaciones, la elasticidad de los tejidos, así como las potencialidades reactivas y de inhibición de los procesos nerviosos.

En sentido general, es justo apuntar que los rasgos de la personalidad del adulto mayor se caracterizan por una tendencia disminuida de la autoestima, las capacidades físicas, mentales, estéticas y del rol social.

Al establecer automáticamente un nuevo modo de sentir y actuar, una nueva personalidad que les permita adecuarse a estas situaciones, evitando de alguna forma las frustraciones que la relación con el medio ambiente y el declinar de su propio organismo crearía.

e. El Proceso de Envejecimiento: Sus Efectos Sociales en los Adultos

Entre los efectos ocasionados por el envejecimiento se mencionan la disminución de la estatura, el incremento de la grasa corporal y la disminución de la masa muscular, la disminución de la densidad ósea, la pérdida de fuerza, un mayor índice de fatigas musculares, notable disminución del número y tamaño de las fibras musculares, disminución del gasto cardíaco, de la frecuencia y el volumen sistólico, la disminución del consumo de oxígeno y su utilización por los tejidos, un aumento de la presión arterial, así como una menor capacidad de adaptación y recuperación del ejercicio. Se encuentra también la disminución de la capacidad vital y el aumento de la frecuencia ventilatoria durante el ejercicio; menor tiempo de reacción y menor velocidad de movimientos; la disminución de la agilidad, la coordinación, los trastornos del equilibrio, la disminución de la actividad articular y un aumento de la rigidez de cartílagos, tendones y ligamentos. Resultan comunes los dolores de espalda, fracturas de caderas, problemas respiratorios, la hipertensión arterial, las lesiones osteomioarticulares, los trastornos antilógicos, digestivos y nerviosos.

El envejecimiento se ha transformado de un problema primordialmente individual a uno fundamentalmente social; que la prolongación de la vida tiene un

doble significado: individualmente, ser un anciano reclama de la persona un esfuerzo diario con miras de enfrentar con éxito los problemas que en el orden biológico, psicológico y social aparecen durante la tercera edad.

Envejecer de manera saludable implica no solamente tener la posibilidad de tener los cuidados médicos ante los problemas de salud que se presenten en esta etapa de la vida puesto que en él se producen una serie de cambios físicos y psicológicos que hacen un tanto difícil esta etapa de la vida. Implica reconocer a los ancianos como seres humanos con necesidades y posibilidades especiales por todos los factores comunitarios donde juegan un rol importante el trabajador social y los profesores encargados de desarrollar las actividades físicas creando independencia, autonomía y motivaciones en todas y cada una de las actividades que se desarrollen.

f. El Adulto Mayor y su Socialización en los Círculos de Abuelos

La necesidad de socializarse con personas que tengan sus mismos intereses, gustos y preferencias y el empleo del tiempo libre fueron algunos de los motivos por los que se fundaron los círculos de abuelos, con el propósito de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de la comunidad y en especial a los adultos mayores en el tránsito hacia una vejez más satisfactoria. En el aspecto sociopsicológico, el adulto mayor se enfrenta a nuevas condiciones de vida por la pérdida de roles familiares y sociales que se agregan a un trasfondo de enfermedades y a una disminución de sus capacidades de adaptación. Resultan frecuentes los problemas de autoestima, depresión, distracción (diversión) y relaciones sociales.

Se define Socialización como: "*Proceso mediante el cual el individuo adopta los elementos socioculturales de su medio ambiente y los integra a su personalidad para adaptarse a la sociedad.*". El concepto de socialización expuesto permite entender que el adulto mayor al terminar su vida laboral adopta los elementos socioculturales de su nuevo medio ambiente y los integra a su personalidad para poder adaptarse a sus condiciones sociales. El proceso de Socialización consiste en la apropiación por parte del individuo de toda la

experiencia social, lo cual le proporciona la posibilidad de integrarse a la vida en sociedad.

Este proceso se da precisamente como resultado de las interacciones que se producen entre los seres humanos e influye en el desarrollo de su personalidad. El proceso de socialización transcurre a lo largo de toda la vida y se caracteriza por ser de carácter bidireccional, es decir, por un lado se encuentra toda la influencia que ejercen los grupos y por otro, la recepción activa que realiza el individuo. Por lo tanto, la socialización se da mediante diferentes agentes socializadores como la familia, la escuela, el grupo informal o grupo de amigos, el centro laboral, la comunidad que son los más tradicionales.

g. Repercusión de la Recreación en el Adulto Mayor

La recreación, en el adulto mayor, ha de entenderse y apreciarse como algo más allá de lo simplemente personal, en cuanto al empleo del tiempo libre ha de verse más bien como una acción que proyectada desde lo social puede crear las condiciones que faciliten la elevación de la calidad de vida de estas personas, y contribuya al desarrollo de estilos de vida más saludables y autónomos a esta edad.

Un enfoque simplista de la recreación en la tercera edad, nos llevaría a considerarlas como una mera opción individual del tiempo libre, y dejaríamos de apreciar su carácter desarrollador, por los niveles de participación y de actualización que pueden generar; sobre todo si se les considera como recurso potenciador, herramientas de acción social que permiten elevar el bienestar y la calidad de vida de los adultos mayores. Los sujetos que envejecen adecuadamente utilizan y disfrutan de todas las posibilidades que existen en su entorno social y en sus propias personas, y están preparados para aceptar, sin claudicar, las propias limitaciones, la disminución de sus fuerzas y la necesidad de recibir algún tipo de ayuda; pero no renuncian a mantener, dentro de rangos razonables y posibles, determinados niveles de independencia y autodeterminación.

En la tercera edad, la actividad física-intelectual y el interés por el entorno canalizadas a través de actividades de recreación y ocio productivo, favorecen el bienestar y la calidad de vida de los individuos. Numerosas investigaciones han mostrado que la tercera edad no tiene necesariamente que ser un período de la vida en el que predomine o se haga inevitable un deterioro fatal de las capacidades físicas e intelectuales, ya que si los sujetos muestran la necesaria motivación y la intención de mantener un estilo de vida activo y productivo, y se les propician las condiciones para desenvolverse en un entorno rico y estimulante, en el cual se favorezcan experiencias de aprendizajes y se reconozcan y estimulen los esfuerzos por alcanzar determinados logros, en cuanto a participación en actividades de diversa índole, la senectud puede evitarse o demorarse.

En el libro *Recreación Fundamentos Teórico – Metodológicos* de Aldo Pérez Sánchez aparece el siguiente concepto del profesor norteamericano Harry A. Overstrut el cual plantea: "la recreación es el desenvolvimiento placentero y espontáneo del hombre en el tiempo libre, con la tendencia a satisfacer ansias psicoespirituales de descanso, entretenimiento, exposición, aventura y socialización".

h. Programas de Recreación

Visto el problema desde este ángulo, las estrategias para el desarrollo de programas de recreación con el adulto mayor, tendrían una función potenciadora de lo individual y lo social, ya que a diferentes niveles y en diferentes formas contribuirán a satisfacer diversas necesidades individuales y actuarán como medio de integración social del adulto mayor.

La recreación, desde esta visión, resultan generadores de beneficios múltiples para las personas de la tercera edad, entre ellos podemos mencionar los siguientes:

- ✓ Potenciar la creatividad y la capacidad estética y artística
- ✓ Favorecer el mantenimiento de un funcionamiento psicomotriz adecuado
- ✓ Fomentar los contactos interpersonales y la integración social

- ✓ Mantener, en cierto nivel, las capacidades productivas
- ✓ Hacer frente a las disminuciones y limitaciones físicas
- ✓ Mantener equilibrio, flexibilidad y expresividad corporal
- ✓ Servir como medio de distensión y enfrentamiento activo al estrés y las tensiones propias de esta etapa de la vida
- ✓ Contribuir al mantenimiento del sentimiento de utilidad y autoestima personal
- ✓ Fomentar la creatividad y productividad en el uso del tiempo libre
- ✓ Mantener o desarrollar la capacidad del disfrute lúdico y la apertura hacia nuevos intereses y formas de actividades
- ✓ Fomentar la comunicación, la amistad y el establecimiento de relaciones interpersonales ricas y variadas
- ✓ Propiciar el bienestar y la satisfacción personal

Las modalidades de recreación que pueden ser instrumentadas, dejando siempre abierta la opción de libre elección, serían:

- ✓ Recreación artística y cultural
- ✓ Recreación deportiva
- ✓ Recreación pedagógica
- ✓ Recreación ambiental
- ✓ Recreación comunitaria
- ✓ Recreación terapéutica

Los tipos de recreación artística, cultural, deportiva y pedagógica tienen por finalidad principal el mantenimiento, desarrollo y recuperación de habilidades diversas; servir de estímulo de la creatividad y posibilitar experiencias que contribuyan al bienestar y autoestima de los participantes. Por otra parte, estas actividades propician el establecimiento de relaciones interpersonales y la integración social de los sujetos, con independencia de sus favorables efectos sobre la salud y el bienestar psicológico.

La recreación ambiental, además de propiciar el disfrute de las relaciones con el medio ambiente, propicia la identificación con este, y fomenta el desarrollo de una cultura sostenible y la motivación por su preservación.

Respecto a la variable productos turísticos exclusivos a nivel costero, como soporte teórico en la creación, estructuración y descripción de la propuesta (empresa) destinada a los adultos mayores incluimos los siguientes enfoques y elementos conceptuales:

i. Turismo: Definición y Factores Implicados

La palabra turismo viene del vocablo inglés *tour*, que significa viaje. El turismo ha sido definido de distintas maneras; la Organización Mundial del Turismo (OMT), lo define como: “la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria, no motivada por razones profesionales”. (2001:31). También ha sido definido como un fenómeno social, consistente en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada; esto genera múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. El turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. (OMT, 2001:31).

Podemos afirmar que el turismo es una actividad gobernada por la demanda, y lo es en mayor medida que otra actividad económica existente, ya que esto se lo debe a la decisión del consumidor final que siempre tiene como primera opción el salir de su hogar a distraerse, despejarse y disfrutar satisfactoriamente de un buen viaje o paseo familiar; o es así también que se dan viajes de negocio o empleo. Es necesario tomar en cuenta factores que en algún momento pueden impedir que estos viajes se desarrollen con normalidad, los cuales no deben ser descartados por las agencias de viajes: Económicos; Demográficos; Geográficos; Socio-culturales; Precios comparativos; Transporte y movilidad personal

Para poder brindar el buen servicio que necesita un cliente las agencias de viajes deben obtener todo tipo de información sobre los hoteles, tours, lugares, etc. que van ofertar a una o varias personas; esto quiere decir que se posee folletos, revistas, trípticos y más publicidad que ayudará al cliente a decidirse por lo que se le esté ofertando; puesto que es conveniente para alguien que está adquiriendo un producto ver cuáles son las condiciones en las que se le está entregando para así poder disfrutarlo a gusto.

j. Producto Turístico: Definición y Estructura

Se define al producto turístico como sistema de componentes tangibles e intangibles ensamblados capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfacen sus necesidades otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. La estructura de un producto turístico, siempre consumido en su destino, se compone de cuatro elementos básicos:

- ✓ Programa o Itinerario
- ✓ Alojamiento
- ✓ Alimentación
- ✓ Servicios adicionales

Cada uno por sí solo no constituye un producto turístico, solamente su combinación permite la creación de éste. Este concepto de producto se hace a partir de una mirada territorial Sin embargo, si el análisis se centra en los prestadores de servicios turísticos, encontramos la siguiente definición:

“Un producto es cualquier cosa que pueda ofrecerse a un mercado para atención, adquisición, uso o consumo que pueda satisfacer un deseo o necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas.” Kotler, Bowen, Makens.

k. Expectativas, niveles y ambiente del producto turístico

La satisfacción del cliente está en función del desempeño del producto y las expectativas asociadas a éste. Si el desempeño del producto es menor a las expectativas estaremos en presencia de un cliente insatisfecho, en el caso opuesto tendremos un cliente encantado. Un estado de neutralidad emocional surge cuando las expectativas se igualan al desempeño. Comprender este punto es fundamental, pues el comportamiento del cliente que surge luego de la adquisición del producto afecta el negocio de forma positiva o negativa. En el caso de un cliente insatisfecho su comportamiento posterior a la compra será: no volver a comprar y/o hablar mal del producto.

Las expectativas y la evaluación del desempeño del producto sólo se construyen en la mente del consumidor, en función de su perfil cognitivo, afectivo y social propio de su etapa de desarrollo; desde este punto de vista saber qué piensa y conocer el grado de satisfacción del cliente puede marcar la diferencia entre empresas exitosas y aquellas que no lo son. Superar las expectativas de los clientes es una acción relevante y permanente, no importando el tamaño o tipo de empresa.

El concepto de producto tiene diferentes niveles, los que guardan una manifiesta relación con los conceptos de expectativas y satisfacción.

Nivel 1.- Producto Genérico: Se trata de la función fundamental del producto que el comparador adquiere para satisfacer alguna necesidad.

Nivel 2.- Producto Esperado: Es el conjunto de atributos básicos que el comprador espera al adquirir el producto.

Nivel 3.- Producto Mejorado: En este caso se incluye beneficios adicionales que añaden valor al producto genérico y ayudando a diferenciarse de la competencia. Cabe señalar que el beneficio adicional debe ser percibido y valorado por el comprador.

El ambiente es un factor elemental al hablar de turismo y producto. De acuerdo con la Real Académica de la Lengua ambiente se define como condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, de un lugar". Tomando

esta definición este elemento puede ser determinante en la decisión de adquirir o no un producto. El ambiente es apreciado a través de los sentidos, distinguiéndose cuatro dimensiones: visual, auditiva, olfativa y táctil. El color, temperatura, aroma, frescura, sonido, volumen que acompañan y visten un producto condicionan la interacción y disposición del cliente con éste. En definitiva el ambiente, es un portador de cargas positivas o negativas asociadas al producto.

I. Modelo de Capas del Producto Turístico

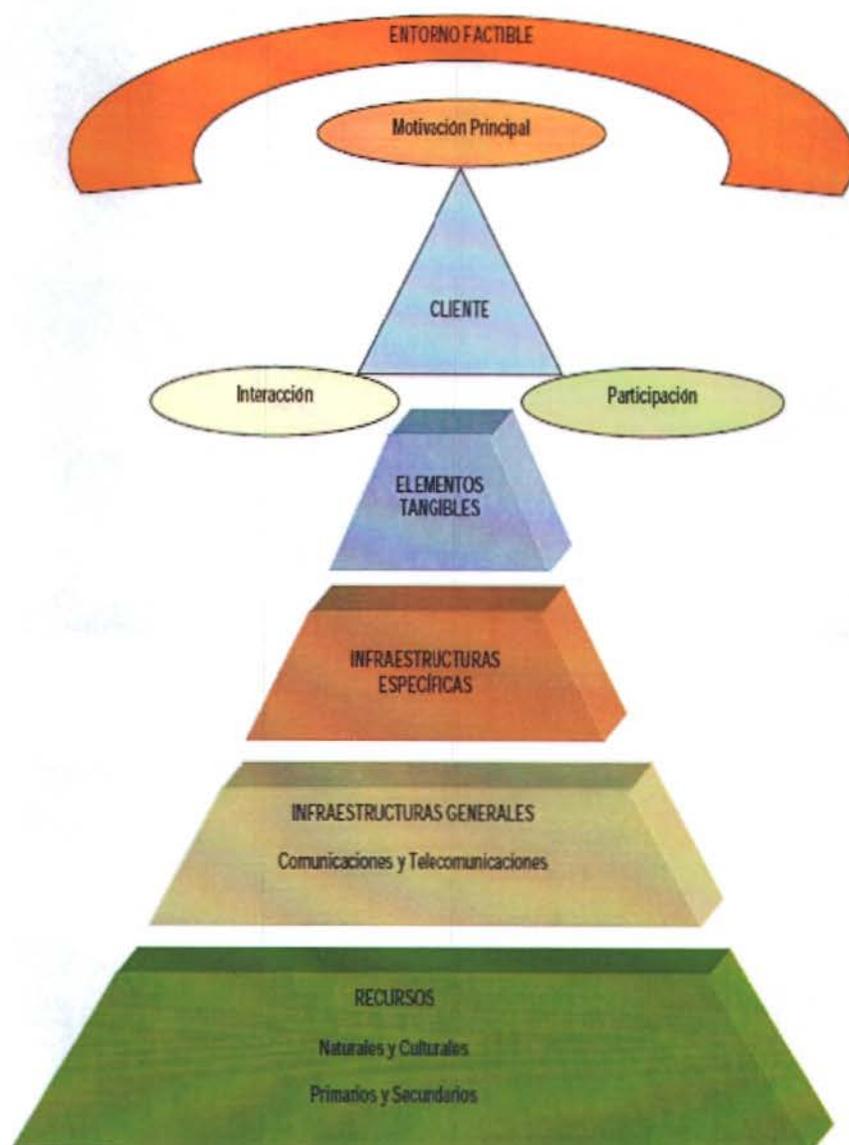


Gráfico N° k: http://www.welton.es/El_Producto_Turistico.pdf

En la búsqueda de un modelo que contribuya a una definición conceptual del producto turístico, se han tenido en cuenta las aportaciones de diversos autores, fundamentalmente Krippendorf (1971), Middleton y Clarke (2001) y Smith (1994), cuyos modelos presentan algunos de los elementos fundamentales para comprender la naturaleza de los productos turísticos.

En base a la revisión bibliográfica realizada, entendemos el producto turístico como una amalgama heterogénea de elementos articulados en torno a un actor principal, que es el turista, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades derivadas de unas expectativas creadas por la imagen de un destino determinado.

Para alcanzar este objetivo, el producto turístico ha de estar estructurado en una serie de niveles o capas, que den sustento de forma secuencial al conjunto del modelo. Así, nos encontramos con una capa principal, que son los recursos turísticos, sobre la que necesariamente se asientan las demás, y así sucesivamente hasta llegar a una capa final, en la que figura el cliente con las consideraciones pertinentes que afectan a su comportamiento como turista.

La estructura del modelo hace que las diferentes capas se determinen como necesarias para sustentar a la inmediatamente superior, de manera que el producto turístico pueda ser un hecho en función de que la totalidad de las capas estén presentes. Así, por ejemplo, no podríamos entender a las Islas Canarias como un destino turístico si no contasen, en primer lugar, con unos recursos naturales y culturales que ofrecer, y seguidamente unas infraestructuras aeroportuarias que permitiesen un desplazamiento masivo en un breve periodo de tiempo. Además, deberían contar con unas infraestructuras específicas que posibilitasen el alojamiento y acondicionamiento de los espacios para el ocio, descanso o disfrute del turista en sus más variadas manifestaciones, así como el equipamiento necesario adicional requerido para prestar el servicio, que se correspondería con los elementos tangibles.

Se establece una dinámica en torno a la figura central del modelo, el cliente, en relación con sus motivaciones, su interacción con otros elementos del destino y su grado de participación en la propia actividad turística. Finalmente, dando cobertura a la totalidad del sistema, se hace necesaria la existencia de un entorno

factible que asegure la existencia del producto turístico como tal, y que es el que permite, en última instancia, el desarrollo de la actividad turística. El entorno factible se articula alrededor de consideraciones de tipo jurídico, grado de accesibilidad, climatología, o nivel de seguridad, que hacen o no posible que el producto turístico responda a las necesidades de un consumidor potencial.

m. Sistema de Recursos para la Praxis Turística

En el libro blanco del turismo español, editado en 1990, se recoge que el sistema de recursos estará conformado por todo aquello que sirve de base para la práctica de las actividades turísticas, constituyendo el patrimonio turístico de un país. Sin ellos no sería posible la continuidad de la actividad turística o lo sería sólo parcialmente y en condiciones poco competitivas.

Siguiendo las líneas de esta definición, autores como Miguelsanz (1983) entienden como recurso turístico “todo elemento natural, toda actividad humana o todo producto de la actividad humana que pueda originar un desplazamiento desinteresado que tenga como móvil una curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual por parte del individuo”.

También Altés (1993) considera que “los recursos turísticos son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística; son aquellos atractivos que, en el contexto de un destino, pueden generar un interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita”.

Vemos pues, como diversos autores asocian el concepto de recurso turístico al de atracción turística, como desencadenante del interés inicial por visitar un destino determinado. En ocasiones, estos recursos actúan como auténticos iconos que identifican a un país o una región concreta; es el caso de las pirámides de Egipto, la Torre Eiffel de París, los carnavales de Río de Janeiro o las cataratas del Niágara. Observamos entonces que existe una gran variedad en la tipología de los recursos turísticos.

Algunos autores presentan otros modelos de clasificación de recursos en relación con la competitividad de los destinos turísticos. Crouch y Ritchie (1999)

se refieren, en su modelo conceptual, a los principales y atractivos, como el componente que incide en la motivación del turista para visitar un destino determinado, subdividiéndolos en seis categorías: fisiografía, cultura e historia, restricciones del mercado, actividades de ocio y recreativas, acontecimientos especiales y, finalmente, superestructuras turísticas. Frente al modelo anterior, Dwyer y Kim (2003) proponen un modelo integrado, que introduce los tres elementos siguientes: los recursos heredados, los recursos creados y los factores y recursos complementarios, que conformarían la base de la competitividad de un destino turístico.

La OEA estableció en 1978 una clasificación de los recursos turísticos en cinco apartados: los sitios naturales, los museos y las manifestaciones culturales históricas, el folklore, las realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas y los acontecimientos programados.

Los recursos pueden clasificarse en dos grandes grupos en función de su naturaleza: recursos naturales y recursos culturales.

Los recursos naturales están asociados a la propia morfología del planeta, suelen actuar como foco de atracción de un gran número de turistas en todo el mundo independientemente de su localización geográfica. Así, tenemos el caso de la sabana africana, con su enorme valor ecológico, la cordillera de los Alpes, con sus imponentes macizos montañosos o el Caribe con sus paradisíacas playas de cálidas aguas y fina arena blanca. Tradicionalmente, los recursos naturales asociados al agua han sido los más atractivos para el desarrollo de la actividad turística; sin embargo, existe un creciente interés por otros recursos de interior con un gran valor paisajístico o una riqueza notable en su flora o fauna.

Los recursos culturales, son los generados por la intervención directa del hombre en todas sus manifestaciones, ya sea religiosas, artísticas, arquitectónicas, gastronómicas, deportivas o sociales en general, constituyen el otro gran polo básico de atracción inicial para el turista. Se incluyen entre los recursos culturales los museos, los edificios históricos, los enclaves arqueológicos, las grandes obras arquitectónicas y, en un sentido más amplio, las ciudades, las manifestaciones artísticas y sociales o los grandes eventos. Así, podemos considerar como recursos

culturales las ruinas de Pompeya, la basílica de San Pedro en el Vaticano, una Exposición Universal, los Juegos Olímpicos, el Museo del Louvre, las noches ibicencas o la ciudad de Nueva York.

En ocasiones, cuando varios de estos recursos se localizan en una misma área geográfica contribuyen a reforzar el atractivo de un destino, ya sea local, regional o nacional, de manera que incrementa la posibilidad de visita de los turistas debido al efecto de retroalimentación que se produce entre ellos. Es el caso de grandes ciudades como Roma, París, Londres o Nueva Cork, que por si solas y debido al gran número de recursos de diversa naturaleza que atesoran, se han convertido en grandes focos de atracción turística.

n. Infraestructuras Generales del Producto Turístico

Las infraestructuras generales son aquellas que permiten el desarrollo de la actividad turística en dos vertientes; por un lado, la accesibilidad al área geográfica donde se ubica el recurso turístico; y por el otro, el acceso a los sistemas de información básicos que permiten desarrollar el turismo como actividad económica.

En relación con las comunicaciones, las principales infraestructuras generales serían los aeropuertos, las vías de ferrocarril y las carreteras, además de todas las instalaciones que les sirven de soporte para que puedan mantenerse operativas. La mayor parte de estas infraestructuras han de estar suficientemente dimensionadas como para poder albergar al gran número de personas que se desplazan por motivos turísticos. Estos desplazamientos, como hemos visto con anterioridad, se realizan en épocas muy concretas, en las que se alcanza un grado de ocupación muy superior al del resto del año. Por este motivo, muchas de estas infraestructuras han de estar sobredimensionadas respecto a sus requerimientos funcionales habituales.

Este elemento puede favorecer o limitar el desarrollo de un destino turístico, e incluso descartarlo como tal cuando las infraestructuras presentan deficiencias importantes o simplemente no existen. Es el caso de muchos países

subdesarrollados, que aún disponiendo de unos recursos con extraordinarios atractivos, que podrían ser la base de una potencial industria turística, no disponen de las infraestructuras generales adecuada para garantizar la llegada de consumidores de los mercados emisores.

ñ. Infraestructuras Específicas del Producto Turístico

Otro aspecto relevante en relación con la composición del producto turístico es la existencia y adecuación de unas infraestructuras específicas que permitan el desarrollo de la actividad turística.

Entre este tipo de infraestructuras se encuentran aquellas cuya razón de ser es su dedicación a la actividad turística y que fuera de ese cometido no tendrían razón de ser. Así, un hotel no tendría sentido si las personas no se desplazaran por uno u otro motivo a diferentes lugares distintos de los de su residencia habitual, puesto que la mayoría de las personas disponen en sus lugares de origen de una residencia y quien no puede costearla tampoco podría hacerlo con un hotel.

Muchas de estas infraestructuras refuerzan y contribuyen a despertar la motivación de los turistas, puesto que sus características específicas pueden hacerlas especialmente atractivas para un cliente que busque ciertos aspectos diferenciadores entre el conjunto de la oferta disponible.

Entre las infraestructuras específicas, el alojamiento destaca por resultar fundamental en los desplazamientos turísticos de más de un día de duración, es decir a la hora de dar servicio a aquellos que no son visitantes. Las infraestructuras de alojamiento turístico necesitan gozar en su conjunto de un notable grado de flexibilidad que permita adecuar la oferta a las diferentes características de la demanda, cubriendo de esta manera las necesidades de un público heterogéneo. En definitiva, el alojamiento desempeña un papel fundamental, pero a la vez muy específico como parte de un producto turístico de mayores dimensiones (Cooper et al, 2007).

Desde el punto de vista de la demanda, también hay que tener cuenta que el coste que representa el alojamiento en el total de gasto en un producto turístico es

verdaderamente significativo, situándose alrededor del 33%. Este coste varía considerablemente en función de la localización del destino, la naturaleza del establecimiento o la organización del propio viaje.

Además de los diversos tipos de alojamientos, como hoteles, hostales, casas rurales, campings, etc., existen otras cuya finalidad exclusiva es dar servicio a los turistas que acuden a un lugar determinado. Es el caso de los lugares de ocio, compras, restauración o esparcimiento generalmente asociados a un destino turístico y que contribuyen a complementar la oferta turística.

o. Elementos Tangibles del Producto Turístico

Aunque el turismo es fundamentalmente un servicio, su prestación lleva aparejada la existencia de elementos tangibles que contribuyen a alterar la percepción del cliente sobre lo que está consumiendo. Estos elementos tangibles son los que más cerca están del cliente a lo largo de su experiencia turística, y, en ocasiones, determinan el grado de satisfacción final de la misma.

La decoración y mobiliario de un establecimiento hotelero, la tapicería y comodidad de los asientos de un avión, la calidad de la comida de un restaurante o el equipamiento de una embarcación de recreo son elementos tangibles que pueden ser considerados por el cliente de forma razonablemente objetiva. Además, se prestan especialmente a ser comparados con otros similares ofrecidos en otros destinos, establecimientos o infraestructuras, de manera que pueden resultar decisivos a la hora de que el cliente emita una valoración sobre el producto turístico consumido.

En ocasiones, una comida en mal estado, un mobiliario defectuoso o una decoración pasada de moda pueden hacer reconsiderar al cliente la posible repetición de la compra, comprometiendo de esta manera seriamente la fidelidad a un producto turístico, aun cuando el resto de componentes del mismo hayan estado a la altura de las circunstancias exigidas por el cliente.

Los elementos tangibles precisan de un soporte material más amplio donde ubicarse, que son las infraestructuras específicas, y éstas, a su vez, de unas

infraestructuras generales que les permitan ser operativas como infraestructuras específicamente turísticas. Todos los elementos, finalmente, se asientan sobre una base fundamental que es la existencia de uno o varios recursos que dan sentido inicial al producto turístico.

p. El Cliente en el Modelo de Capas del Producto Turístico

Situado encima de esta estructura de capas del modelo de producto turístico se encuentra el cliente, destinatario último del servicio y elemento activo y fundamental del propio producto turístico.

Una de las características del turismo es que, al igual que en muchos de los servicios, el cliente participa en la producción del propio servicio. En el caso del turismo, esta participación contribuye decisivamente en la valoración final de la experiencia turística del cliente. El cliente también interactúa con diversos elementos vinculados al producto turístico, como son el medio, otros turistas, los proveedores y la población local, que influyen en el desarrollo de la experiencia turística.

q. Motivación y Adquisición del Producto Turístico

Un elemento básico para que el cliente decida adquirir un producto turístico es la motivación, entendida un factor dinamizador que desencadena el proceso de toma de decisiones ante una posible compra.

Las diferentes actividades que puede llevar a cabo un turista podemos clasificarlas en cuatro grandes grupos: físicas, lúdicas, culturales y recreativas.

Las actividades físicas implican el ejercitar el cuerpo de muy diversas formas. Una de ellas el deporte en sus más variadas manifestaciones, ya sea mediante competiciones, o a través de actividades más livianas como el senderismo o el excursionismo.

Las actividades lúdicas se relacionan con la participación en celebraciones, festividades o espectáculos diversos, como fiestas, asistencia a discotecas, etc.

Las actividades culturales se encuentran asociadas a las visitas a museos, monumentos, ciudades, edificios singulares o la asistencia a determinado tipo de eventos que por su naturaleza estén relacionados con algún tipo de manifestación artística.

Finalmente, las actividades recreativas son realizadas por el turista para procurarse esparcimiento o entretenimiento, y su tipología abarca un amplio catálogo, desde tomar el sol, hasta ir a un casino o relajarse en un spa.

r. Características del Adulto Mayor y Producto Turístico

Los adultos mayores es uno de los segmentos de mayor crecimiento. Es el que dispone de mayor Tiempo Libre (unos 20 años luego de su retiro de la etapa laboral). Puede vacacionar en temporada baja, por lo cual es rentable en épocas de baja rentabilidad para la oferta al no tener estacionalidad. Sus estancias suelen ser más prolongadas, son repetitivos, si obtuvieron calidad, son más fáciles de fidelizar.

El Arq. Barroso dice que Tercera Edad es una palabra joven. Analiza su problemática en términos de 'etapa laboral activa' entrecruza dos variables: edad - actividad. Esto varía en las distintas profesiones y del varón a la mujer. Sabemos que el turismo descansa sobre dos pilares: disposición de Tiempo Libre, capacidad de ahorro. Y agregaría yo: del deseo de disponer de Tiempo Libre y de dinero para dedicar al turismo.

La Tercera Edad cumple con el primer requisito: puede salir de vacaciones cuando quiere, por lo cual se torna rentable en épocas de temporada baja. Pero la capacidad de ahorro de las personas no productivas es menor. Y es menor por tanto, su capacidad de gasto. Entonces cabe preguntarse ¿cuál es la capacidad de comprar turismo en las personas mayores? ¿Son ellos los que compran?

La Tercera Edad supone más gastos en salud, más preocupaciones por el tema, más temores asociados. Entonces debo pensar ¿quién compra y para quién? En la tercera edad, ¿alguien se apropia de la voluntad de decidir? Quien decide sobre los distintos aspectos del viaje y sobre su realización? Si el anciano percibe

menos ingresos, se supone efectúa gastos inherentes a cubrir las necesidades básicas, por lo cual en el punto del ahorro el mismo disminuye. El turista se ha perfilado como una persona deseosa de conocer zonas naturales, buscando actividades fuera de lo común que lo mantenga en buena condición física y brinde nuevas experiencias intelectuales y espirituales.

El adulto mayor desea conservar o mantener su vitalidad; busca agrandar su círculo de relaciones y amistades; desea aprovechar el tiempo libre para realizar los sueños de viaje y descubrimientos que la vida de trabajo no le permitió alcanzar.

El turismo de la tercera edad no debe confundirse con un turismo de reposo por el contrario es un turismo activo, que debe contribuir a la activación de las personas y no al mantenimiento de una pasividad donde las iniciativas correspondan solamente a otros. Si es importante tener en cuenta que el ritmo de las excursiones no debe ser muy cansador.

El turismo activo a diferencia de otros segmentos no tiene como elemento social el sol. Lo que domina es la necesidad de novedad, de descubrimiento y de confort.

s. Atractivos Turísticos de la Región Costa y/o Litoral.

Los Ríos

Los Ríos es el hogar del montubio, de las canoas y de los balnearios de agua dulce. Es la tierra donde cada pueblo que se dedica a la agricultura. Los campos cultivados, las haciendas, los ríos, las costumbres montubias, son atractivos indudables para el visitante. Existen sitios ideales para la caza y la pesca.

El Oro

El Oro es una tierra de contrastes que promete playas en un extenso archipiélago y remansos de agua dulce. Un viaje para no olvidar, además es cálida como su gente.

El Altiplano de El Oro aún espera ser descubierto. Allí todavía se muestran las huellas de una tierra que vivió de la explotación minera y se hallan los misteriosos petroglifos. Al este de El Oro aparece Zaruma un Patrimonio Cultural, convertido en un gran mirador de la región.

Es una de las más privilegiadas por sus atractivos turísticos y lugares de interés, la gran variedad de climas y zonas geográficas permite la heterogeneidad de su terreno y la diversidad de flora y fauna.

Manabí

En medio de la Costa Ecuatoriana se encuentra la Provincia de Manabí, tierra de encanto, llena de pasión y belleza. Sus hermosas playas, infraestructura hotelera e inmobiliaria no solo son el imán de los turistas nacionales, también son de los extranjeros que llegan en importantes buques cruceros. Su fama viene por la amabilidad de su gente.

En Manabí es posible hacer turismo de aventura, deportivo, de naturaleza, gastronómico, arqueológico, ecológico, artesanal, de diversión, descanso, religioso, de eventos y convenciones, cultural o de sol y playa.

Otro atractivo es la riqueza y los exóticos platos de la cocina manabita. Los dulces de Rocafuerte son el sello que distingue a una gastronomía popular que se muestra en los alfajores, huevos moyos y bizcochuelos.

La Provincia de Manabí es, por su tradición, una zona rica en artesanías cuyas bondades son conocidas, fuera de nuestras fronteras. Sus tradiciones se mantienen como premisa fundamental la cortesía y hospitalidad como parte inherente de la forma de ser del manabita, lo que marca un estilo de vida propio.

Esmeraldas

Esmeraldas también llamada “Provincia Verde”. Este sitio fue el asentamiento de muchas culturas prehispánicas como la Tolita y Lagarto Norte. Una de las mayores fuentes de riqueza es el turismo ya que la provincia posee

numerosas y hermosas playas, manglares y esteros con maravillosos paisajes naturales.

Las playas más visitadas por turistas nacionales y extranjeros son: Atacames, Súa, Same, Tonsupa, Esmeraldas, Muisne y Cojimíes y otras. Cada recodo de los ríos esconde cascadas, árboles centenarios, aves entre otros.

En la provincia existen dos terminales portuarios muy importantes, en Esmeraldas está el de comercio internacional y en Balao el de exportación petrolera.

Santo Domingo de los Tsáchilas

Santo Domingo de los Tsáchilas la 24 provincia de Ecuador, muy joven en su creación lo atractivo de la nueva provincia es su paisaje y naturaleza. Entre sus atractivos importantes están los bosques protectores como: La Perla, Delta, La Indiana, Río Lelia y Tanti. Cuenta con un alto y maravilloso mirador El Bombolí.

Cuenta con un comercio muy alto ya que se ha convertido en un puerto terrestre de intercambio entre Sierra y Costa. Lo más atractivo y llamativo son sus deliciosas frutas.

Santa Elena

Santa Elena es una provincia de la costa de Ecuador, la más joven de las 24 actuales, con territorios que anterior a esa fecha formaban parte de la provincia del Guayas. En esta provincia se encuentra una gran infraestructura hotelera, una refinería de petróleo, aeropuerto y puerto marítimo.

Cuenta con una infraestructura vacacional y una rica variedad de atractivos turísticos arqueológicos, históricos, naturales, culturales, extensas playas y pintorescos pueblos de pescadores.

En su territorio existen estratégicas bases militares de las tres ramas de las Fuerzas Armadas que preservan y protegen la heredad nacional. Dueña de un

amplio territorio continental y marítimo con ingentes recursos naturales como petróleo, gas y pesca.

Guayas

Guayas se caracteriza por la diversidad geográfica y cultural que se pinta junto al mar. Las playas muestran su propio contraste permitiendo admirar sus atardeceres frente al mar, las tradiciones de la cultura Valdivia y los huancavilcas aún palpitan.

El hombre costeño del campo es abierto, alegre, y conocido como montubio porque está muy apegado a las actividades agropecuarias. La provincia del Guayas es la más poblada del Ecuador.

2.3. MARCO LEGAL

El presente trabajo investigativo direccionado al mejoramiento de la actividad turística mediante la propuesta de productos exclusivos que beneficien a los adultos mayores, tiene los suficientes testimonios de pertinencia y factibilidad legal reflejados en instrumentos normativos vigentes a nivel mundial, latinoamericano y particularmente de nuestro país. Para los propósitos de sustentación, desde una perspectiva lógica se incluyen y resaltan disposiciones y atribuciones más relevantes:

La Carta de Turismo difundida por la Organización Mundial de Turismo (OMT), en su Artículo III, enuncia las necesidades de estimular la adopción de medidas que permitan la participación de todos en el turismo nacional e internacional, concediendo una atención especial a los jóvenes, personas de la tercera edad y minusválidos.

La Constitución de la República del Ecuador establece relevantes pautas normativas orientadoras de la gestión y comportamiento de los talentos humanos generadores de inclusión; solidaridad y servicio en misión y visión personal-social de los ciudadanos ecuatorianos; resaltamos las siguientes:

En sentido general, el Preámbulo señala nosotras y nosotros, el pueblo soberano del Ecuador, con un profundo compromiso con el presente y futuro decidimos constituir "Una nueva forma de convivencia ciudadana, en la diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen vivir, el Sumak Kawsay". Sumak significa lo ideal, lo hermoso, lo bueno, la realización y Kawsay, significa la vida en referencia a una vida digna, en armonía, con equilibrio entre el universo y el ser humano; entendido este último como la comunidad, la familia, el individuo. Consideramos que este Preámbulo es una relevante pauta de reflexión y compromiso para todas las actividades y servicios humanos; en particular, el turismo y los productos que se implementan en el contexto nacional y local, creemos que deben acoger y enmarcarse en él, en perspectiva de generar procesos y experiencias turísticas inclusivas destinados a adultos mayores para plasmar en la praxis el Sumak Kawsay.

La Sección Primera de la Constitución de la República, referente a adultas y adultos mayores, a través de articulados garantiza los derechos que debemos acatar todos los ecuatorianos al ofrecer nuestros contingentes de servicios a los adultos mayores, destacamos los artículos 36, 37, 38 y 383.

Art 35.- Las personas adultas mayores, niños, niñas y adolescentes, mayores embarazadas, personas con discapacidad recibirán atención prioritario y especializada en los ámbitos público y privado.

Art 36.- Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria especializada en los ámbitos públicos y privados, en especial en los campos de la inclusión social, económica y protección contra la violencia. Se considera personas adultos mayores aquellas personas que hayan cumplido los 65 años de edad.

Art 37.- El Estado garantiza a las personas adultos mayores los siguientes derechos:

1. La atención gratuita y especializada de salud, así como el acceso gratuito a las medicinas.
2. Rebajas en los servicios públicos y privados de transporte y espectáculos.

Art 38.- El Estado establecerá políticas públicas y programas de atención a las personas adultas mayores, que tendrán en cuenta las diferencias específicas entre áreas rurales y urbanas y las inequidades de género, la etnia, la cultura y las diferencias propias de la persona, comunidades, pueblos y nacionalidades; así mismo, fomentará el mayor grado posible de autonomía personal y participación en la definición y ejecución de estas políticas.

En particular el Estado tomará medidas de:

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

Art 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para el disfrute y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Finalmente, se incluyen como sustentos normativos del proyecto, las disposiciones de la *Ley de Turismo (Capítulo II Agencias de Viajes)* en vigencia, relacionadas a la organización y funcionamiento de las Agencias de Viajes, artículos 82, 83, 86, 87 y 88.

Art. 82.- Agencias de Viajes Operadoras.- Son Agencias de Viajes Operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio, para ser vendidos al interior o fuera del país.

Art. 83.- Exigencias para los Locales.- Los locales que se destinen al funcionamiento de Agencias de Viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad económica. Tendrán una superficie mínima de unos 30 metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax y una batería de servicios higiénicos, cuando menos.

Art 86.- Desistimiento de los Servicios.- En todo momento el cliente puede desistir de los servicios solicitados o contratados teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiera abonado, tanto si se tratara del precio total como de los depósitos que se hubiere pactado y hecho efectivos, pero deberá reconocer a las agencias de viajes los montos reglamentarios.

Art.87.- Prestación de la Totalidad de los Servicios.- Las Agencias de Viajes están obligadas de facilitar a sus clientes la totalidad de sus servicios contratados, dentro de las condiciones y características estipuladas. Sólo la fuerza mayor la eximirá de esta obligación.

Art 88.- Sustitución de Servicios.- Las Agencias de Viajes brindarán siempre a sus clientes la posibilidad de optar por el reembolso de lo no utilizado o por la sustitución con otros servicios de similares características. Si por esta sustitución el servicio resultare de inferior categoría, la agencia deberá reembolsar la diferencia.

2.4. RESULTADOS ESPERADOS CON EL PROYECTO

- ✓ Establecer el perfil de las características de las ofertas turísticas vigentes de empresas locales encuestadas (limitaciones, fortalezas, oportunidades y amenazas) en relación a productos turísticos genéricos y las proyecciones de apertura a productos turísticos exclusivos para el adulto mayor.
- ✓ Exponer las valoraciones cuantitativas del estudio sistematizado de las posibilidades de sectores de recreación y servicios que ofrecen los lugares y poblaciones de la zona costera (Ruta Spondylus) y destinos rurales y comunitarios en relación a necesidades de productos turísticos exclusivos del adulto mayor.
- ✓ Estructurar, sustentar y socializar una propuesta alternativa de productos turísticos exclusivos para el adulto mayor, considerando las posibilidades y bondades de recreación turística-ambiental, cultural-deportiva de la zona costera.

- ✓ Involucramiento de los investigadores en el proceso de gestión de productos turísticos exclusivos para el adulto mayor.

2.5. OPORTUNIDAD

La actividad turística se ha convertido en unos de los motores de la economía del país, ocupando el cuarto lugar en el ingreso de divisas, gracias a la megabiodiversidad que se expresa en la variedad de atractivos culturales y naturales. A más de esto, el Ecuador ofrece algo que muy pocos países tienen, su diversidad cultural, su variedad de lenguas y la hospitalidad de su gente, en un territorio tan pequeño que es imposible no notar esta gran diversidad. Esto es lo que nos permite crear productos turísticos como paquetes, tour y excursión de primera calidad en la costa ecuatoriana direccionados especialmente al adulto mayor, teniendo así una magnífica acogida en el mercado nacional e internacional.

Si bien es cierto, el Gobierno Nacional realizó un plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible hacia el 2020 “PLANDETUR 2020”; teniendo como objetivo cuidar los recursos naturales, perseverar la riqueza histórico-cultural y proteger las comunidades. El análisis apriori de todas estas variables que el gobierno está realizando, permite verificar que la industria de turismo esta en un constante crecimiento, esto permitirá a la operadora turísticas para adultos mayores expandirse en un futuro a otras regiones del Ecuador y ofrecer más variedad de productos turísticos como paquetes, tours y excursiones.

Cabe destacar, el turismo para adulto mayor es un mercado grande gracias a la demanda de entradas internacionales y el control de desplazamientos del territorio ecuatoriano, la cual generará una alta rentabilidad al momento de crear productos turísticos exclusivos para este segmento, a través de una operadora turística especializada.

El análisis de todas estas oportunidades nos da una gran apertura para crear con motivos exigibles una operadora turística para adultos mayores a nivel costero; ofreciendo paquetes, tours y excursiones que satisfagan a los adultos mayores porque disponen de mayor tiempo libre, se mueven durante todo el año con estancias más prolongadas y pueden visitar un mismo destino varias ocasiones.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de la investigación en perspectiva de generar la propuesta alternativa de gestión de un producto turístico exclusivo que responda a la naturaleza del problema, sus alcances, fundamentación teórica y objetivos, implica asumir la operacionalización sistematizada del correspondiente diseño metodológico. Consecuentes con la concepción de la realidad social-natural desde la óptica positivista, para la praxis del trabajo científico, se adoptó como telón de fondo el paradigma de investigación cuantitativa, dada su apertura a parcializar la realidad, el estudio descriptivo de campo y bibliográfico, el muestreo de los sujetos de estudio, la facilitación del análisis de factores, dimensiones, características e indicadores de las variables inmersas en el problema, la utilización de números y procesos estadísticos, técnicas e instrumentos de indagación; y, la posibilidad de proyección de los resultados a estudios extensivos o generalizables a la población de adultos mayores de Guayaquil.

El diseño metodológico implementado y asumido responde a los siguientes parámetros: tipo de investigación, población y muestra, variables, técnicas de recolección de datos, trabajo bibliográfico y de campo.

3.1.1. Tipo de Investigación Aplicada

- ✓ Por los objetivos, porque está encaminada a resolver la falta de productos turísticos exclusivos de los adultos mayores.
- ✓ Por el lugar, un estudio de campo que se da en el contexto natural y social de Guayaquil y nivel costero, permitiendo tomar decisiones en función del conocimiento del hecho, la comparación con la base teórica de otras experiencias turísticas destinadas a los adultos mayores, para plantear la alternativa de solución a tono con la realidad ecuatoriana.

- ✓ Por el alcance, una investigación descriptiva implementada para entender el efecto de insumos promocionales en el consumidor, porque los estudios bibliográficos y de campo, a través de lectura reflexiva-crítica, observaciones y encuestas estructuradas, están dirigidos a determinar ¿Cómo es? , ¿Cómo esta?, la situación de ofertas de productos turísticos exclusivos en el sector costero que incluyan a la población de adultos mayores; una investigación descriptiva cuantitativa-lineal que permite definir, delimitar y saber numérica y estadísticamente la frecuencia de las debilidades y fortalezas del problema de investigación en la realidad imperante, como resultado del ordenamiento de observaciones de hechos, anotación de valoraciones sobre características, factores, actividades y situaciones medibles, de las variables inmersas con criterio aleatorio y probabilístico.
- ✓ Por la factibilidad, una investigación de proyecto factible porque la sustentación de resultados cuantitativos apreciaciones cualitativas (conclusiones y recomendaciones) derivados del análisis y discusión sistemáticos, comprometen la creación, el diseño, ejecución, evaluación de un modelo práctico o propuesta alternativa de producto turístico exclusivo, que se incorpora en este trabajo teórico-práctico previo a la graduación profesional.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

D' Onofre (1977) al referirse a la población o universo de un proceso investigativo, la define como "el conjunto agregado del número de elementos con caracteres comunes, en un espacio y tiempo determinados sobre los cuales se puede hacer observaciones". En sintonía con esta definición, la población delimitada en la investigación incluye a los adultos mayores con sus peculiaridades biológicas, psicológicas, sociológicas y culturales que viven en la ciudad de Guayaquil y/o que la visitan permanentemente por sus afinidades familiares y de amistad; una población amplia e infinita que no se conoce con

exactitud el número de sujetos hombres y mujeres que la conforman, que para los propósitos investigativos necesitó determinar el tamaño y representación de una muestra empleando el método de muestreo probabilístico sustentado en el principio de equiprobabilidad y el criterio de que todos y cada uno de los sujetos de la población adultos mayores tienen la misma probabilidad de formar parte de la muestra; y, un muestreo aleatorio estratificado, porque se trabajó con un estrato diferenciado y proporcional de la población, asumiendo características de edad, condición psicosomática, económica, nivel de instrucción y lugar.

Muestra

En sintonía con los propósitos de la investigación cuantitativa y técnica de muestreo probabilístico (aleatorio) asumidas en este trabajo, en la que cada representante de las “operadoras turísticas” y cada adulto mayor, respectivamente, tiene una probabilidad igual o una probabilidad cuantificable de ser seleccionado, mediante muestreo al azar se tomó, en primer lugar, de la población operadoras turísticas una muestra representativa de doce empresas; en segundo lugar, de la población adultos mayores de Guayaquil una muestra representativa de trescientos participantes (hombres y mujeres), que facilitó el trabajo numérico-estadístico, la confiabilidad, el análisis y discusión de resultados para asegurar la validez externa de la investigación asociada a la generalización y representatividad de los logros previstos, al poder extender los resultados particulares obtenidos en el procesamiento numérico y estadístico de la muestra a otros sujetos y situaciones inmersas en la población; una validez externa y ecológica por la posibilidad de generalizar a una situación natural (contexto, población adultos mayores) los resultados obtenidos en la situación artificial de la muestra adoptada.

En la muestra representativa de doce operadoras turísticas fueron consideradas aquellas que tienen su sede en la ciudad de Guayaquil que tienen buena demanda de los clientes; en la muestra representativa de trescientas personas de la tercera edad, se incluyeron adultos mayores de la Escuela de la Tercera Edad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, adultos mayores jubilados que

socializan diariamente en los centros comerciales; adultos mayores turistas nacionales de tránsito en el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo, Iglesia San Gabriel (Ciudadela Kennedy) y Catedral; turistas internacionales que transitan en el Parque Seminario, Malecón Simón Bolívar, Cerro Santa Ana, Salinas y Montañita; y otros adultos mayores que fueron encuestados en sus correspondientes hogares.

3.3. VARIABLES INMERSAS

El análisis del problema planteado y los objetivos previstos para el proceso investigativo, resaltan la presencia de dos variables inmersas en relación e incidencia dinámica para concretar el diseño, ejecución y evaluación de la propuesta o proyecto factible, que contribuya al redimensionamiento de ofertas turísticas locales y nacionales considerando las necesidades poblaciones específicas.

Desde la perspectiva de variable independiente la investigación considera la incidencia e importancia relevante de creación e implementación de productos turísticos exclusivos a nivel costero destinados a ciudadanos y ciudadanas de la tercera edad; variable que implica la puesta en marcha de procesos investigativos cuantitativos bibliográficos y de campo que permitan describir científicamente las bondades y beneficios de sistemas turísticos innovadores y exitosos vigentes, en otros países de Europa y América latina, que a no dudarlo, dadas las oportunidades brinda la belleza natural, los lugares históricos, sitios de recreación y hospedaje y excelentes carreteras de la costa ecuatoriana, tienen la posibilidad de ser implementados con iniciativa y creatividad.

Los adultos mayores que viven y visitan permanentemente, constituyen la variable dependiente del proceso investigativo, porque son los beneficiarios de la creación de productos turísticos exclusivos (independiente). El proceso de investigación sistematizada cuantitativa-descriptiva involucró y comprometió el estudio bibliográfico de las características personológicas de los adultos mayores en los ámbitos cognitivo, afectivo, social, sus formas de pensar, sentir, actuar frente a la vida, personal y de comunicación; y, a través de las encuestas, conocer

de sus gustos, actividades, expectativas y decisiones respecto a posibles experiencias turísticas.

Dada la relación e incidencia de las dos variables previstas, desde el análisis numérico y estadístico de los resultados y la determinación de conclusiones y recomendaciones, con criterio y rigor científico, se concretó el diseño de la propuesta o Proyecto de la Empresa expuesto en el Capítulo IV de este trabajo investigativo de graduación.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para concretar en la praxis el proceso investigativo se emplearon medios e instrumentos de carácter formal para el registro de datos y observaciones, que permitieron verificar, estudiar y analizar las dimensiones inmersas en las variables del problema, dando mayor objetividad en el conocimiento de la realidad de productos turísticos ofertado por empresas locales, los niveles de direccionamiento e involucramiento de los adultos mayores, desde su peculiaridad caracterización biológica, psicosomática, y social, etc.

Como técnicas primarias: En el trabajo de campo se empleó la observación (no estructurada), la fotografía de personas, lugares y sitios de recreación y hospedaje del sector costero; encuestas descriptivas dirigidas a empresas turísticas de Guayaquil, con cuestionarios cerrados debidamente estructurados que permitieron recopilar datos provenientes de la muestra representativa de adultos mayores frente a la problemática planteada, con validez, confiabilidad y funcionalidad.

Como técnicas secundarias, para la investigación bibliográfica del marco referencial, marco teórico y legal, se utilizó la lectura científica interpretativa y crítica, análisis del contenido, elaboración de resúmenes y síntesis. Como instrumentos de trabajo, se llevó un diario de experiencias vividas y hechos observados, cuaderno de notas para escribir sobre el terreno información, datos, referencias, testimonios, cámara fotográfica y grabadora.

3.5. RESULTADOS: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La tarea investigativa de campo reforzada por el estudio bibliográfico, prevista en el diseño, a través de los procedimientos e instrumentos sistemáticos (encuestas) aplicados a muestras representativas de empresarios y adultos mayores, para reunir datos verídicas dentro del límite de las variables inmersas, han permitido sustentar indicadores confiables y verificables sobre la necesidad de implementación de productos turísticos exclusivos que beneficien a los adultos mayores mediante el diseño de una propuesta o proyecto concreto asumido por el equipo investigador.

Habiendo recopilado todas las encuestas, efectuado su ordenamiento, estudio y procesamiento sistemático, ponderación porcentual e interpretación cuantitativa; se exponen en forma articulada y secuencial los resultados de cada ítem consultado y la apreciación cualitativa; resultados que constituyen la base para derivar la redacción de conclusiones y recomendaciones en perspectiva de sustentar el diseño del proyecto de organización de una Empresa Turística con exclusividad de productos turísticos para adultos mayores.

a. Resultados de las encuestas: Operadoras Turísticas de Guayaquil

1. ¿Qué importancia tiene el adulto mayor para la operadora?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Media	9	75,00%
Alta	3	25,00%
Baja	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 1 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

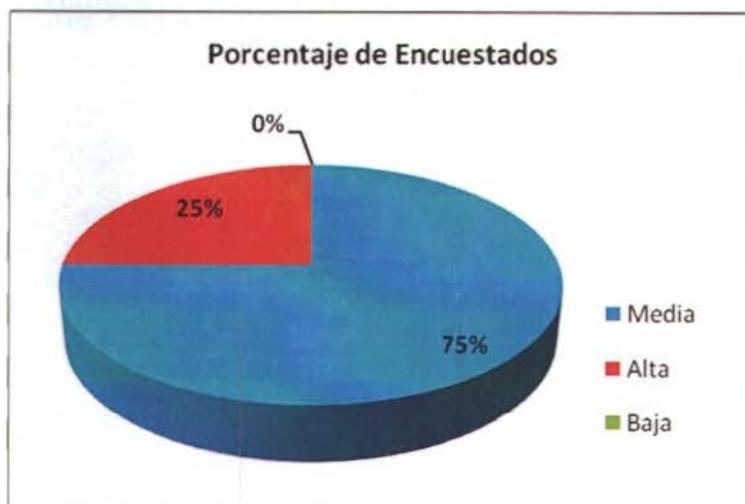


Gráfico N° 1 Autores: Investigadores

Análisis

Para las operadoras turísticas encuestadas, la importancia que tiene la población adultos mayores en sus ofertas se manifiesta con más amplitud en la variable media en un 75%; y la apreciación alta en un 25.

Razones Relevantes

- ✓ Los clientes en general, sean adolescentes, adultos, adultos mayores tienen la misma importancia, apertura e igual atención de las operadoras turísticas, no hay diferencias.

2. ¿Con qué frecuencia el adulto mayor compra un producto turístico?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frecuente	7	58,00%
Poco frecuente	5	42,00%
Muy frecuente	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 2 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

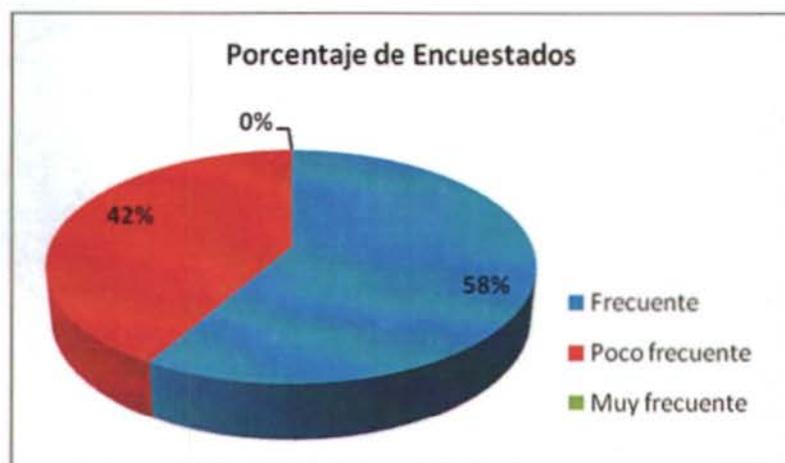


Gráfico N° 2 Autores: Investigadores

Análisis

Las operadoras turísticas de Guayaquil señalan que el adulto mayor compra un producto turístico frecuente 58% y poco frecuente 5%.

Razones Relevantes

- ✓ Falta de promoción turística enfocada especialmente al adulto mayor.

3. ¿Qué productos turísticos prefiere el adulto mayor?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paquetes Turísticos	8	67,00%
Tours	4	33,00%
Excursiones	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 3 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

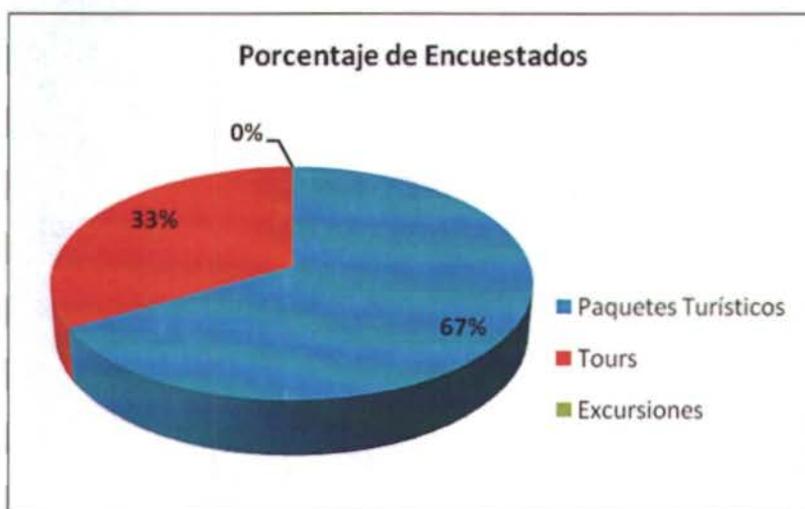


Gráfico N° 3 Autores: Investigadores

Análisis

Los representantes de las operadoras encuestadas contestan que el adulto mayor manifiesta las siguientes preferencias sobre productos turísticos: paquetes turísticos en un 67% y tours en un 33%.

Razones Relevantes

- ✓ Disponibilidad de tiempo para viajar.
- ✓ El adulto mayor busca viajar fuera de su residencia habitual por los menos tres días.

4. ¿A qué regiones del Ecuador opta por viajar el adulto mayor?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Galápagos	8	67,00%
Andes	3	25,00%
Costa	1	8,00%
Amazonía	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 4 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

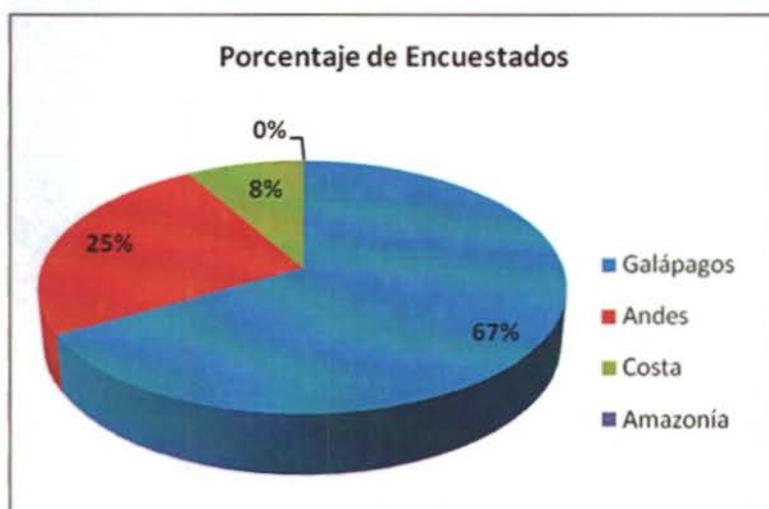


Gráfico N° 4 Autores: Investigadores

Análisis

Los datos arrojados permiten observar que el adulto mayor opta por viajar a Galápagos 67%, Andes 25% y Costa 8%

Razones Relevantes

- ✓ Falta de promoción turística en la región costa; principal destino para la relajación y descanso gracias a sus playas.

5. ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes el adulto mayor?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En familia	10	83,00%
En pareja	2	17,00%
Con amigos	0	0,00%
Solos	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 5 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

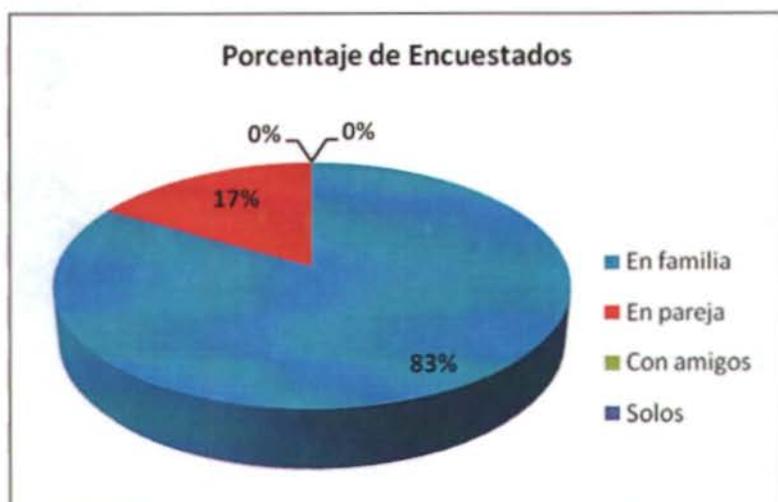


Gráfico N° 5 Autores: Investigadores

Análisis

Según los datos arrojados, un 83% de la población adultos mayores realiza habitualmente sus viajes en familia; y en pareja un 17%.

Razones Relevantes

- ✓ El adulto mayor busca pasar su tiempo libre en compañía de sus seres queridos (familia o pareja).

6. ¿En qué época del año los adultos mayores prefieren comprar sus productos turísticos?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Media y Baja	6	50,00%
Media	3	25,00%
Alta	3	25,00%
Baja	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 6 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

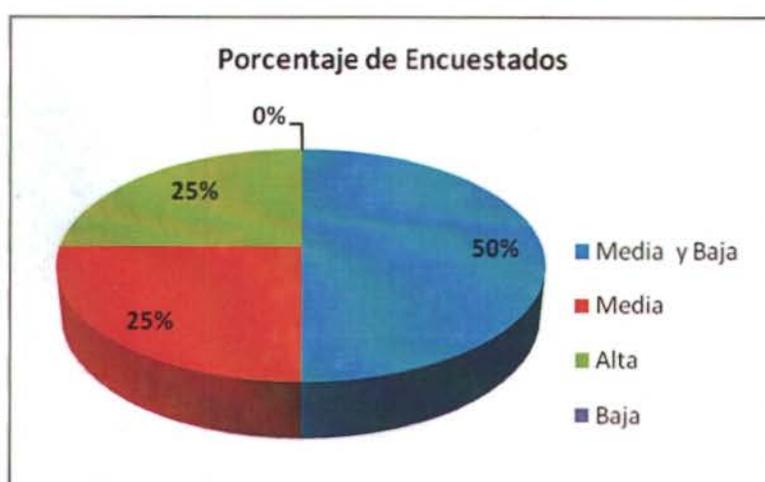


Gráfico N° 6 Autores: Investigadores

Análisis

Un 50% de la población adultos mayores prefieren comprar un producto turístico en temporada media y baja; un 25% en temporada media y el 25% restante en temporada alta.

Razones Relevantes

- ✓ El adulto mayor desea seguridad y sobre todo tranquilidad, por ello su mejor deseo es viajar en temporada media baja.

7. ¿Cada qué tiempo hacen ofertas turísticas para los adultos mayores?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	11	92,00%
Cada 6 meses	1	8,00%
Cada 3 mese	0	0,00%
Cada mes	0	0,00%
Cada año	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 7 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

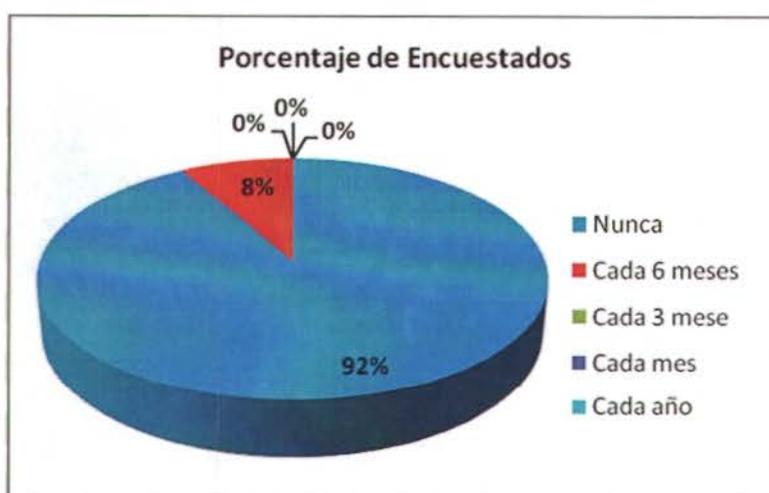


Gráfico N° 7 Autores: Investigadores

Análisis

Los representantes de las operadoras turísticas encuestadas en un amplio margen del 92%, señalan la variable nunca respecto a ofertas turísticas para adultos mayores y un 8% cada 6 meses.

Razones Relevantes

- ✓ Operadoras no enfocadas al turismo adulto mayor.
- ✓ El turista adulto mayor es un mercado no explotado.

8. ¿En qué actividades prefieren actuar los adultos mayores durante el producto turístico?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De relajación	10	83,00%
Arte y cultura	2	17,00%
Deporte	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 8 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

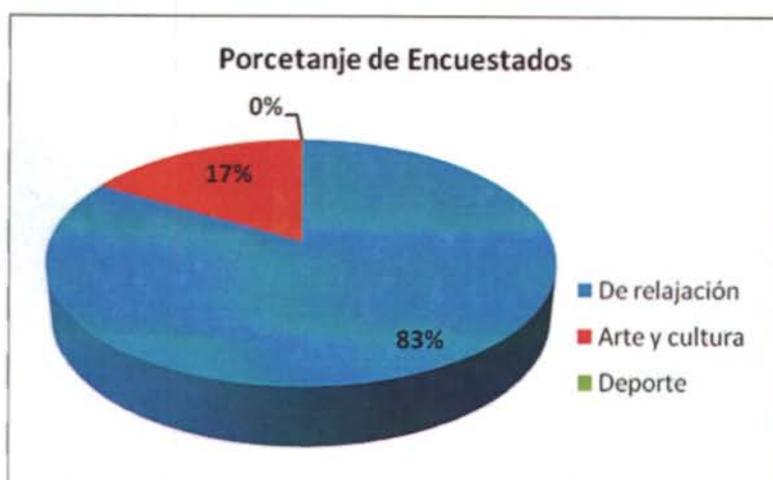


Gráfico N° 8 Autores: Investigadores

Análisis

Los resultados obtenidos permiten verificar que un 83% adultos mayores prefieren participar en actividades de relajación y un 17% en experiencias de arte y cultura.

Razones Relevantes

- ✓ El adulto mayor desea conocer lugares donde no se requiera esfuerzo físico.
- ✓ Conocimiento de las diferentes culturas tradicionales como su estilo de vida, costumbres, contexto natural, gastronomía, artesanía, etc.

9. ¿La operadora posee un plan de contingencia para adultos mayores en casos emergentes?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	9	75,00%
Si	33	25,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 9 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

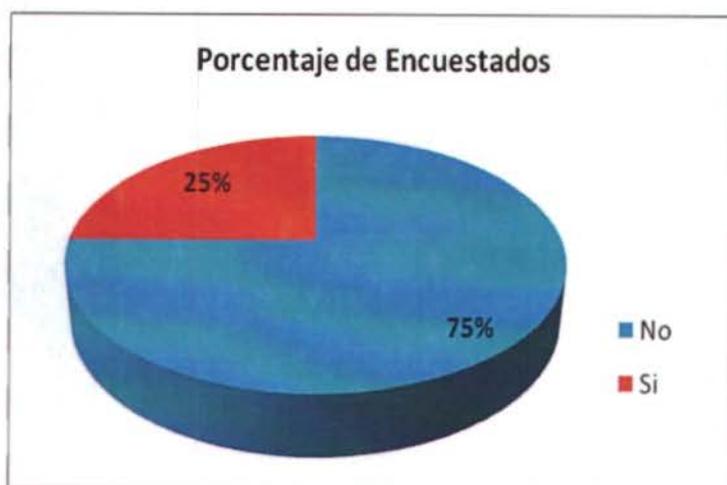


Gráfico N° 9 Autores: Investigadores

Análisis

Un 75% de la muestra representativa de operadoras turísticas afirman no poseer un plan de contingencia para adultos mayores en casos emergentes.

Razones Relevantes

- ✓ No hay diseños exclusivos de productos turísticos para la población de la tercera edad que implique la implementación específica de un plan de contingencia.
- ✓ Los planes de contingencias existentes son de índole genérica para todos los turistas adolescentes, adultos, adultos mayores.

10. ¿Qué tipo de inconvenientes presentan los adultos mayores en sus viajes?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inseguridad	6	50,00%
Presión	5	42,00%
Mareos	1	8,00%
Insolación	0	0,00%
Calambres	0	0,00%
TOTAL	12	100,00%

Cuadro N° 10 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

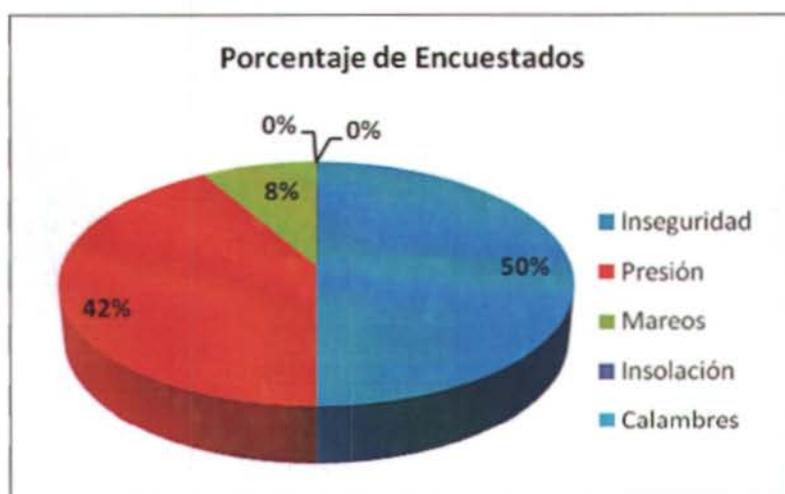


Gráfico N° 10 Autores: Investigadores

Análisis

Los mayores inconvenientes que presentan los adultos mayores durante los viajes, señalados en las encuestas son: inseguridad 50%, presión arterial 42% y mareos 8%.

Razones Relevantes

- ✓ El turista adulto mayor necesita saber todo lo que incluye un producto turístico. Por ejemplo: ¿Qué clase de desayuno se brindará?, ¿Qué categoría de hotel va a hospedarse?, ¿Existe calefón en el hotel?, etc.

b. Resultados de la Encuesta Aplicada a Adultos Mayores

1. ¿Cuál es su principal motivación para realizar un viaje?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Relajación y descanso	147	49,00%
Conocer historia y cultura	68	23,00%
Contacto con la naturaleza	48	16,00%
Diversión	19	6,00%
Salud	13	4,00%
Relaciones sociales	5	2,00%
TOTAL	300	100,00%

Cuadro N° 11 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

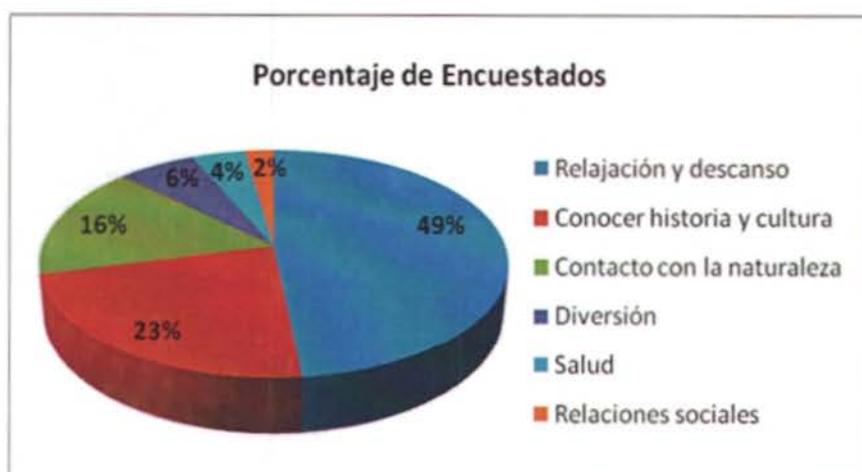


Gráfico N° 11 Autores: Investigadores

Análisis

Los resultados obtenidos permiten verificar como motivos más representativos de los turistas nacionales e internacionales para realizar viajes fuera de su residencia habitual, en su orden: relajación y descanso 49%, conocer historia y cultura 23% y contacto con la naturaleza 16%.

Razones Relevantes

- ✓ Los adultos mayores prefieren visitar sitios de confort, debido a sus características fisiológicas.
- ✓ Desean conocer lugares históricos y de naturaleza, ya que la vida de trabajo laboral no les permitió viajar.

2. ¿Cada cuánto tiempo realiza un viaje hacia la Región Costa?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada 6 meses	183	61,00%
Cada año	93	31,00%
Cada mes	24	8,00%
TOTAL	300	100,00%

Cuadro N° 12 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

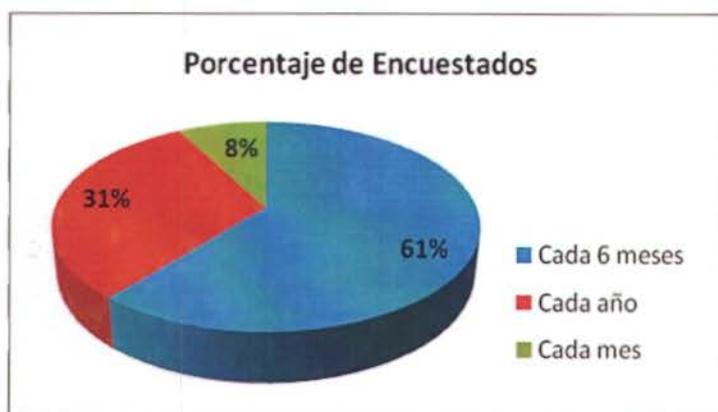


Gráfico N° 12 Autores: Investigadores

Análisis

La mayoría de adultos mayores encuestados que corresponde al 61% de la muestra, manifiestan que sus desplazamientos turísticos hacia la Región Costa es cada seis meses; y en segundo lugar, en un porcentaje del 31% viajan cada año.

Razones Relevantes

- ✓ Temor por parte de los turistas adultos mayores, porque no existe suficiente seguridad en los productos turísticos existentes.
- ✓ Falta de promoción turística para el segmento adulto mayor.
- ✓ Operadoras turísticas no especializadas en viajes para adultos mayores.

3. ¿Qué tipo de actividad turística le gustaría realizar?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asistir a espacio de arte y cultura	127	43,00%
Recorridos por senderos	88	29,00%
Observación de aves	61	20,00%
Pesca	19	6,00%
Bailoterapia	5	2,00%
TOTAL	300	100,00%

Cuadro N° 13 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

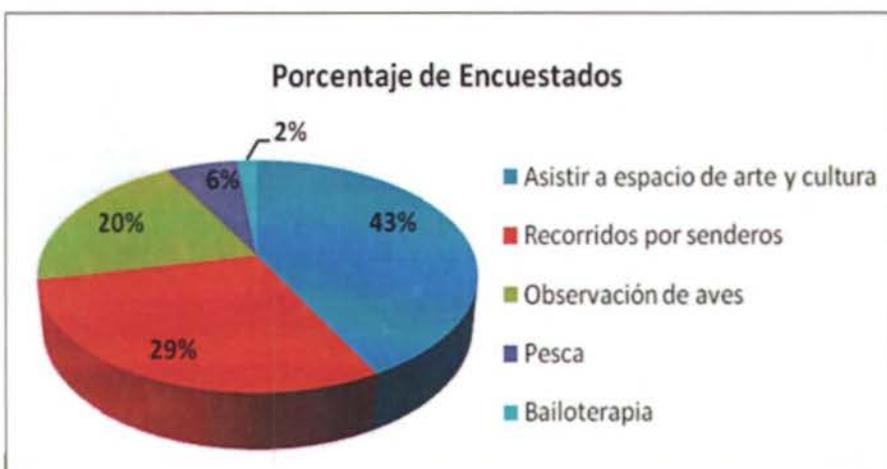


Gráfico N° 13 Autores: Investigadores

Análisis

En perspectiva de vivencias turísticas, los adultos mayores prefieren las siguientes actividades: asistir a espacios de arte y cultura 43%; recorridos por senderos 29% y observación de aves 20%.

Razones Relevantes

- ✓ Los turistas adultos mayores buscan ampliar sus conocimientos basados en la experiencia concreta, la conversación y el intercambio entre los integrantes del grupo de pares y guías turísticos.
- ✓ Les gusta actividades de aprendizaje individual - social cognitivo y recreativo a tono con sus expectativas, que no exijan mucho esfuerzo físico debido a su edad.

4. ¿Qué Provincia de la costa ecuatoriana es de su mayor agrado?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Santa Elena	102	34,00%
Guayas	65	22,00%
Manabí	62	21,00%
Esmeraldas	49	16,00%
El Oro	18	6,00%
Los Ríos	4	1,00%
Santo Domingo de los Tsachillas	0	0,00%
TOTAL	300	100,00%

Cuadro N° 14 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

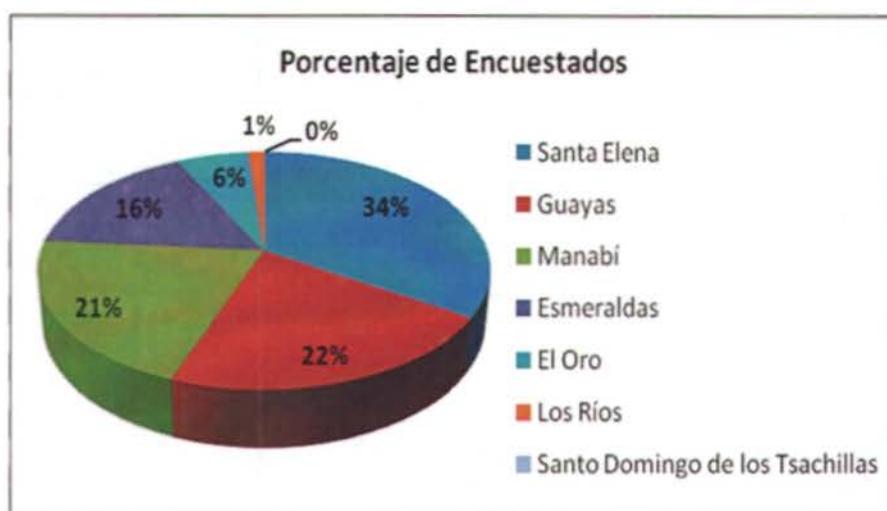


Gráfico N° 14 Autores: Investigadores

Análisis

La provincia de mayor acogida por los turistas adultos mayores encuestados es Santa Elena con un 34% de la muestra, le siguen en orden descendente Guayas 22%, Manabí 21% y Esmeraldas 16%.

Razones Relevantes

- ✓ Destinos turísticos de primera por sus playas, costumbres, paisajes y amabilidad de la gente.
- ✓ Variedad de atractivos turísticos como: museos, parques nacionales, reservas, observación de flora y fauna, complejos, iglesias, etc.

5. ¿Cómo se entera usted del destino que visita?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Referencias por familiares o conocidos	140	46,00%
Publicidad en televisión	83	28,00%
Publicidad en prensa escrita	41	14,00%
Internet	19	6,00%
Publicidad en radio	17	6,00%
TOTAL	300	100,00%

Cuadro N° 15 Fuente: Investigación Autores: Investigadores



Gráfico N° 15 Autores: Investigadores

Análisis

Los datos arrojados permiten verificar que el turista se entera mayormente de un destino a través de referencias familiares o conocidos en un 46% y publicidad en medios de comunicación: en televisión 28%, en prensa escrita 14%, internet 6% y en radio 6%. Estos resultados orientan el diseño de las estrategias de publicidad.

Razones Relevantes

- ✓ Turistas totalmente satisfechos = “Publicidad de boca en boca”
- ✓ Producto turístico intangible = “Imágenes”

6. ¿Con quién realiza usted habitualmente sus viajes?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En familia	180	60,00%
En pareja	91	30,00%
Con amigos	19	6,00%
Solo	10	4,00%
TOTAL	300	100,00%

Cuadro N° 16 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

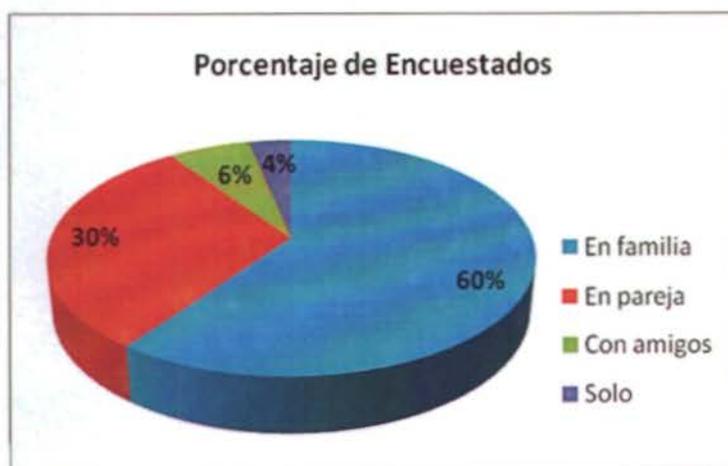


Gráfico N° 16 Autores: Investigadores

Análisis

Los viajes turísticos de los adultos mayores se realizan habitualmente y en mayor nivel en familia 60% y en pareja 30%; en bajo nivel con amigos 6% y solos 4%. Este testimonio permite direccionar diseños de productos turísticos alternativos.

Razones Relevantes

- ✓ El adulto mayor no pretende aislarse, busca la compañía de sus seres queridos (familia, pareja o amigos).

7. ¿Cuáles son los servicios más importantes para usted? Enumere del 1 al 6, siendo 1 el de menor y 6 el de mayor importancia.

RESPUESTA	ENCUESTADOS
Casinos	1
Piscina	2
Canchas deportivas	3
Actividades Organizadas	4
Asistencia médica oportuna	5
Seguridad	6

Cuadro N° 17 Fuente: Investigación Autores: Investigadores



Gráfico N° 17 Autores: Investigadores

Análisis

Según los datos arrojados en la encuesta los servicios más importantes para el turista adulto mayor en primera instancia son seguridad, asistencia médica oportuna y actividades organizadas (culturales, educativas, recreativas)

Razones Relevantes

- ✓ El turista adulto mayor desea calidad del producto turístico y no cantidad.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por un paquete turístico de 2 noches y 3 días hacia la región costa?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De USD 150 a 200	188	63,00%
De USD 200 a 300	75	25,00%
De USD 100 a 150	25	8,00%
De USD 300 a 350	12	4,00%
Más de USD 350	0	0,00%
TOTAL	300	100,00%

Cuadro N° 18 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

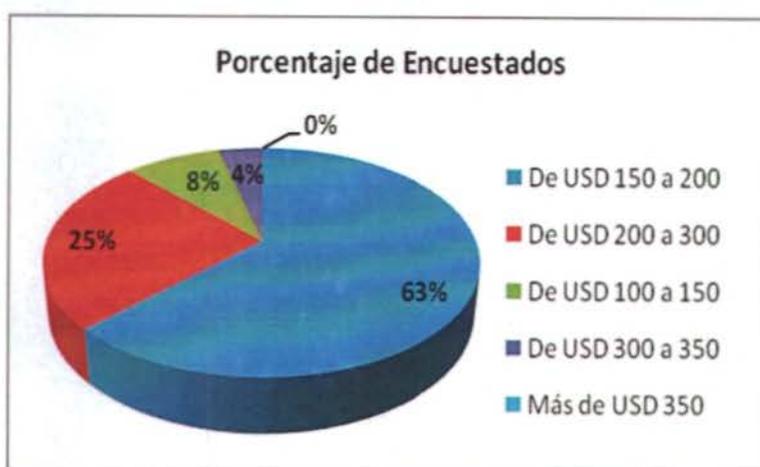


Gráfico N° 18 Autores: Investigadores

Análisis

Los resultados obtenidos permite verificar el valor que el turista está dispuesto a pagar por un paquete turístico de 2 noches y 3 días hacia la región costa, siendo este: de USD 150 a 200 (63%), de USD 200 a 300 (25%) y de USD 100 a 150 (8%).

Razones Relevantes

- ✓ Adultos mayores con un nivel socioeconómico medio – alto y alto.
- ✓ Valoración de los recursos naturales y culturales de la costa ecuatoriana.

9. ¿Con cuántos días usted contaría para realizar un viaje?

RESPUESTA	ENCUESTADOS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tres días	192	64,00%
Cuatro días	85	28,00%
Más de 4 días	23	8,00%
Dos días	0	0,00%
TOTAL	300	100,00%

Cuadro N° 19 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

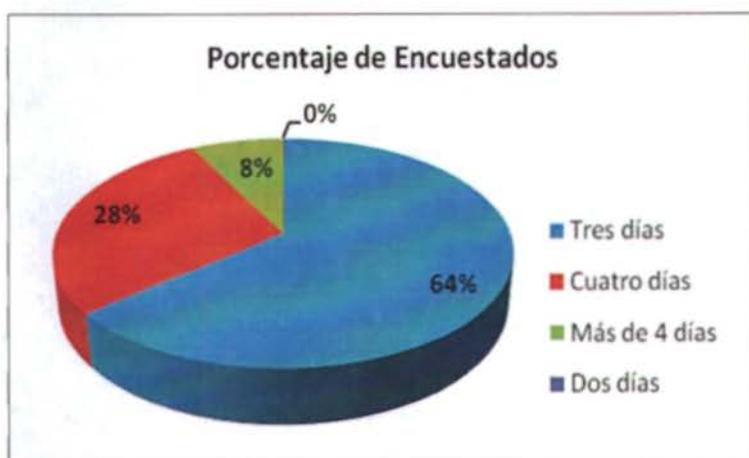


Gráfico N° 19 Autores: Investigadores

Análisis

Un 64% de los encuestados establecen que dado su peculiar perfil biológico, psicológico y social, el tiempo máximo que el turista adulto mayor preferiría viajar a la costa es de tres días y un porcentaje del 28% señala cuatro días.

Razones Relevantes

- ✓ El turista adulto mayor desea viajes cortos y placenteros.
- ✓ Extrañan su lugar de residencia cuando los viajes son más de 10 días.

3.6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

- a) El desarrollo del proceso de investigación cuantitativo-descriptivo en todas sus fases clarifica científicamente la existencia del problema planteado y la consecución de los objetivos previstos en el diseño, en perspectiva de atender en la praxis la falta de productos turísticos a nivel costero que beneficien a las personas de la tercera edad.
- b) El estudio bibliográfico y consultas en páginas web relacionadas a las variables inmersas en el problema, sus categorías e indicadores, posibilitó el conocimiento científico del perfil biopsicosocial del adulto mayor, sus expectativas de enriquecimiento de la capacidad cognitiva, social, espiritual, física y autocuidado; así como, la especificidad de actividades culturales, educativas y recreativas que deben incluirse en un producto turístico para este segmento.
- c) La aplicación de la técnica de muestreo probabilístico asumida en este trabajo, en la que cada representante de las operadoras turísticas seleccionadas y cada adulto mayor encuestado tiene una probabilidad cuantificable y validez externa asociada a la generalización de los resultados a la población, facilitó el análisis situacional de las variables inmersas en el problema, la determinación de necesidades, desajustes, limitaciones de las operadoras turísticas de Guayaquil en el diseño y promoción de productos turísticos centrados en las características personalógicas y demandas del adulto mayor.
- d) Los testimonios mayoritarios del segmento adultos mayores expresados en las encuestas, demandan la necesidad de ser tomados en cuenta por las empresas turísticas, desde su peculiar etapa de envejecimiento, en el diseño, organización, ejecución de productos turísticos innovadores, significativos y humanos, considerando el destino, orientación y actividades recreativas, culturales, educativas y relacionales, para conservar su autonomía física, psíquica y social.

- e) La observación y verificación directa de productos turísticos ofertados por las operadoras locales y el análisis y discusión de resultados de las encuestas, permiten determinar que la caracterización de los mencionados productos turísticos son eminentemente genéricos porque están direccionados al conjunto niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores; hay una falta marcada de ofertas turísticas direccionadas exclusivamente a hombres y mujeres de la tercera edad, que respondan a sus expectativas de viaje, recreación y utilización del tiempo libre en temporadas bajas y medias de la costa ecuatoriana.
- f) La investigación aporta elementos de reflexión técnico- científica al insinuar que en el modelo de productos turísticos exclusivos centrados en el cliente adulto mayor, se consideren las oportunidades que ofrece la costa ecuatoriana como entorno factible, con sus recursos o atractivos naturales y culturales, las infraestructuras generales (accesibilidad al área geográfica ,etc.), las infraestructuras específicas (alojamiento, servicios, costos, etc.), los elementos tangibles motivadores de su participación(comodidad del transporte, comida, etc.).
- g) En la oferta de productos turísticos de las operadoras formales de Guayaquil se mantiene el criterio generalizado tradicional de viajes en familia, incluyendo a niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores, no hay ofertas exclusivas para adultos mayores que respondan a sus preferencias de viajar en épocas media y media-baja y a sus actividades de relajación, descanso, arte y cultura, contacto con la naturaleza, observación de aves, considerando los recursos, infraestructuras generales y específicas de las provincias de la costa ecuatoriana, en su orden de prioridad: Santa Elena, Guayas, Manabí, Esmeraldas.
- h) La investigación evidencia significativamente las posibilidades económicas y de tiempo de duración de los productos turísticos que plantean los adultos mayores para acceder a los mismos; de igual manera, la

presencia de inconvenientes de inseguridad, problemas y emergencias de salud durante los viajes y la imprescindible asistencia que deben ofrecer las operadoras turísticas mediante planes específicos de contingencia que a no dudarlo favorecerían la calidad del producto turístico exclusivo.

- i) Desde una posición científico- técnica es prudente y aconsejable considerar los insumos de información obtenidos en la investigación precedente y asumir con creatividad la elaboración del correspondiente diseño y estructuración de **un Proyecto Alternativo** de productos turísticos exclusivos para el adulto mayor a nivel de la costa ecuatoriana, en sintonía con el modelo de investigación de proyecto factible, sustentado en el análisis e interpretación de los resultados numéricos – estadísticos y conclusiones.
- j) Dada la experiencia lograda en la investigación científica, es recomendable que los estudiantes, egresados y profesionales en turismo profundicen en la consulta bibliográfica sobre el perfil del adulto mayor y su caracterización biopsicosocial desde el enfoque histórico-cultural propuesto por Vigotsky y sus seguidores, porque a no dudarlo, abona criterios clave de enfoque personológico y las categorías de desarrollo humano de las personas de la tercera edad en relación con el mundo que les rodea, a fin de sustentar y asumir sobre fundamentos sólidos, el diseño, estructuración, promoción y desarrollo de innovadores productos turísticos exclusivos para los adultos mayores que incluyan actividades físicas, culturales, recreativas, de control de la salud, generadoras de un sano proceso de envejecimiento humano.
- k) Es un compromiso de las operadoras turísticas de Guayaquil, en particular, analizar el contenido de la investigación científica y poner al servicio sus talentos , expectativas y esfuerzos para acoger las preferencias y demandas del segmento adultos mayores y a través de la iniciativa , creatividad y emprendimiento de los profesionales en turismo, diseñar, impulsar e implementar nuevos productos turísticos exclusivos considerando la riqueza

y belleza cultural, natural y humana de la costa ecuatoriana, en perspectiva de estar a la vanguardia en este ámbito al igual que otros países latinoamericanos y del mundo.

CAPITULO IV: PROPUESTA DEL PROYECTO

4.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

4.1.1. Razón Social

Viajes GeriaCost Cía. Ltda.

4.1.2. Nombre Comercial

Operadora Turística “GERIACOST TOURS”

4.1.3. Slogan

“MÁS QUE UN VIAJE, UNA EXPERIENCIA ENRIQUECEDORA”

4.1.4. Logo



Gráfico N° 20 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

El nombre de la operadora turística: GeriaCost Tours, proviene de Geria=Geriatria es una rama de la medicina que se relaciona estrechamente con el cuidado de adultos mayores y Cost=Costa, por ubicarse en la región litoral del país.

El slogan “Mas que un viaje, una experiencia enriquecedora”, una expresión que invita y proyecta al turista a pensar en sus vacaciones, a vivenciar, conocer y aprender de los recursos naturales y culturales del Ecuador.

El logo demuestra el sol y la playa de la costa del pacífico, dentro una brújula que ubica los puntos cardinales (norte, sur, este y oeste).

4.1.5. Lugar y Fecha de Constitución

De acuerdo a los aspectos legales de constitución, la empresa será establecida en Guayaquil el 2 de Abril del 2012 como compañía limitada “Viajes GeriaCost Cía. Ltda.”; pues se dedicará a la prestación de servicios turísticos como transporte, hospedaje, alimentación, y de brindar a los usuarios visitas guidas y recreadas a través de los principales centros turísticos de la costa ecuatoriana.

A continuación se detalla los requisitos y formalidades a cumplir, para la constitución de la empresa, solicitados por cada una de las instituciones públicas:

Superintendencia de Compañía

- a) Carta dirigida a la Superintendencia de Compañía, solicitando el nombre de la empresa que se desea constituir (deberá ser solicitada por un Abogado).
- b) Apertura de una cuenta de integración de capital a nombre de la compañía que se va a crear, dicha cuenta deberá cumplir lo establecido en la ley de compañía, (toda compañía de responsabilidad limitada deberá aportar el 50% del capital mínimo, que es \$400 dólares y estará conformada por 2 hasta 15 socios), (Ref. Art. 95 de la Ley de Compañía).

- c) Emitida la cuenta de integración, la aprobación del nombre de la empresa, copia de cédula y certificados de votaciones de los accionistas, se lleva toda la documentación antes descrita, a una Notaria, el cual elabora la Minuta y procede a elevarlo a Escritura Pública (4 testimonios entrega la Notaria).
- d) Mediante una carta firmada por el Abogado, se ingresa las escritura para que un delegado de la Superintendencia de Compañía, realice el estudio y la aprobación del tramite;
- e) Luego de aprobado el trámite se deberá cumplir con los requerimientos que se encuentran especificados en la Resolución aprobatoria del trámite;
- f) El extracto que nos entregan en la Superintendencia de Compañías, deberá ser enviado a uno de los periódicos de la ciudad, para su respectiva publicación;
- g) Se inscribe en registro mercantil de la ciudad de Escritura de Constitución; luego de ello,
- h) Se procede a inscribir en el registro Mercantil de la ciudad los nombramientos de los representantes legales de la compañía, y;
- i) Con todos estos documentos se solicita a la Superintendencia de Compañías, que emita la Hoja de Registro de Sociedades (documento que es obligatorio presentar al S.R.I. para obtener el R.U.C.).

Servicio de Rentas Internas S.R.I.

Persona Jurídica (Registro Único de Contribuyente - R.U.C.)

- a) Original del Formularios 01-A (resolución 00279) Suscrito por el Rep. Legal (formulario de la página web: www.sri.gob.ec).
- b) Presentar el original y entregar copia de la escritura pública de la constitución de la compañía con su respectiva resolución e inscripción en el registro mercantil.

- c) Original y copia de la resolución de aprobación de los estatutos de la persona jurídica.
- d) Presentar original y entregar copia del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil y en el Ministerio pertinente entidad que aprobó los estatutos.
- e) Original del registro de sociedades (datos generales, accionista ya acto jurídico).
- f) Original y copia a color de cédula y certificado de votación (último proceso electoral) del representante legal.
- g) Original y entregar copia de la planilla de cualquier servicio básico, estado de cuenta (último trimestre) o el contrato de arrendamiento vigente, estos documentos deben estar a nombre de la compañía o del representante legal.
- h) Patente Municipal
- i) Cuerpo de Bomberos

Municipio de Guayaquil

a) Obtener el Certificado de Uso de suelo

¿Qué es el Certificado de Uso de Suelo?

Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local.

¿Cómo se obtiene el Certificado de Uso de Suelo?

- ✓ Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administración
- ✓ Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo

b) De ser factible el Certificado de Uso de Suelo se deberá presentar la documentación que se detalla a continuación:

- ✓ Certificado de Uso de Suelo.
- ✓ Tasa de trámite de Tasa de Habilitación.
- ✓ Formulario de Tasa de Habilitación.
- ✓ Copia de Patente Municipal del año en curso.
- ✓ Copia de última actualización del RUC (Registro Único de Contribuyente).
- ✓ Copia del Nombramiento, cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica).
- ✓ Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural).
- ✓ Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso.
- ✓ Carta de Concesión o Contratos de Arrendamientos extendido de manera legal y con copia de cédula del arrendador (adicionalmente los documentos deben ser notariados con reconocimiento de firmas).
- ✓ Copia del pago de los Impuestos Prediales vigentes (de Enero a Junio del año anterior, de Julio a Diciembre se recibe el del año en curso).
- ✓ Certificado de Desechos Sólidos.

Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada.

Toda esta documentación debe ser vigente, y deben contener siempre la dirección exacta del local y el nombre del solicitante ya sea persona natural o jurídica.

Cuerpo de Bomberos

- a) Copia de cédula de ciudadanía.

- b) Copia actualizada del R.U.C., donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- c) Copia del nombramiento vigente del Representante Legal.
- d) Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras) excepto para la venta de gas (mínimo 10 libras PQS).

Subsecretaría de Turismo

- a) Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante.
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento (en las ciudades de Quito, Guayaquil o Cuenca).
- d) Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
- e) Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación: Agencia de Viajes Operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América.
- f) Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas.

- g) Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
- h) Formulario de declaración de UNO POR MIL sobre Activos Fijos.

NOTA: Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán tener un área mínima de 30 mts².

4.1.6. Fecha de inicio de operaciones

Teniendo todos los requisitos constitucionales exigidos por las instituciones públicas antes mencionadas, la operadora turística GeriaCost Tours operará en Guayaquil en el Centro Comercial Policentro, el 3 de Abril del 2012.

4.1.7. Visión

Ser líderes innovadores y de reconocido prestigio en el mercado turístico enfocado para adultos mayores, ofreciendo soluciones de viajes versátiles, garantizando el bienestar, seguridad, calidad y excelencia en nuestros servicios.

4.1.8. Misión

Ofrecer productos turísticos exclusivos para adultos mayores nacionales e internacionales, mediante el asesoramiento turístico de los recursos naturales y culturales de la Costa Ecuatoriana, para lograr que las personas tengan un bienestar físico, mental y social.

4.1.9. Valores

Geriacost Tours es una empresa que siempre piensa en los demás, para esto se basará en valores como:

Ética Profesional.- Tiene el compromiso de hacer las cosas bien desde el principio, al ser sinceros con los turistas y transparentes en el manejo de las operaciones.

Coherencia.- Entre lo que se compromete con los turistas y en lo que se efectúa como trabajo.

Calidad.- En todos los ámbitos de cada producto turístico para adultos mayores.

Fortaleza.- El bienestar de los clientes e innovación de paquetes, tour y excursión son las verdadera fortaleza.

Comunicación.- Constante y efectiva, entre todos los miembros que forman parte de la empresa, también con los proveedores y clientes.

Pasión.- Hacer las cosas con amor y cariño, dar el 100% de esfuerzo y tener el compromiso en cuerpo, mente y alma.

4.1.10. Objetivo de la Empresa

a) Objetivo General

Ser una operadora turística reconocida en el mercado turístico nacional por su variedad y exclusividad de productos turísticos para adultos mayores.

b) Objetivos Específicos

- ✓ Ofrecer opciones de productos turísticos exclusivos para adultos mayores como tours, excursiones y paquetes turísticos, que promocionen a la Región Costa del Ecuador como destino turístico de primera, cubriendo las necesidades y superando las expectativas de los turistas.
- ✓ Brindar seguridad a los turistas en cada uno de los viajes, dando asistencia de enfermería oportuna.
- ✓ Establecer estrategias de supervisión eficiente de guianza que optimice la calidad del producto turístico exclusivo.

- ✓ Seleccionar eficientemente a los proveedores (hoteles, restaurantes, transporte, complejos y demás).

4.1.11. Productos Turísticos

a) La empresa ofrecerá productos turísticos para adultos mayores como:

Tour	3 horas (Full Day) 8 horas
Excursión	12 horas
Paquetes Turísticos	2 días – 1 noches 3 días – 2 noches

b) Los viajes se realizarán a lo largo de la costa ecuatoriana, en las provincias del:

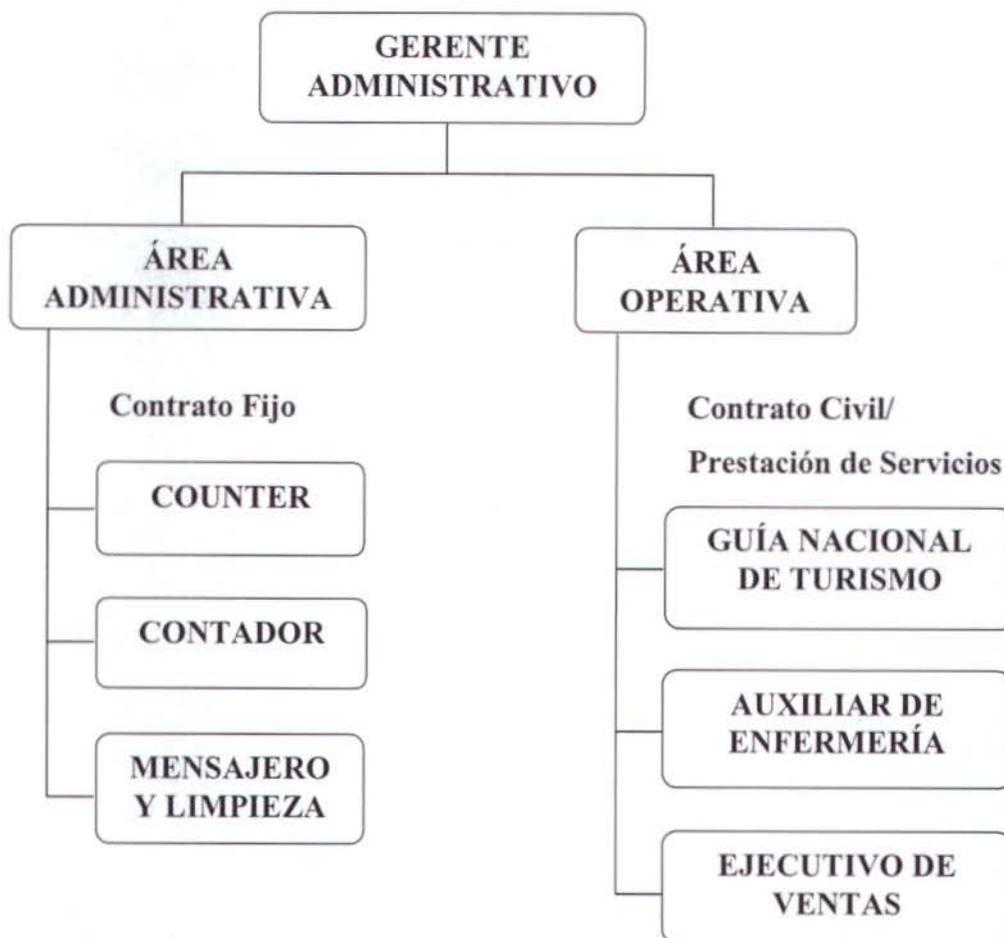
- ✓ Santo Domingo de los Tsachillas
- ✓ El Oro
- ✓ Guayas
- ✓ Santa Elena
- ✓ Manabí
- ✓ Los Ríos
- ✓ Esmeraldas



Grafico N° 21 Fuente: www.southernparadisetours.com/es/costa/clima.html Autores Investigadores

Entre los servicios que se brindará serán: precios accesibles, personal altamente capacitado, alojamiento de excelente calidad, alimentación, seguros de viajes contra accidentes, transporte cómodo y full equipo, asistencia personalizada y oportuna.

4.1.12. Estructura Organizacional



Cuadro Nº 20 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

4.2.1. Demanda Turística en el Ecuador

a) *Turismo Receptivo e Interno - PLANDETUR 2020*

- ✓ El número de llegadas de extranjeros al Ecuador se ha incrementado notablemente desde el año 2004, en el año 2009 se registraron cerca de 968.499 llegadas. A su vez esta se clasificaron por grupos de edad, siendo las más relevantes de 30 a 39 años con 202.914, de 40 a 49 años con 179.853, de 20 a 29 años con 194.535 y de 60 años y más 119.528.
- ✓ En el Ecuador más de dos millones quinientos mil ecuatorianos recorren el país en calidad de turistas, siendo estos adultos mayores el 7,27%.
- ✓ Los principales mercados emisores de turistas al Ecuador se encuentran en países ubicados en el continente americano, con la importante participación relativa de Estados Unidos, Colombia y Perú , países que contabilizan un aporte del 25%, 16.5% y 15.5% respectivamente. Por su parte el continente europeo mantiene una cuota significativa, pues la participación porcentual de visitantes de España, Reino Unido y Alemania registran el 5.8%, 2.6% y 2.6% de participación en su orden.
- ✓ La estadía promedio de los turistas extranjeros en el Ecuador es tres semanas - 21 días.
- ✓ Los meses de mayor afluencia de visitantes internacionales al Ecuador son Enero, Marzo, Junio, Julio, Agosto y Diciembre.
- ✓ Los desplazamientos de los ecuatorianos están divididos por temporadas: temporada baja de Mayo a Noviembre y temporada alta de Diciembre a Abril. Así también, está caracterizada la temporada de Costa que coincide con la temporada Alta de Diciembre a Abril y la temporada de Sierra de Junio a Septiembre.
- ✓ Los desplazamientos típicos de los turistas nacionales son fines de semana (estimado de 1/2 noches), puentes (estimado de 2/3 noches) y vacaciones (estimado de 7 noches). Los desplazamientos de 3 a 4

días tienen un porcentaje del 48%, los de 6-7 días un 25%, los de 1 a 2 días un 19% y más de 9 días un 19%.

- ✓ La mayoría de visitantes llegan al Ecuador por motivo de vacaciones (turistas), el segundo motivo es la visita a familiares o amigos y en tercer lugar negocios o motivos profesionales.
- ✓ Las principales razones para elegir al Ecuador como destino turístico son: el paisaje y la cultura.
- ✓ Las actividades que los turistas extranjeros desarrollan con más frecuencia en su visita al Ecuador son las actividades en la naturaleza. Otras actividades son visitas a lugares históricos, deportes, visitas a comunidades, etc. Los lugares de destino preferidos por los turistas nacionales son: atractivos naturales, playas y balnearios termales.
- ✓ Alrededor del 55% de los turistas extranjeros que llegan al Ecuador organizan su viaje, a través de un tour operador, el 45% de turistas extranjeros organizan su viaje por cuenta propia.
- ✓ La mayoría de turistas extranjeros viajan en parejas o solos (aproximadamente 61%), alrededor del 39% de turistas extranjeros viajan en grupos.
- ✓ Los principales medios de información, a través de los cuales el turista extranjero se ha informado del país son: Internet, las guías de viajes y a través de familiares y amigos, otros medios de información son: eventos promocionales, televisión, revistas internacionales, documentales, etc. El segmento de turistas nacionales se informa principalmente por sus familiares y amigos y por el Internet.

b) Productos Turísticos del Ecuador

— A continuación se exponen las líneas de producto y las variedades de productos que la integran:

<i>Ecoturismo y Turismo de Naturaleza</i>	Parques nacionales Reservas y bosques privados Ríos, lago, lagunas y cascadas Observación de flora y fauna
<i>Turismo de deporte y aventura</i>	Deporte terrestre Deporte fluvial Deporte acuático Deporte aéreo
<i>Turismo de Salud</i>	Termalismo Medicina ancestral SPA'S
<i>Agroturismo</i>	Haciendas, finca y plantaciones
<i>Turismo de Convenciones y Congresos</i>	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
<i>Turismo de Cruceros</i>	Turismo de cruceros

<i>Circuitos Generales</i>	Circuitos generales
<i>Sol y Playa</i>	Sol y playa
<i>Turismo Comunitario</i>	Turismo comunitario
<i>Turismo Cultural</i>	Patrimonio naturales y culturales Mercados y artesanías Gastronomía Shamanismo Fiestas populares Turismo religioso Turismo urbano Turismo arqueológico CAVE, científico, académico, voluntario y educativo Haciendas históricas
<i>Parques Temáticos</i>	Parques temáticos

Cuadro N 21 Fuente: PLANDETUR 2020. Ministerio de Turismo del Ecuador.

4.2.2. Análisis del Cliente

El estudio del segmento de mercado, permitió identificar cuáles son las necesidades prioritarias del adulto mayor al momento de realizar un viaje, entre ellas tenemos:

- a) Buscar agrandar su círculo de relaciones y amistades.
- b) Disfrutar de lugares o sitios lujosos, pues eligen comodidad o confort sobre el precio.
- c) Conocer lugares históricos y de naturaleza, siempre y cuando haya seguridad en el destino escogido.

Cabe mencionar, que el turista adulto mayor busca aprovechar su tiempo libre para realizar los sueños de viaje y descubrimientos que la vida de trabajo no le permitió alcanzar.

4.2.2.1 Alimentación en Adultos Mayores

Es importante que las personas adultas mayores tengan una alimentación equilibrada; basado en proteínas, grasas, hidrato de carbono, minerales y vitaminas; evitando de esta manera cualquier tipo de inconveniente. Por este motivo, la empresa se ha encargado de seleccionar eficientemente a los restaurantes, hoteles, complejos, entre otros, que proveen alimentos.

a) *Tabla de Pesos Netos Individuales de Alimentos para adultos mayores*

Alimentos	Ración recomendada
Lácteos	
Leche o yogurt	200 ml
Requesón o quesos frescos	60-80 g
Queso (semicurado)	40-60 g
Carnes y Equivalentes	
Carnes	100 g

Pescados	100 g
Jamón cocido	100 g
Huevos (50-60 g)	1 unid
Pollo (1500g)	¼
Farináceos	
Pan integral	50 g
Arroz o pasta (crudo)	40 g
Patatas	200 g
Legumbres	40 g
Frutas	
En general	130 g
Verduras	
En general	150 g
Grasas	
Se considera que cada comida importante (almuerzo o cena), puede incluir 20-30 g de materia grasa, si no hay contraindicación personalizada.	

Cuadro N° 22 Fuente: Guía de Alimentación y Salud – UNED Autores: Investigadores

b) *Alimento ideal en el día*

Desayuno	Leche semidescremada o descremada Pan integral, cereales integrales o bollería no grasa Confitura o queso
Media mañana	Fruta y/o infusión
Almuerzo	Pasta o arroz o legumbre Carne poco grasa o pescado (blanco/azul) Guarnición vegetal Frutas (cruda o cocida)
Merienda	Yogurt poco azucarado o con miel

	Galletas o tostadas, bollos o bizcochos
Cena	Sopa o pasta o verduras o patata y verduras
Al acostarse	Leche caliente o infusión

Cuadro N° 23 Fuente: Guía de Alimentación y Salud – UNED Autores: Investigadores

4.2.3. Análisis Porter

En el análisis Porter se evaluarán los siguientes aspectos, sobre el territorio de acción del proyecto:

a) Amenaza de Nuevos Competidores

La operadora turística GeriaCost Tours tendrá que competir y hacerse notar dentro del mercado turístico nacional para poder captar la mayor cantidad de clientes.

Las grandes barreras son las agencias de viajes ya posesionadas en el mercado turístico guayaquileño como: Ecuadorian Tours, Metropolitan Touring y Klein Tours con varios años de trayectoria; es decir, sus productos turísticos como paquetes, tour y excursiones predominan en la mente de los consumidores.

b) Amenaza de Productos Sustitutivos

La amenaza de productos sustitutos es baja, porque en Guayaquil no existe ninguna operadora turística que se preocupe por el bienestar de la tercera edad, brindándoles soluciones de viajes con precios accesibles.

Por este motivo la empresa se encargará de brindar seguridad al turista, realizando una base de datos de hospitales, cruz roja y centros de salud de cada ruta turística.

c) Poder de Negociación de los Proveedores

Los proveedores que ofrecen servicios para poder desarrollar la actividad turística tendrán poco poder (hoteles, restaurantes, complejos, transportes y demás.), debido a la gran competencia existente. GeriaCost Tours siempre va a elegir la empresa que ofrezca las mejores condiciones y precios para el turista. Por ejemplo:

Los hoteles y complejos en la costa ecuatoriana, son bastantes y siempre hacen descuentos especiales al ser un grupo desarrollado de personas, estos precios serán más asequibles al grupo que a las familias que viajan solas.

Los transportes, estos servicios también son muy amplios y se elegirá la empresa más conveniente y que disponga de buenos autobuses.

d) Poder de negociación de los clientes

Los clientes tienen mucho poder de negociación, porque existe mucha competencia en el mercado y si no les ofrecemos sus necesidades, les será tan simple como elegir otra operadora turística.

De todos modos, los clientes pueden que capten nuestro servicio como único; debido al precio y a nuestras cualidades. Esto les hará perder poder frente a las empresas.

e) Rivalidad entre Competidores

Las empresas tienen alguna característica que les hace destacar en el mercado del turismo. La GeriaCost Tours se diferencia de todas las demás, porque tendrá una auxiliar de enfermería en cada uno de los viajes. Sin embargo, se tomará en cuenta la competencia ya que es un mercado que ofrece diferentes alternativas de viajes, para obtener un mayor volumen de ventas.

En resumen, el mercado es atractivo porque en Guayaquil no hay operadora turística especializada en viajes para adultos mayores ofreciéndoles un bienestar

físico, mental y social; además existe un número significativo de proveedores a lo largo de toda la costa ecuatoriana como: restaurantes, hoteles, transporte, complejos, entre otros. Por estas razones, es importante entrar y competir en el mercado turístico nacional.

4.2.4. Análisis PEST

En el análisis PEST se evaluarán aspectos positivos y negativos, sobre el territorio de acción del proyecto:

a) Aspectos Políticos

La empresa se beneficiará por las leyes de la Constitución del Ecuador 2008:

- ✓ Derechos a la naturaleza “Pacha Mama” - Madre Tierra.
- ✓ El derecho al buen vivir, a la recreación y el esparcimiento de las personas.
- ✓ Derecho a rebajas para adultos mayores en los servicios públicos y servicios privados de transporte público y espectáculo.

Además, es importante resaltar el PLANDETUR 2020. Este proyecto tiene como finalidad convertir al Ecuador como un destino turístico de primera, seguro y de calidad internacional.

b) Aspectos Económicos

Unas de la ventajas para la operadora turística, es el gasto por estadía de un extranjero, siendo en el 2006 de \$595,00 proyectando un incremento para el 2020 de \$967,00. El gasto de un turista interno, estimado por día oscila entre \$47 y \$62 en el 2010.

El Ministerio de turismo señala que el consumo turístico interno 2003, está basado en transporte por carretera 50%, agencias de viajes 17%, restaurantes y hoteles 8%, no específicos 7% y otros 10%. Por tal motivo, se tomará en cuenta

la organización de viajes por parte de turistas internos sin intermediación de una operadora turística, ya que es una gran amenaza al momento de crear productos turísticos para este segmento. Por regular las personas ecuatorianas optan por viajar en familia usando sus propios vehículos, casas o departamentos.

Otro factor económico es el sistema inflacionario en abril 2011 se ubicó en 0.82%, mostrando aceleración respecto de los tres meses anteriores y con indicativos de estacionalidad en dicho mes, ya que los precios al consumidor de igual mes del año anterior, aumentaron en 0.52%. En términos anuales, la inflación continúa aumentando, al situarse en el 3.88%, según El Banco Central del Ecuador.

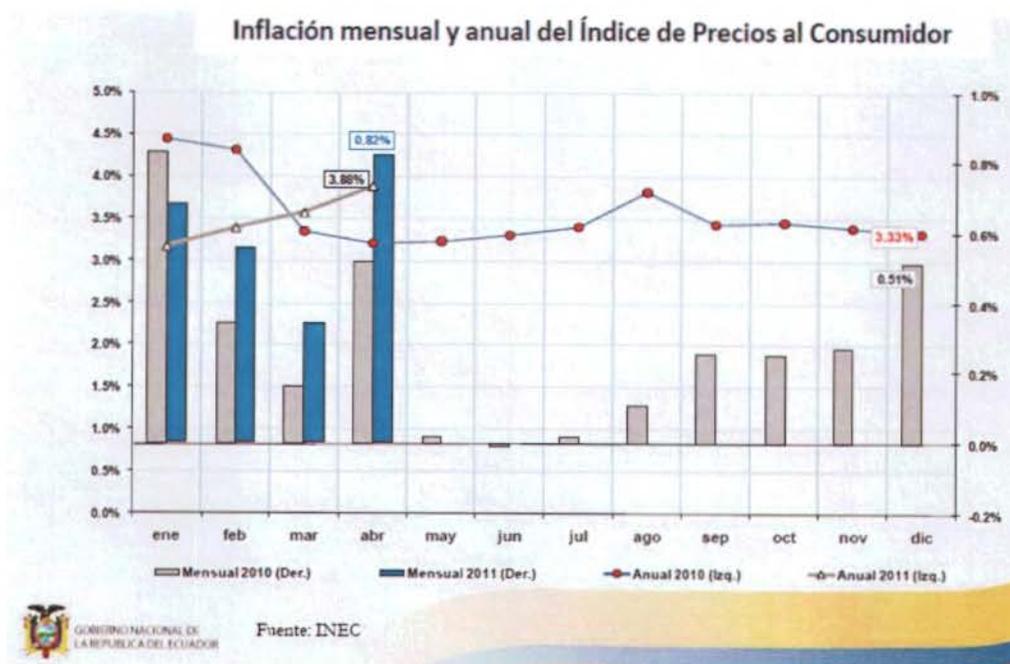


Gráfico N° 22 Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador.

Autores: Investigadores

Es decir, que el aumento del sistema inflacionario está afectando el desarrollo del turismo: aumentando precios de los productos, el salario y costo de producción.

Un claro ejemplo es el alza del salario básico de USD 240 a USD 264, produjo un aumento en los costos de productos y servicios; es decir, provocó una

espiral inflacionaria, restringiendo el turismo. Entre la mayor inflación acumulada es por el consumo de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas con 4.24% en el período de enero-abril 2011.

c) Aspectos Socio-Cultura

La población de la tercera edad está en un constante crecimiento, siendo en el 2010 con 1.301 personas y proyectado para el 2050 con 4.000 personas.

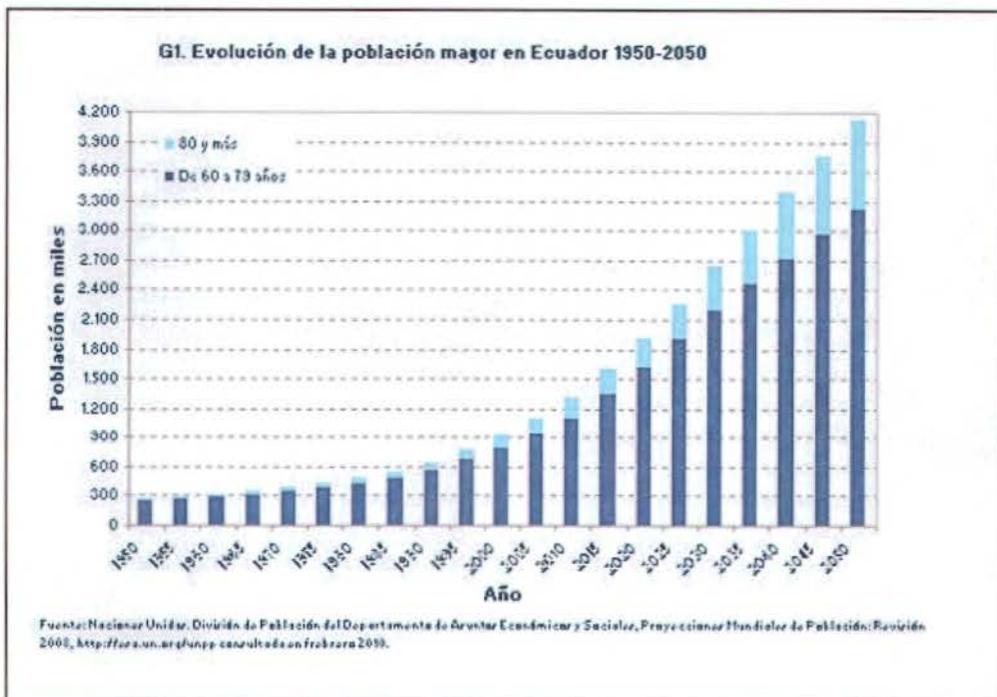


Gráfico N° 23 Fuente: Naciones Unidas. División de Población del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Proyecciones Mundiales de Población: Revisión 2008, <http://esa.un.org/unpp> consultada en febrero 2010. Autores: Investigadores

La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos.

d) Aspectos Tecnológicos

El Ecuador es un país que se mantiene al día en cuanto a recursos tecnológicos se refiere. Ecuador no es productor de tecnología, pero si un gran consumidor de productos que van desde los celulares hasta máquinas industriales, así como de servicios relacionados con estos productos siendo los principales el internet y la televisión por cable.

Estos productos y servicios tecnológicos se utilizan en muchos sectores que van desde las telecomunicaciones hasta el entretenimiento.

Las empresas exitosas recurren cada vez más al uso de este tipo de recursos con el fin de mantenerse a la vanguardia del sector en las cuales se desenvuelven.

Esto es evidente también en la vida común del sector urbano donde cada vez son más personas que tienen una computadora en casa como parte de sus artículos electrónicos indispensables.

El uso del internet es también frecuente dentro de este círculo donde ahora es extraño encontrarse con alguien que no tenga como mínimo su dirección de correo electrónico.

4.3. MARKETING

4.3.1. PLAN DE MARKETING

a) Análisis FODA

Fortalezas

- ✓ Idea innovadora, desarrollo de mercado no explotado o especializado.
- ✓ Servicio personalizado.
- ✓ Personal especializado.

- ✓ La costa ecuatoriana es una región de gran diversidad paisajística y de recursos variados.

Oportunidades

- ✓ Sol y playa principal motivo de desplazamiento para el turista.
- ✓ Alianza con el Ministerio de Turismo para que nos proporcione material promocional.
- ✓ Por ser viajes para la tercera edad las tarifas son más bajas. Por ejemplo: descuentos en los transportes turísticos, museos y espectáculos.
- ✓ Desarrollo de otros productos turísticos hacia otras regiones del Ecuador: Andes, Amazonía y Galápagos.

Debilidades

- ✓ La salud del pasajero, ya que puede sufrir algún percance debido a su edad.

Amenazas

- ✓ Desastres ambientales, ecológicos, etc, que afecten a la venta de productos turísticos.
- ✓ Fuerte competencia tenemos: Metropolitan Touring, Klein Tours y Ecuadorian Tours.
- ✓ Aumento acelerado del sistema inflacionario afectando a las tarifas ya establecidas.

b) Análisis de la Competencia

Según datos reales entregados por la Superintendencia de Compañías, en la ciudad de Guayaquil existen 85 empresas operadoras de turismo. Con estos antecedentes se puede deducir claramente que la competencia a nivel de la

Provincia del Guayas existe, pero que no se ha explotado aún el servicio turístico para adultos mayores. A pesar de ello se tiene identificadas a las competencias directas e indirectas:

Competencia Directa



La Operadora Turística Ecuador For All ubicada en Quito Av. Amazonas N22-131 y Veintimilla. Ed. Espinoza 801, se encuentra en el mercado desde hace 5 años; brinda asesoría y venta de paquetes turísticos a personas discapacitadas como: deficiencia visual, problemas de audición, minusválidos y tercera edad. El paquete turístico más vendido en la costa ecuatoriana tiene un precio de \$ 310,00 dólares, siendo este de 3 días y 2 noches, con un mínimo de 20 pasajeros.

Competencia Indirecta

Las empresas guayaquileñas a las cuales se considera competencia indirecta son:



La agencia Metropolitan Touring ubicada en Guayaquil en la Millennium Gallery del World Trade Center (Local # 7), brinda asesoría y venta de productos turísticos, ha permanecido en el mercado durante 53 años, fue la pionera en turismo sustentable y de los viajes a expedición de la Isla Galápagos. Metropolitan Touring opera en Ecuador, Colombia, Perú, Chile, Argentina y

Brasil. Presta un servicio de excelente calidad a sus clientes, el paquete turístico más vendido en la región costa de 3 días y 2 noches tiene un valor de \$ 270,00 dólares, con un mínimo de 20 pasajeros.



La agencia de viajes Klein Tours ubicada en Guayaquil Kennedy Norte (atrás del Hilton Colón), ha permanecido en el mercado durante 27 años, siendo unas de las agencias más importantes del Ecuador, con una Línea de Cruceros de Lujo en la Isla Galápagos. Presta servicios de asesoría y venta de productos turísticos, el rango de precios de un paquete turístico de 3 días y 2 noches hacia la región costa está en \$ 290,00 dólares, con un mínimo de 20 pasajeros.

Competencia Directa

SERVICIOS					
EMPRESA	TIPO DE SERVICIO	CALIDAD	COBERTURA	PRECIO (20 paxs.) 3 DÍAS Y 2 NOCHES	TIEMPO EN EL MERCADO
Ecuador for All (Quito)	Asesoría/ Turismo para la tercera edad y minusválidos, deficiencia visual y problemas de audición.	Muy Buena	Nacional	\$ 310,00	5 años

Competencias Indirecta

SERVICIOS					
EMPRESA	TIPO DE SERVICIO	CALIDAD	COBERTURA	PRECIO (20 paxs.) 3 DÍAS Y 2 NOCHES	TIEMPO EN EL MERCADO
Metropolitan Touring	Asesoría/ Turismo para todas las edades	Excelente	Nacional/ Internacional	\$ 270,00	53 años
Klein Tours	Asesoría/ Turismo para todas las edades	Excelente	Nacional/ Internacional	\$ 290,00	27 años

Cuadro N 24 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

c) Productos y Servicios

GeriaCost Tours ofrecerá tours, excursión y paquetes turísticos a para adultos mayores, para ello se encargará de asesorar y velar por el bienestar del cliente, comprometiéndose a:

- ✓ Informar claramente al viajero sobre las características de los destinos, los servicios que obtendrá así como quien se los proveerá y los viajes existentes.
- ✓ Ayudar al cliente en la selección del viaje más adecuado de acuerdo a sus necesidades específicas.
- ✓ Proteger la salud del cliente, dándoles atención de enfermería en cada uno de los viajes.
- ✓ Facilitarle un seguro de viaje, en caso de posibles accidentes.

d) Factores Críticos de Éxito

Innovación de productos turísticos para adultos mayores con la finalidad de brindar seguridad en cada viaje, de esta manera se pretende que el turista pueda relajarse y gozar de las diversidades que posee la costa ecuatoriana. Para ello, se elaboró una ficha médica de cada pasajero que permita observar su estado de salud; y, además en cada ruta turística habrá una auxiliar de enfermería y un guía nacional con conocimientos de primeros auxilio.

4.3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

a) Plan de la Investigación

Responde al proceso sistemático de investigación científica incluido en el capítulo III: Metodología. Asume el paradigma de investigación cuantitativa-descriptiva, de campo y de proyecto factible, con sus correspondientes parámetros de población y muestra representativa, variables inmersas, técnicas e instrumentos de rigor, etc, para descifrar el perfil del problema, establecer las bases de

diagnóstico y sustento científico-técnico imprescindibles en el diseño y estructuración del presente proyecto.

b) Muestreo

Se aplica la técnica de muestreo probabilístico (aleatorio).

¿Por qué? y ¿Cómo?

De la población o universo involucrada en el problema, cada representante de las operadoras turísticas y cada adulto mayor tiene una probabilidad igual cuantificable de ser seleccionado mediante muestreo al azar e integrar la muestra representativa.

¿Con qué? y ¿Cuánto?

- ✓ Empleo de técnicas de observación, lectura comprensiva y crítica, encuestas estructuradas.
- ✓ La muestra representativa incluye doce representantes de Empresas Turísticas locales; y,
- ✓ Trescientos adultos mayores
¿Cuándo? y ¿Dónde?
- ✓ Se realiza observaciones, estudio bibliográfico y aplicación de encuestas a los integrantes de la muestra representativa durante días y horas laborables.
- ✓ Se concurre a los siguientes lugares:
 - Oficinas de las operadoras turísticas de Guayaquil seleccionadas.
 - Turistas Nacionales: Centros Comercial Policentro; Escuela de la Tercer Edad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte; Aeropuerto José Joaquín de Olmedo; Iglesia San Gabriel (Kennedy) y Catedral y hogares de amistades de los investigadores.
 - Turistas Internacionales; Parque Seminario; Malecón Simón Bolívar; Cerro Santa Ana; Salinas y Montañita.

4.3.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

a) Objetivos de Marketing

- ✓ Posesionar la marca de la empresa en el mercado nacional, en un período de 5 años.
- ✓ Incrementar en un 4,4 % la cartera de clientes, en el lapso de 1 año.
- ✓ Elaborar estrategias de ventas y publicidad para captar la atención adultos mayores, logrando así ser su primera opción.

b) Objetivos Financieros

- ✓ Aumentar el margen de ganancia a un 4,44% con respecto al primer año de funcionamiento.
- ✓ Recuperar la inversión en un lapso de 3 años aproximadamente.

c) Segmentación y Mercado Meta



d) Posicionamiento

Se pretenderá construir una percepción en la mente de los adultos mayores para que ellos califiquen a la empresa como la mejor solución ante la necesidad de viajar y nos ubiquen en un lugar preferente cuando tengan que tomar una decisión de compra.

Para determinar de manera fiable u objetiva el posicionamiento de la empresa se realizó encuestas, basada en gustos y deseos de adultos mayores.

La empresa tiene dos objetivos de posicionamiento:

- ✓ Brindar en cada viaje un ambiente agradable y acogedor, basado en conocimiento cultural y natural; logrando **no solo un viaje, sino una experiencia enriquecedora.**
- ✓ Ofrecer calidad en cada producto turístico, protegiendo o salvaguardando a los adultos mayores.

Mediante estos objetivos se reflejará la durabilidad, confianza y precisión del producto.

Finalmente, la importancia de ocupar una posición preferente en la mente del turista, es que de ello dependerá en gran medida la venta de la marca y los ingresos de la empresa.

e) Estrategias de Marketing Mix

✓ *Producto*

Ofertar productos turísticos por la costa ecuatoriana que satisfagan las necesidades de adultos mayores, que incluyan transportación, alojamiento, alimentación, guianza turística profesional, servicio de enfermería y seguro de viaje, en el caso de tratarse de un paquete turístico. Las políticas de operación de los productos turísticos serán:

- Tarifa no es reembolsable, pero si pasajero por motivos de urgencia no pudo viajar tendrá la oportunidad en otra fecha, siempre y cuando la cancelación haya sido 5 días antes.
- En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

Tours, Excursiones y Paquetes Turísticos

GC-GYE-001

TOUR DE LA SANTIDAD

4 Horas

“Ven y Fortalece Tu Fe Disfrutando del Turismo”

La riqueza que encierra esta ruta es ofrecer al turista un encuentro a los lugares sagrados, que han sido objeto de peregrinación por parte de muchos fieles como: el Santuario del Divino Niño en Durán y la Catedral de San Jacinto en Yaguachi

Tarifa: \$ 33,70 A PARTIR DE 26 PERSONAS

El Tour Incluye:

- ✓ Traslado Guayaquil - Durán - Yaguachi - Guayaquil
- ✓ Traslado Durán -Yaguachi en ferrocarril
- ✓ Servicio de transporte turístico cómodo y full equipo
- ✓ Servicio de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Visita al Santuario del Divino Niño en Durán y a la Catedral de San Jacinto en Yaguachi
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Boleto de Ferrocarril
- ✓ Alimentación - Snacks
- ✓ Seguro de viaje

El Tour No Incluye:

- ✓ Alimentación - Almuerzo
- ✓ Servicios no especificados
- ✓ Gastos Extras

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.
- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.
- ✓ El tour se puede realizar sábado, domingo y feriados.

Recomendaciones:

- ✓ Ropa cómoda y zapatos deportivos
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Uso protector solar
- ✓ Llevar consigo medicinas diagnosticadas

Itinerario

Salida de Guayaquil con destino a Durán a las 11h00 desde la estación de gasolina ubicada frente al terminal terrestre. Luego de 15 minutos se visitará el **Santuario del Divino Niño** en el cantón Durán, según sus devotos esta imagen permite mantener a pequeños negocios. Posteriormente se visitará la Estación del Ferrocarril - Tren Histórico construido por el ex presidente Eloy Alfaro en 1908; se tomará el tren para realizar el traslado al cantón Yaguachi donde se conocerá su principal atractivo: la **Catedral de San Jacinto** y además deleitar su rica gastronomía como el Dulce de Los Reyes. Retorno a Guayaquil a partir de las 14h00.

TOUR CULTURAL

3 Horas

“Viaja en el Tiempo y Conoce el Espectacular Guayaquil Antiguo”

Guayaquil está ubicado en la costa del Pacífico en la región litoral del Ecuador, rodeada por el río Guayas y el Estero Salado.

Tarifa: \$ 28,49 A PARTIR DE 26 PERSONAS

El Tour Incluye:

- ✓ Servicio de transporte cómodo y full equipo
- ✓ Servicio de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Visita a la Plaza Centenario, Parque Seminario, Museo Municipal de Guayaquil, Plaza de la Integración, Palacio de Cristal, Plaza Olmedo, Plaza Cívica, Plaza de la Administración, Hemiciclo de la Rotonda y Barrio de las Peñas.
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Alimentación – Snacks
- ✓ Seguro de viaje

El Tour No Incluye:

- ✓ Alimentación – Almuerzo
- ✓ Servicios no especificados
- ✓ Gastos Extras

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.
- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

Recomendaciones:

- ✓ Ropa cómoda y zapatos deportivos
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Llevar consigo medicinas diagnosticadas

Itinerario

Salida a las 9h00 desde la estación de gasolina ubicada frente al terminal terrestre. Luego de 5 minutos se visitará la **Plaza Centenario** donde se encuentra el monumento La Columna de Próceres, rindiendo homenaje a los héroes y mentalizadores de la emancipación local. Posteriormente se llegará al **Parque Seminario** famoso por su gran variedad de iguana y al **Museo Municipal de Guayaquil** importante por su arqueología, historia, arte colonial y arte moderno, se podrá admirar las “tzantzas” cabezas humanas reducidas.

Luego se visitará los distintos atractivos del Malecón Simón Bolívar:

- **El Palacio de Cristal** cuya edificación fue traída desde Francia y diseñada por Eiffel en el año de 1905, el turista puede comprar artesanías autóctonas del lugar.
- **Plaza Olmedo** donde se levanta el monumento al poeta José Joaquín de Olmedo, primer alcalde la ciudad.
- **Plaza de la Administración** tiene este nombre por ubicarse cerca del municipio y la gobernación, es un paso peatonal donde se encuentra varios monumentos de la historia como Sucre y la Fragua de Vulcano - lugar donde se planificó la revolución del 9 de Octubre.
- **Plaza Cívica** es el lugar más representativo de la ciudad de Guayaquil, en el se encuentra el **Hemiciclo de la Rotonda** conmemora la reunión de los libertadores Simón Bolívar y San Martín.

Y Finalmente el **Barrió Las Peñas**, el lugar más antiguo de Guayaquil, donde vivieron personajes importantes de la historia.

TOUR AL BOSQUE PROTECTOR CERRO DE HAYAS**Full day - 10 Horas****“El Discreto Encanto de lo Natural**

El cantón Naranjal está ubicado a 60 minutos de Guayaquil, es un interesante sitio para convivir con la Comunidad Shuar y bañarse en sus famosas aguas termales con su alto poder curativo.

Tarifa: \$ 42,28 A PARTIR DE 26 PERSONAS**El Tour Incluye:**

- ✓ Traslado Guayaquil – Naranjal – Guayaquil
- ✓ Servicio de transporte cómodo y full equipo
- ✓ Visita al Bosque Protector Cerro de Hayas y aguas termales de la comunidad Shuar
- ✓ Asistencia de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Alimentación – Almuerzo
- ✓ Seguro de viaje

El Tour No Incluye:

- ✓ Alimentación – Desayuno
- ✓ Servicios no especificados
- ✓ Gastos Extras

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.
- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

- ✓ El tour se lo puede realizar viernes, sábado, domingo y lunes.

Recomendaciones:

- ✓ Ropa cómoda y zapatos deportivos
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Uso de protector solar y gorra
- ✓ Traje de baño
- ✓ Llevar consigo medicinas diagnosticadas

Itinerario

Salida de Guayaquil con destino al cantón Naranjal a las 7h00 desde la estación de gasolina ubicada frente al terminal terrestre. Luego de 60 minutos se visitará el **Bosque Protector Cerro de Hayas** famosa por variedad de atractivos turísticos como cascada, ríos y montañas y además por su flora y fauna como: orquídeas, palma, oso hormiguero, perezoso. Después se visitará el **Centro Shuar Aguas Termales**, el turista podrá admirar el estilo de vida de la Comunidad Shuar y tener un baño totalmente relajante y curador en las aguas termales de 45 °C. Retorno a Guayaquil a partir de las 16h00.

GC-GYE-021

EXCURSIÓN HISTÓRICA

12 Horas

“Ven y Conoce la Ciudad Pionera en Minas del Ecuador y su sitios históricos de sus alrededores”

Ancón Patrimonio del Ecuador, está localizado en la América del Sur – Ecuador – Provincia del Guayas, a orillas del océano Pacífico, cuna de la minería en el Ecuador.

Tarifa: \$ 42,52 A PARTIR DE 26 PERSONAS

La Excursión Incluye:

- ✓ Traslado Guayaquil – Santa Elena – Ancón – Salinas – Guayaquil
- ✓ Servicio de transporte cómodo y full equipo
- ✓ Servicio de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Visita al Museo Amantes de Sumpa, a las antiguas minas petroleras de Ancón y Salinas.
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Alimentación - Snack
- ✓ Seguro de viaje

La Excursión No Incluye:

- ✓ Alimentación - Almuerzo
- ✓ Servicios no especificados
- ✓ Gatos Extras

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.
- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

Recomendaciones:

- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Ropa cómoda - Sport
- ✓ Traje de baño
- ✓ Uso de bloqueador solar
- ✓ Seguir las órdenes del guía, para evitar inconvenientes.
- ✓ Llevar consigo medicinas diagnosticadas

Itinerario

Salida de Guayaquil con destino a Santa Elena a las 8h00 desde la estación de gasolina ubicada frente al terminal terrestre. Luego de 2 horas y media se visitará el museo de sitio “**Los Amantes de Sumpa**” en Santa Elena en el cual se aprecian evidencias arqueológicas y osamentas de la Sociedad Las Vegas, la más antigua de la costa ecuatoriana, destacándose el enterramiento de una pareja de jóvenes con una datación de 10.000 años. Posteriormente se visitará el **Campamento Minero de Ancón** para observar los primeros pozos petrolíferos del Ecuador, siendo este el mejor del Mundo, con una infraestructura tipo inglesa. Continuando con el recorrido por las márgenes de las playas se llegará al cantón Salinas, almuerzo y tarde libre. Retorno a Guayaquil a partir de las 17h00.

GC-GYE-022

EXCURSIÓN AVISTAMIENTO DE AVES Y DELFINES

12 Horas

Vívelo..!! Todo es Belleza Natural

El Puerto El Morro ofrece variedad de alternativas a los amantes de la naturaleza: como su extenso manglar, su diversidad de aves y la observación de delfines nariz de botella.

Tarifa: \$ 50,07 A PARTIR DE 26 PERSONAS

La Excursión Incluye:

- ✓ Traslado Guayaquil – Puerto El Morro – Villamil Playas – Guayaquil
- ✓ Servicio de transporte cómodo y full equipo
- ✓ Servicio de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Visita al Cerro del Muerto, Santuario de la Virgen de Roca, Iglesia San Jacinto del Morro, Puerto El Morro y Villamil Playas.
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Recorrido en lancha
- ✓ Alimentación – Almuerzo
- ✓ Seguro de Viaje

La Excursión No Incluye:

- ✓ Alimentación – Desayuno
- ✓ Servicios no especificados
- ✓ Gastos Extras

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.
- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

Recomendaciones:

- ✓ Ropa cómoda sport
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Traje de baño
- ✓ Protector solar y gorra
- ✓ Seguir las órdenes del guía en la lancha para evitar inconvenientes
- ✓ Llevar consigo medicinas diagnosticadas

Itinerario

Salida de Guayaquil con destino al Puerto El Morro a las 7h30 desde la estación de gasolina ubicada al frente del terminal terrestre. Luego de 90 minutos se visitará el **Cerro El Muerto** es llamado así porque tiene forma de un humano acostado boca arriba semejando que está muerto, además se podrá observar una gran variedad de flora y fauna como: algarrobo, ceibo, pitajaya, gaviota, garzas, piqueros, pelicanos, demás. Otro de los atractivos de este lugar es el **Santuario Virgen de Roca**, imagen que fue vista por varios colonos hace 200 años. Después se visitará la **Iglesia San Jacinto** en la parroquia El Morro importante edificación colonial, construida con madera y adobe en el año 1737, almuerzo. Continuando con recorrido se llegará al **Puerto El Morro**, observación de delfines nariz de

botella conocidos como Bufeos. Finalmente visita a **Villamil Playas**, para disfrutar de su hermoso clima y comprar artesanías. Retorno a Guayaquil a partir de las 17h00.

GC-GYE-023

EXCURSIÓN DE LA FE

10 Horas

Si Tu Motivación Principal es Tu Fe, !! Ven y Conoce a Cristo Negro !!

El cantón Daule considerada la Capital Arrocera e importante sitio para visitar el Santuario del Cristo Negro.

Tarifa: \$ 52,13 A PARTIR DE 26 PERSONAS

La Excursión Incluye:

- ✓ Traslado Guayaquil – Daule – Guayaquil
- ✓ Servicio de transporte cómodo y full equipo
- ✓ Servicio de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Visita al Santuario Cristo Negro, Riberas del Daule y Zoológico El Pantanal.
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Recorrido en lancha
- ✓ Alimentación – Almuerzo
- ✓ Seguro de Viaje

La Excursión No Incluye:

- ✓ Alimentación - Desayuno
- ✓ Servicios no especificados
- ✓ Gastos Extras

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.

- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

Recomendaciones:

- ✓ Ropa cómoda sport
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Protector solar y gorra
- ✓ Seguir las órdenes del guía en la lancha para evitar inconvenientes
- ✓ Llevar consigo medicinas diagnosticadas

Itinerario

Salida de Guayaquil con destino a Daule a las 8h00 desde la estación de gasolina ubicada frente al terminal terrestre. Luego de 50 minutos se visitará el **Santuario del Cristo Negro**, según la leyenda durante la época de la colonia un esclavo tocó la imagen de Cristo y fue azotado por su amo español, mientras esto ocurría, la imagen se tornó del color del esclavo como muestra de solidaridad. Posteriormente se hará un recorrido en las **Riberas de Daule**, para observar su flora y fauna como: pato cuervo, garza blanca, caña guadua, laurel, guayaba, etc.; almuerzo. Retornando a Guayaquil se visitará el **Zoológico El Pantanal**.

GC-GYE-031

PAQUETE TURÍSTICO A LA CIUDAD ALFARO

2 días y 1 noche

¡Si Viajar es Tú Pasión, Manabí es Tu Opción!

Montecristi es una población de gran riqueza histórica por ser cuna del famoso revolucionario liberal Eloy Alfaro. Está ubicado al sur oriente de la provincia de Manabí, se destaca por la fabricación de sombreros de paja toquilla.

Tarifa: \$ 150,45 A PARTIR DE 26 PERSONAS

El Paquete Turístico Incluye:

- ✓ Traslado Guayaquil – Manta – Portoviejo – Guayaquil
- ✓ Servicio de transporte cómodo y full equipo
- ✓ Servicio de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Visita a la Ciudad Alfaro en Montecristi, Playa Murciélago en Manta, Bosque Tropical Húmedo Pacoche, Comunidad de Pile, Catedral Jesús del Buen Pastor en Portoviejo y Jipijapa.
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Alojamiento en el Hostal Vistalmar Manta /Categoría: Primera/ Cabañas: cuádruple, séxtuple y matrimonial.
- ✓ Recorrido en lancha
- ✓ Comidas respectivas indicadas
- ✓ Seguro de viaje
- ✓ Impuestos hoteleros

El Paquete Turístico No Incluye:

- ✓ Servicios extras pedidos al hotel o fuera de este.
- ✓ Bebidas y comidas no especificadas.

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.
- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

Recomendaciones:

- ✓ Ropa cómoda sport, protector solar y gorra
- ✓ Cámara fotográfica

- ✓ Llevar consigo medicinas diagnosticadas

Itinerario

Día 1

Salida de Guayaquil con destino a Montecristi a las 7h30 desde la estación de gasolina ubicada al frente del terminal terrestre. Luego se visitará la **Ciudad Alfaro** en Montecristi sitio donde reposan las cenizas del viejo luchador, motor del liberalismo y ex presidente de la República Eloy Alfaro; además se podrá conocer unos de los ferrocarriles originales del Ecuador y comprar artesanías autóctonas del lugar. Posteriormente se visitará la **Playa Murciélagos** en Manta para deleitar su gastronomía, almuerzo (no incluido). Check in en el Hostal Vistalmar, coctel de bienvenida y cena (incluido).

Día 2

Desayuno (incluido), se realizará el check out a las 8h30. Luego se visitará el **Bosque Tropical Húmedo Pacoche** lugar para relajarse y admirar su fauna: monos, venados, tigrillo, y su flora como: paja toquilla, laurel, guaba, entre otros. Continuando con el recorrido se llegará a la **Comunidad de Pile** lugar donde se fabrican los sombreros de paja toquilla conocidos como "Panamá Hat". Posteriormente visita a la **Catedral Jesús del Buen Pastor** en Portoviejo, considerada una obra maravillosa arquitectónica, formada por dos cuputin, tres puertas y campana de bronce, almuerzo (no incluido). Retornando a Guayaquil se deleitará en **Jipijapa** las exquisitas tortillas de maíz con el aromático café colado.

GC-GYE-032

PAQUETE TÚRISTICO CULTURAL Y NATURAL

3 días y 2 noches

¡Arqueología, Sol y Playa, Un Deleite Sudamericano!

La riqueza de esta ruta es ofrecer variedad de alternativas a los amantes de la naturaleza y la cultura, por la Costa del Pacífico.

Tarifa: \$ 213,97 A PARTIR DE 26 PERSONAS

El Paquete Turístico Incluye:

- ✓ Traslado Guayaquil – Ballenita – Puerto López – Guayaquil
- ✓ Servicio de transporte cómodo y full equipo
- ✓ Servicio de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Visita al Museo Real Alto, Museo Amantes de Sumpa, Acuario Valdivia, Galería Náutica Farallón Dillon, Santuario de la Virgen Rosa Mística, Avistamiento de ballenas, Comuna de Agua Blanca y Playa los Frailes.
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Alojamiento en la Hostería Farallón Dillon Ballenita /Categoría: Primera/
Habitaciones: triple, cuádruple, quintuple, séxtuple y matrimonial.
- ✓ Alojamiento en la Hostería Oceanic Puerto López /Categoría: Primera/
Cabañas: cuádruple, quintuple, séxtuple y matrimonial.
- ✓ Comidas respectivas indicadas
- ✓ Seguro de viaje
- ✓ Impuestos hoteleros

El Paquete Turístico No Incluye:

- ✓ Servicios extras pedidos al hotel o fuera de este.
- ✓ Bebidas y comidas no especificadas.

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.
- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

Recomendaciones:

- ✓ Ropa cómoda
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Traje de baño
- ✓ Uso de protector solar
- ✓ Llevar consigo medicinas diagnósticadas

Itinerario

Día 1

Salida de Guayaquil a las 8h00 desde la estación de gasolina ubicada al frente del terminal terrestre. Después de 60 minutos se visitará el **Museo Real Alto** en Chanduy, famoso por que en él se encuentran evidencias de unas de las primeras aldeas agro-alfareras-Cultura Valdivia. Luego se hará un recorrido por el **Museo Amantes de Sumpa** en Santa Elena en el cual se aprecian evidencias arqueológicas y osamentas de la Sociedad Las Vegas, la más antigua de la costa ecuatoriana, destacándose el enterramiento de una pareja de jóvenes con una datación de 10.000 años. Almuerzo en Libertad (no incluido). Check in en la Hostería Farallón Dillon Ballenita, coctel de bienvenida y cena (incluido).

Día 2

Desayuno y almuerzo (incluido), mañana libre para disfrutar de la playa y de las instalaciones del hostel como; galería náutica, piscina, mirador, etc. Check out a las 13h00. Posteriormente se visitará **El Acuario Valdivia**, donde se encuentran importantes especies del Ecuador como lobo marino, pingüino Oscar, piqueros patas azules, estrella de mar y demás. Luego se visitará el **Santuario de la Virgen Rosa Mística** en Olón, según sus devotos lloró sangre en 1990, posee una cripta para orar, el turista tiene que quitarse los zapatos antes de ingresar. Check in en la Hostería Oceanic en Puerto López, cena (incluido).

Día 3

Desayuno (incluido), a las 9h00 se realizará un tour de **Avistamiento de Ballenas Jorobadas** desde Puerto López hacia la Isla de la Plata (este tour está disponible de junio a septiembre) / o **Visita a la Playa de los Frailes**, almuerzo (no incluido). En la tarde se visitará la **Comuna de Agua Blanca** para conocer sobre la Cultura Manteña y tener un baño saludable en sus pozos azufrados. Check out a las 15h00. Retorno a Guayaquil.

GC-GYE-033

PAQUETE TURÍSTICO SOL Y PLAYA

3 días y 2 noches

Ven y conoce la Ciudad Verde “Esmeraldas”

Esmeraldas te invita a compartir lo mejor de su cultura como: su alegría, hospitalidad y gastronomía.

Tarifa: \$ 207,15 A PARTIR DE 26 PERSONAS

El Paquete Turístico Incluye:

- ✓ Traslado Guayaquil – Esmeraldas – Guayaquil
- ✓ Servicio de transporte cómodo y full equipo
- ✓ Servicio de guía profesional de turismo bilingüe
- ✓ Visita a la playa Atacames, playa Súa, Isla de los Pájaros, Cueva del Amor, playa Same y playa Escondida.
- ✓ Asistencia de enfermería oportuna
- ✓ Alojamiento en el Hotel Cielo Azul /Categoría: Primera/ Habitaciones: cuádruple, quíntuple, séxtuple y matrimonial.
- ✓ Comidas respectivas indicadas
- ✓ Seguro de viaje
- ✓ Impuestos hoteleros

El Paquete Turístico No Incluye:

- ✓ Servicios extras pedidos al hotel o fuera de este.
- ✓ Bebidas y comidas no especificadas.

Notas Importantes:

- ✓ La tarifa no es reembolsable.
- ✓ En caso de problemas o catástrofes naturales se cambiará el itinerario y/o fecha de viaje.
- ✓ La operadora turística no se responsabiliza por objetos perdidos.
- ✓ Los adultos mayores deberán llenar una ficha médica y reportar algún problema de salud.

Recomendaciones:

- ✓ Ropa cómoda
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Traje de baño
- ✓ Uso de protector solar
- ✓ Llevar consigo medicinas diagnósticas

Itinerario

Día 1

Salida de Guayaquil a las 6h00 desde la estación de gasolina ubicada al frente del terminal terrestre. Después de 7 horas se llegará a la hermosa **Playa Atacames**, check in en el Hotel Cielo Azul, almuerzo (incluido). Al atardecer se podrá disfrutar de la playa y comprar artesanías fabricadas de materiales como: la tagua, coco, la concha y bambú. Cena (incluida). En la noche el turista podrá divertirse en los bares que se encuentran a orillas de la playa y degustar de la mejor bebida exótica el “Coco Loco”.

Día 2

Desayuno (incluido), a las 9h00 se visitará la playa Súa para realizar un recorrido en lancha a la **Isla de los Pájaros**, el turista podrá observar: fragatas, pelícanos, piqueros patas azules y garzas; además se llegará a la **Cueva del Amor** formada por acción de las olas. Almuerzo en Súa para deleitar de su gastronomía “el encocado” (no incluido). Posteriormente se visitará la hermosa **Playa Same** rodeada de vegetación, ideal para disfrutar del sol y playa. Regreso al hotel, cena (incluida).

Día 3

Desayuno (incluido), a las 9h00 se visitará la **Playa Escondida**, rodeada de formaciones rocosas con un impresionante paisaje, en el se podrá observar una gran variedad de aves como: pelícanos, fragatas, colibríes, playeros, martín pescador, horneros, loros, pericos, caciques y demás. Check out a las 14h00. Retorno a Guayaquil.

✓ Plaza

Luego de analizar varios sectores de la urbe se llegó a la conclusión de que la ubicación más idónea sería el Centro Comercial Policentro al norte de Guayaquil, debido a la gran afluencia de adultos mayores que visitan el lugar.

Es importante mencionar que Guayaquil es un importante centro de comercio para el turismo nacional e internacional de primera clase y negocios multinacionales.

Unos de nuestros medios de distribución será la de mantener una estrecha relación con las agencias de viajes mayoristas de Estados Unidos, España y México, para dar a conocer nuestros productos turísticos exclusivos para adultos mayores con destino a la costa ecuatoriana. Además por cada producto turístico vendido por las agencias mayoristas se le acreditará el 10% descuento.

AGENCIAS DE VIAJES MAYORISTAS			
Nombre	Lugar	Teléfono	Pág. Web
Nubia Tours	Granada	90 202 18 08	www.nubiatours.com
Excellente Tours	Barcelona	93 210 86 13	www.excellentetours.com
MG Tours	Madrid	91 559 88 66	www.mgtours.com
	Barcelona	93 301 06 57	
Corporate Travel Service	Houston	55 8525 2233	www.cts.com.mx
Julia Tours	México D.F.	01 (55) 52 08 56 03	www.juliatours.com.mx
NaviTur	México D.F.	01 (55) 55 66 23 06	www.navitur.com.mx

Cuadro N 25 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

También se tendrá una relación con las agencias de viajes minorista de Guayaquil como Emelatour, Saitur, City Tour, Global Tours, Ecuadorian Tours.

✓ **Precio**

El precio esta fijado en base al destino, tiempo de estadía, temporada y actividades que nuestro mercado objetivo desee y competencia. Por ser personas de la tercera edad la tarifa es baja (descuentos de los proveedores).

El período de pago será hasta 5 días antes del viaje. Entre las condiciones y facilidades de pago son: efectivo, tarjeta de crédito diferido hasta 3 o 6 meses con intereses (Dinner Club y Visa) y tarjeta de débito.

La operadora turística determino que por cada producto turístico a vender tendrá una utilidad del 40%. A continuación se detalla la tarifa de los tours, excursiones y paquetes turísticos:

TARIFA POR PERSONA EN USD								
PRODUCTO TURÍSTICO	CODIGO	FTIS			GRUPOS			
		1	2	3	(4-9)	(10-15)	(16-25)	(+26)
Tour de la Santidad	GC-GYE-001	\$ 180,55	\$ 101,74	\$ 75,47	\$ 69,98	\$ 41,75	\$ 38,52	\$ 33,70
Tour Cultural	GC-GYE-002	\$ 159,91	\$ 89,13	\$ 65,53	\$ 61,38	\$ 35,56	\$ 32,93	\$ 28,49
Tour al Bosque Protector Cerro de Hayas	GC-GYE-003	\$ 193,55	\$ 112,44	\$ 85,41	\$ 79,54	\$ 50,62	\$ 47,21	\$ 42,28
Excursión Histórica	GC-GYE-021	\$ 386,94	\$ 202,64	\$ 141,21	\$ 129,60	\$ 62,85	\$ 49,98	\$ 42,52
Excursión Avistamiento de Aves y Delfines	GC-GYE-022	\$ 411,40	\$ 218,31	\$ 153,95	\$ 140,88	\$ 71,49	\$ 57,96	\$ 50,07
Excursión de la Fe	GC-GYE-023	\$ 407,58	\$ 217,55	\$ 154,20	\$ 141,64	\$ 73,17	\$ 59,87	\$ 52,13
Paquete Turístico a la Ciudad Alfaro	GC-GYE-031	\$ 1.099,48	\$ 595,59	\$ 427,63	\$ 381,86	\$ 207,76	\$ 171,88	\$ 150,45
Paquete Turístico Cultural y Natural	GC-GYE-032	\$ 1.229,16	\$ 690,86	\$ 511,43	\$ 459,94	\$ 275,52	\$ 237,06	\$ 213,97
Paquete Turístico Sol y Playa	GC-GYE-033	\$ 1.281,13	\$ 712,27	\$ 522,65	\$ 466,05	\$ 276,46	\$ 233,62	\$ 207,15

Cuadro N° 26 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

✓ *Promoción*

GeriaCost Tours se basará en tres herramientas promocionales:

Ventas Personales

El Ejecutivo de Ventas se encargará de ofrecer directamente a los adultos mayores los productos turísticos, se le requerirá tener su propia base de datos.

Publicidad

Para la captación del mercado local, se realizará varias estrategias publicitarias, entre ellas tenemos:

Enviar a las diferentes direcciones de correo electrónico, los productos y servicios que oferta la operadora; esperando que sean respondidos y tomados en cuenta por quienes lo leen y aceptan gustosos. La base de datos será otorgada por el registro civil del Guayas.

Distribuir flayers, folleto y trípticos a los hoteles, restaurantes, complejos, Subsecretaria de turismo de Guayaquil y Cámara de Turismo del Guayas, es decir, tendremos una especie de alianza que nos permitirá mostrar los productos turísticos.

Se realizará una publicidad en prensa escrita El Universo / La Revista, el cual circula el día domingo. Y así mismo la operadora turística estará registrada en la TransPort - Guía técnica de transporte y turismo del Ecuador.

La empresa participará en la Feria Internacional de Turismo en Ecuador (FITE), realizada en septiembre de cada año, para promocionar y vender los tours, excursiones y paquetes turísticos.

Una herramienta necesaria y rápida para difundir GeriaCost Tours es la Página web y Facebook (www.geriacostours.com).

La mayor publicidad que la operadora turística obtendrá son sus propios clientes; gracias a los buenos productos y servicios que se ofrecerá, los consumidores se referirán a sus familiares y amigos.

Promociones de Ventas

Durante el primer trimestre se aplicará una promoción para ganar clientela, lo cual consiste en unas tarjetas que serán entregadas a los clientes por su primera compra, estas serán ponchadas por cada compra de un producto turístico mayor a USD 50,00 que equivaldrá a 2 puntos y completado 10 puntos, el turista se hará acreedor a un pasaje gratis.

También se otorgará a las agencias de viajes mayoristas y ejecutivo de ventas, un pasaje gratis por la venta un paquete turístico de 14 paxs, esto perdurará durante 5 años.

4.3.4. PRESUPUESTO ANUAL DE MARKETING

Fecha	Actividad	Descripción	Costo
1er. Trimestre	El Universo – La Revista	Día: domingo. Tamaño: 9,42cm X 11,22cm = \$940	\$ 2.820,00
	TransPort	Guía técnica de transporte y turismo del Ecuador	\$ 73,08
2do. Trimestre	El Universo – La Revista	Día: domingo. Tamaño: 9,42cm X 11,22cm = \$940	\$ 2.820,00
	Flayers	Distribuidas en lugares de mucha concurrencia	\$250,00
	TransPort	Guía técnica de transporte y turismo del Ecuador	\$ 73,08
3er. Trimestre	FITE	Tamaño: stand 6m2	\$ 820,00
	Flayers	Entregadas en la FITE	\$ 400,00
	TransPort	Guía técnica de transporte y turismo del Ecuador	\$ 73,08
4to. Trimestre	Flayers	Distribuidas en lugares de mucha concurrencia	\$ 250,00
	TransPort	Guía técnica de transporte y turismo del Ecuador	\$ 73,08
Costo Total			\$ 7.652,32

Cuadro N° 27 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.4. PLAN DE CONTINGENCIA EN SALUD

4.4.1. Antecedentes

En sentido genérico, el diseño, organización y administración de paquetes turísticos implican la previsión e implementación inteligente de todos los recaudos necesarios para ofrecer a la población beneficiaria (niños, adolescentes, jóvenes, adultos, adultos mayores) una experiencia turística de calidad, en sintonía con sus necesidades, motivaciones, experiencias, expectativas, peculiaridades físico – orgánicas de salud y bienestar personal – social.

En sentido específico, las evidencias logradas en la investigación exigen que la oferta de paquetes turísticos direccionados exclusivamente a personas adultas/os mayores, por su caracterización y condición de ser “grupos de riesgo ” dada su avanzada edad, posibilidades de deterioro de la salud y los consiguientes requerimientos que precisan mayor acompañamiento en diversas situaciones, comprometen y exigen a los operadores turísticos la planificación, desarrollo y evaluación de acciones de contingencia posibles y oportunas para preservar su salud.

4.4.2. Justificación

El presente plan de contingencia está preparado para trabajar significativamente por el bienestar humano de los adultos/as mayores usuarios de paquetes turísticos en la costa ecuatoriana, a través de opciones de asistencia, precauciones, atención a problemas urgentes posibles y urgencias medicas, ante los desajustes de salud; procurando la prevención, fortalecimiento y control de su salud individual en la diversidad, para optimizar el estado emocional de actuación en el contexto ambiental, social, cultural y recreativo, dentro del espacio y tiempo de las experiencias turísticas

El plan de contingencia constituye un eje relevante de la oferta turística porque esta direccionado al desarrollo de competencias de atención emergente a personas adultas mayores de parte de los acompañantes turísticos, para informar, orientar y atender a los usuarios en situaciones de control y mantenimiento de la

salud, a través de tres momentos o fases: previa o de preparación, de aplicación de procesos de asistencia y de evaluación

4.4.3. Objetivos: General y Específicos

a) Objetivo General

Ofrecer opciones de información, asistencia e intervención en problemas de salud de atención urgente mediante procedimientos y técnicas factibles para prevenir y salvaguardar el bienestar personal – social de turistas adultos/as mayores.

b) Objetivos Específicos

- ✓ Socializar información y pautas educativas de precaución, autocuidado, primeros auxilios en problemas urgentes de salud de las personas de tercera edad.
- ✓ Dar atención y asistencia en casos y situaciones banales evidentes de desajuste de la salud de los turistas adultos mayores
- ✓ Organizar oportunamente el botiquín de primeros auxilios con medicinas y equipos de asistencia emergente.
- ✓ Incrementar el botiquín básico de medicina natural considerando insumos y equipos necesarios en caso de emergencias.
- ✓ Poner en práctica precauciones y medidas factibles de intervención en casos que requieren atención médica inmediata.

4.4.4. Fases o momentos de intervención

El plan de contingencia en salud comprende el desarrollo de un proceso técnico – administrativo sistematizado que incluye los siguientes momentos o fases de intervención o asistencia al grupo de adultos mayores involucrados en los productos turísticos:

4.4.4.1 Fase previa o de preparación

Destinada a la elaboración, aplicación y procesamiento de una ficha de información general de datos personales y referenciales del perfil de salud de cada participante, con propósitos preventivos de asistencia y atención a problemas urgentes; además, la preparación oportuna de guías y charlas educativas de posibles alternativas y opciones de asistencia, precaución y autocuidado, teniendo presente que un golpe, una caída, un tropiezo o hasta un ataque cardíaco, son accidentes que puedan suceder de un momento a otro y en estas circunstancias hacer lo apropiado para estar saludable.

a) Matriz de diagnóstico, información e implementación

Problemas	Acciones a Implementar	Recursos
Desconocimiento de datos personales y perfil de salud de los turistas adultos mayores.	<ul style="list-style-type: none">✓ Diseño, elaboración y aplicación de una ficha de información personal.✓ Procesamiento de la información y diagnóstico.✓ Organización de una carpeta con los perfiles individuales para la operatividad de las opciones de asistencia en salud.	<p><u>Materiales</u></p> <ul style="list-style-type: none">✓ Computadora✓ Hojas de papel bond tipo oficio✓ Carpeta plástica <p><u>Humanos</u></p> <p>Operadores turísticos, turistas participantes, auxiliar de enfermería.</p>

<p>Falta de información y orientación de opciones de asistencia y autocuidado de los turistas adultos mayores</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración y socialización de una guía de problemas de salud y opciones de asistencia ✓ Charlas previas al grupo de turistas sobre servicios de botiquín, precauciones y alternativas de asistencia en salud ✓ Orientaciones y guías sobre problemas de salud durante la experiencia turística. 	<p><u>Materiales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Computadora ✓ Hojas de información ✓ Apoyos didácticos <p><u>Humanos</u></p> <p>Operadores turísticos, turistas, enfermera.</p>
<p>Limitado contenido de medicamentos y equipos del botiquín básico de primeros auxilios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisión del botiquín del vehículo y sus insumos e incremento de medicinas ✓ Implementación de equipos básicos emergentes: termómetro, tijeras, pinzas, goteros, un par de guantes de látex, esparadrapo, jabón desinfectante de manos, jeringas, gasa; y, medicamentos básicos permitidos en las emergencias (incluidos en el casillero derecho). 	<p><u>Materiales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bandas adhesivas (curitas) ✓ Almohadillas de gasa estéril: regular y sin adhesivo ✓ Cinta adhesiva de 1.2 cm (1/2pulgadas) de ancho ✓ Cintas especiales para cerrar laceraciones leves ✓ Toallitas o compresas con alcohol ✓ Venda elástica (para tobillo torcido, lesiones

		<p>del brazo o como torniquete)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aguja y pinzas para quitar astillas ✓ Adrenalina (epinefrina) y jeringa ✓ Sonda para las vías aéreas (para uso oral) ✓ Agua potable y oxigenada ✓ Tijeras pequeñas ✓ Repelente de insectos ✓ Filtro o protector solar
Falta de organización del botiquín básico de medicina natural con insumos medicinales y equipos elementales	Construcción y organización del botiquín básico de medicina natural para adultos mayores en emergencia que debe contener productos naturales y preparados	<p><i>Productos Naturales</i></p> <p>Miel; clavo de olor; hierbas secas de ortiga; semillas de avena; zumo de aloe.</p> <p>Aceite esencial del árbol de té y de lavanda; tinturas de valeriana; mirra; osha; hinojo; armica; hamamelis; pastillas de carbón.</p>

Cuadro N° 28 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.4.4.2. Fase de aplicación de procesos de asistencia

Momento de acompañamiento y facilitación de opciones de asistencia ante la posibilidad de que sucedan problemas de salud de atención urgente y urgencias medicas de los/as adultos/as mayores involucrados/as en el programa turístico, considerando la magnitud de los casos presentados y la factibilidad de asistencia, entre ellos: asfixia, insolación (golpes de calor), intoxicación, quemaduras, mareo, fatiga, vómitos, debilidad corporal, etc.

a) Matriz de opciones de intervención y asistencia

Problemas de Salud: Causas y Síntomas	Acciones de asistencia ¿Qué hacer?
<p>Atragamiento</p> <p>¿Qué es? Cuando una persona presenta ahogo súbito que puede ser debido a una comida, trozo de alimento o cualquier otro objeto o cuerpo extraña que queda atascado entre la bifurcación del esófago y la tráquea presionándola epiglotis e impidiendo la respiración.</p> <p><u>Causas</u></p> <p>Comer cuando se ríe al mismo tiempo, las prótesis dentales</p>	<p>Aplicar la maniobra de Heimlich, llamada también compresión abdominal o abrazo de oso.</p> <p><u>Tratamiento</u></p> <p>✓ Dos personas, una la víctima (con el problema) y la otra el/la auxiliador/a (que ejecuta la maniobra). La víctima puede estar de pie o sentada, el/la auxiliador/a se pondrá de pie y por detrás, abrazando a la víctima a nivel de la cintura.</p>

<p>no están bien ajustadas, comer muy rápido o no masticar bien los alimentos; el consumo de alcohol, incluso en pequeñas cantidades, puede afectar la capacidad de estar alerta; traumas en la cabeza y la cara, los coágulos de sangre o las hemorroides puedan causar asfixia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El auxiliador coloca una mano plegada como un puño a nivel del abdomen de la víctima y con la otra mano se agarra la muñeca de la mano anterior. En esta posición es fácil que al realizar presiones intensas en forma de abrazo, la víctima se va levantado en la maniobra, pero es incluso recomendable. ✓ Se deben repetir presiones intensas hasta que el objeto causante del problema sea expulsado por la boca.
<p>Desmayo</p> <p>¿Qué es? Un desmayo es la caída al suelo por la pérdida parcial o total del conocimiento. Generalmente dura sólo unos minutos y ocurre cuando en un espacio breve de tiempo, no llega suficiente sangre al cerebro. Se lo conoce también con los nombres de síncope, lipotimia.</p> <p><u>Causas</u></p> <p>Son varias las causas que producen los desmayos pero las más comunes son: dolor intenso, estrés repentino, estar de pie durante un tiempo prolongado sin flexionar la rodilla, estar acostado y levantarse de manera violenta o rápida.</p>	<p><u>Tratamiento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Observe la respiración de la víctima y sus vías respiratorias. Si ve alguna anomalía comuníquese con el médico y solicite asesoría. ✓ Coloque al desmayado en un lugar ventilado y fresco, afloje la ropa. ✓ Mantenga a la victima acostada 10 a 15 minutos o en su defecto, sentada con la cabeza entre las rodillas. Levante las piernas a una altura de 30 cm. ✓ Si hubiese vomitado, colóquela de lado para evitar que se

<p>Entre otras causas:</p> <p>Algunos medicamentos debido a un descenso en la presión sanguínea, la deshidratación o el ayuno prolongado, el consumo de drogas o alcohol; por enfermedades cardíacas, ataques epilépticos, accidentes cerebro vasculares.</p> <p><u>Síntomas</u></p> <p>Sudor frío, palidez del rostro, pérdida del tono muscular o debilidad, náuseas previas, respiración superficial y pulso debilitado, visión borrosa.</p>	<p>ahogue</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Evite darle bebida o comida. <p><i>Cuando acudir a un centro sanitario:</i></p> <p>Si la víctima presenta alguno de los siguientes supuestos, trasládalo a un centro asistencial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tarda más de 2 minutos en recuperar el conocimiento. ✓ Presenta pérdida del control del intestino. ✓ Tiene diabetes o está embarazada. ✓ Sangra, está lesionada o al desmayarse cayó de una altura considerable. ✓ Presenta convulsiones o siente dolor. ✓ Le molesta el pecho o pierde la capacidad del habla, de la vista o del movimiento. ✓ Sus latidos del corazón son irregulares y fuertes.
<p>Asfixia</p> <p>¿Qué es? Un problema de salud que ocurre cuando un</p>	

obstáculo impide la respiración en situaciones en las que el oxígeno no llega o llega mal a las células del organismo.

Causas

Entre las causas más frecuentes se señalan; presencia de un objeto externo; paro cardíaco; ambiente tóxico y/o falta de oxígeno.

Tratamiento

Si existe un obstáculo externo, suprimirlo de inmediato.

Colocar al accidentado en un ambiente puro, asegurando la libertad de las vías respiratorias; proceder a efectuar las siguientes tareas:

- ✓ Aflojar la ropa alrededor del cuello y la cintura.
- ✓ Abrir la boca y liberar de aquello que obstruya la respiración (vómito, dentadura postiza móvil, etc.)
- ✓ Si está inconsciente (aunque respire) colocar una mano sobre la nuca y la otra en la frente basculando la cabeza hacia atrás suavemente, con esta maniobra se libera la garganta obstruida por la caída de la lengua hacia atrás.
- ✓ Colocar en posición lateral a fin de permitir la salida de sangre o vómito.
- ✓ Si la asfixia es producida por un objeto extraño en la garganta, colocar al accidentado boca arriba, situarse sobre sus muslos y con la palma de la mano encima del ombligo y la otra mano sobre la primera, efectuar un movimiento rápido hacia adentro y hacia arriba para que el impulso del aire libere las vías

	<p>respiratorias. Si no respira tras extraer el cuerpo extraño:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Practicar la respiración artificial con masaje cardíaco externo. ✓ No encender cerillas ni tocar interruptores.
<p>Heridas por punción</p> <p>¿Qué son? Son heridas hondas y angostas producidas cuando un objeto punzante (aguja, clavo, tachuela, anzuelo, cuchillo, pica hielo, etc.) corta la piel y los tejidos subyacentes.</p> <p>Estas heridas conllevan mayores riesgos de infección que los cortes, laceraciones o abrasiones; la bacteria del tétano necesita oxígeno para reproducirse, por lo tanto una herida por punción les proporciona un medio anaeróbico (sin oxígeno) ideal.</p> <p>Pueden presentarse estas heridas junto a otras heridas como cortes hechos por objetos duros como el vidrio; laceraciones, que son cortes de bordes; desgarrados irregulares; y, abrasiones, que son lesiones superficiales de la piel.</p>	<p><u>Tratamiento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El procedimiento a ejecutar ante una herida de punción menor: ✓ Lávese las manos con agua y jabón para prevenir cualquier contaminación. ✓ Examine la herida en busca de fragmentos de material que puedan haberse incrustado en el tejido suave debajo de la piel. ✓ Si un objeto duro, como un clavo o alfiler, está incrustado en la piel, trate de extraerlo con las manos limpias o con unas pinzas que hayan sido esterilizadas con fuego o con agua hervida. ✓ Si el objeto está profundamente incrustado o los intentos para sacarlo causan dolor, limpie y venda la herida y luego busque ayuda médica para su extracción. ✓ No hay necesidad de detener una hemorragia moderada, un poco

Signos y síntomas

Depende del tipo de herida:

Heridas por punción, menores se caracterizan por: un orificio pequeño en la piel con poca pérdida de sangre. Un objeto incrustado en la piel.

Heridas por punciones mayores, se caracterizan por un orificio en la piel con pérdida de sangre.

de pérdida de sangre ayuda a eliminar sustancias contaminantes.

- ✓ Si sólo hay una pequeña pérdida de sangre, presione suavemente alrededor de la herida para incrementar el flujo de la sangre; evite presionar con mucha fuerza porque esto puede empeorar la herida.
- ✓ Lave la herida con jabón y enjuáguela con agua tibia. Limpie y desinfecte con agua oxigenada.
- ✓ Cubra la herida con una venda limpia y esterilizada.
- ✓ Pregunte al médico si necesita antibióticos o inmunización antitetánica.

Además, busque atención médica cuando:

- ✓ No puede controlar la hemorragia.
- ✓ La herida ha sido causada por un objeto sucio que aumente los riesgos de tétano.
- ✓ La herida esta en el tórax, abdomen o cabeza.
- ✓ La victima presenta signos de entumecimiento y hormigueo.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La herida mide más de ½ cm de ancho. <p><i>Cuidados</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ponerse calzado durante todos los momentos de paseo. ✓ Mantener bien barrido el piso del bus. ✓ Sea cuidadoso al usar utensilios de cocina punzantes. ✓ Nunca se acerque a animales desconocidos. ✓ Sea especialmente cuidadoso al usar anzuelos de pesca.
<p>Insolación</p> <p>¿Qué es? Es un desajuste térmico del cuerpo causado por una exposición continua y excesiva bajo los rayos del sol, cuando llega el verano y con él las visitas a la playa, a los balnearios y los paseos al aire libre; el cuerpo es incapaz de regular su temperatura interna corporal, debido a que los mecanismos neuroquímicos que regulan dicha temperatura, son sobreexpuestos a altas temperaturas, o bien las condiciones de hidratación o circulación sanguínea no son los ideales.</p>	<p>¿<u>Cómo prevenirla?</u></p> <p>Mantener una hidratación adecuada aumentando el consumo de líquidos, sin esperar tener sed; evitar bebidas alcohólicas, gaseosas o bebidas muy azucaradas, comidas muy abundantes, ingerir verduras y frutas; no exponerse al sol en exceso y en horas centrales del día; reducir la actividad física; usar ropa ligera, holgada y de colores claros, sombrero, anteojos oscuros y protectores solares para la piel; permanecer en espacios ventilados o acondicionados.</p>

Causas

Hay 3 factores que la producen: producción de calor excesivo, temperatura ambiental muy elevada, inadecuado funcionamiento de los mecanismos de disminución del calor del organismo.

Síntomas

Los primeros síntomas de este cuadro grave y mortal son: dolor de cabeza, fatiga, náuseas, calambres musculares, elevación de la temperatura corporal y sudoración abundante. Si la persona permanece en ese estado sin tomar las medidas necesarias, se produce taquicardia, la piel se torna caliente y seca, hay adormecimiento y pérdida de conciencia y la situación más grave es la entrada en coma, que puede llevar al paciente a la muerte.

Tratamiento

- ✓ Colocar a la persona en un lugar fresco lejos del sol, con la cabeza alta y boca arriba.
- ✓ Si los síntomas son leves conviene aplicar compresas frías y húmedas en la frente, cuello, tórax, brazos y muslos.
- ✓ Colocar paños fríos en todo el cuerpo si hay fiebre.
- ✓ Darle de beber agua a temperatura ambiente.
- ✓ Si el paciente no mejora, llamar al servicio de emergencias médicas.
- ✓ Si el paciente presenta convulsiones, estado confusional, importante descoordinación o situaciones de coma, debe ser trasladado de inmediato a un centro hospitalario.

Indicaciones

El aporte de líquidos es fundamental, por ello si la persona está consciente, puede administrársele agua u otros preparados con carga iónica (bebidas tonificantes deportivas). Si el paciente no puede ingerir es mejor no forzarlo. En cualquiera de los casos el líquido

	<p>debe administrarse poco a poco.</p> <p>Si el paciente presenta estado de shock cuyos síntomas son: piel caliente, roja y seca, paciente obnubilado o en coma, deberá administrársele líquidos con iones vía venosa (sueros). El traslado al hospital es la medida más importante una vez estabilizado.</p> <p>Cualquier persona puede ser víctima de un golpe de calor o insolación, pero los individuos más vulnerables son: niños y ancianos, personas obesas, deportistas, discapacitados físicos o psíquicos, hipertensos, diabéticos, personas con parkinson.</p>
<p>Intoxicación</p> <p>¿Qué es? Un problema de salud producido por tóxicos ingresados al organismo humano por la boca, por el aparato respiratorio y por la piel. Intoxicación por ingestión; intoxicación por mordeduras; intoxicación por inoculación.</p> <p><u>Causas:</u></p> <p>Ingestión de tóxicos alcalinos y ácidos (amoníaco, sosa cáustica, ácido acético, ácido clorhídrico, ácido nítrico, etc.).</p> <p>Ingestión de tóxicos de tipo general: digerir bebidas y</p>	<p><u>Tratamientos</u></p> <p>Los problemas de intoxicación por ingestión de alcalinos y ácidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar rápidamente un vaso de agua para diluir el tóxico; añadir vinagre o jugo de limón a un segundo vaso de agua; ✓ Después, le daremos leche, aceite de oliva o clara de huevo (no provocar vomitó). <p><i>En problemas por inhalación de tóxicos:</i></p>

<p>alimentos en mal estado o en descomposición.</p> <p>Inhalación de gases tóxicos contaminantes, en el transcurso del viaje (zonas tóxicas).</p> <p>Inoculación por mordeduras de animales, serpientes, picaduras de escorpión, alacranes e insectos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aislar a la víctima de la atmósfera tóxica y hacerle respirar aire puro. ✓ Si se observa parada respiratoria, practicarle las maniobras de resucitación en el ambiente externo del mismo lugar del accidente. <p><i>En problemas por inoculación:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colocar un torniquete, no muy apretado, por encima de la mordedura para evitar su difusión por el organismo. Introducir la parte mordida en agua helada o colocar compresas de hielo sobre las lesiones. ✓ Practicar una incisión en forma de X sobre cada una de las dos huellas paralelas y puntiformes que habrá originado la mordedura de la víbora o sobre la picadura del alacrán o escorpión. ✓ Succionar sin temor, aplicando la boca sobre las heridas producidas, escupiendo a continuación la sangre y veneno extraídos. ✓ Colocar sobre la herida hielo triturado o agua fría y vendar.
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evacuar al accidentado al hospital más cercano. <p><i>En picaduras por insectos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Si se percibe el aguijón, extraerlo; aplicar sobre la picadura un trozo de tela empapado en amoníaco o agua muy fría. ✓ Si no es posible extraer el aguijón, se aplicará una pasta hecha con bicarbonato sódico y agua. ✓ En caso de múltiples picaduras sumergir al paciente en un baño de agua fría bicarbonatada: 15 minutos; envolverlo en una sábana y trasladarlo urgentemente a un hospital.
<p>Fracturas</p> <p>¿Qué son? Las fracturas son la/s ruptura/s de un hueso debido al exceso de fuerza. Cada fractura de hueso requiere un cuidado especial.</p> <p>Fracturas más comunes: fracturas simples, fracturas compuestas, fracturas conminutas, fracturas compresas, fracturas dislocadas.</p> <p>Fracturas simples: Son aquellas en las que el hueso se</p>	<p><u>Tratamientos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Examine el pulso y respiración de la persona. En caso de que no tenga pulso y respiración, deberá aplicar la reanimación cardiopulmonar (RCP). ✓ Mantenga a la persona acostada y abrigada hasta que llegue auxilio médico. Se notarán estos síntomas: debilidad, cuerpo frío, respiración agitada, pulso débil y acelerado, náusea o

rompe, sin dañar los tejidos y músculos.

Fracturas compuestas: Son aquellas en las que al romperse el hueso, la punta afilada daña los tejidos y en algunos casos perfora la piel (fractura abierta)

Fracturas conminutas: Cuando el hueso está muy fragmentado.

Fracturas compresas: cuando un hueso se tritura contra otro al hacer palanca uno con otro.

Fracturas dislocadas: cuando además de fractura hay dislocación.

Señales o síntomas de una fractura:

Inflamación, dolor, deformidad del área lesionada, heridas internas, tales como hemorragias, colapso pulmonar, perforación del intestino u otras complicaciones graves, herida en la piel causada por el empujón de un hueso.

vómito, desmayo o pérdida de conocimiento. Si la persona sangra, coloque un pañuelo o una mano sobre la herida hasta que deje de sangrar.

- ✓ No mueva la persona, si es necesario inmovilice primero la parte lesionada. Esto es muy importante si usted sospecha que la persona ha sufrido fracturas en el cuello o en la columna vertebral.
- ✓ No le de comidas ni bebidas, ya que esto puede demorar los efectos de la anestesia en caso de que la persona necesite cirugía.
- ✓ No permita que la persona trate de mover la pierna, el brazo u otra parte del cuerpo que pueda haber sufrido fractura.

Entablillado:

Se puede hacer con cualquier objeto duro, recto y de longitud apropiada. Ejemplo: tablas, un palo de escoba, un bastón, una cobija. Para realizarla conviene tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- ✓ El objeto tiene que ser más largo que el hueso.
- ✓ Cubra el objeto con material suave (algodón, almohada o ropa).

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amarre el objeto a la extremidad lesionada, no apriete demasiado ya que esto podría cortar la circulación. ✓ Use trapos con 2 o 3 cm. de ancho al menos, ya que las cuerdas pueden cerrar la circulación. ✓ Después de entablillar la extremidad, no se debe utilizar esa extremidad. ✓ Una vez que se haya entablillado la extremidad lesionada, lleve a la persona al hospital más cercano. ✓ ✓ Se pueden aplicar compresas de hielo para disminuir el dolor y la hinchazón.
<p>Hemorragia</p> <p>¿Qué es? Una hemorragia es un sangramiento que se produce por un daño a un vaso sanguíneo. Pueden ser Externas si la sangre fluye al exterior o Internas, si la sangre es mantenida en el interior del organismo.</p> <p>Si el daño es en una arteria, la sangre es de color rojo vivo,</p>	<p><u>Procedimiento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pedir ayuda para el traslado de la persona a un centro hospitalario. ✓ Mantener a la persona en posición horizontal ✓ Aplicar un rollo de gasa u otro material sobre el sitio de la

<p>fluye en gran cantidad y gran fuerza. La hemorragia arterial es siempre una emergencia médica de traslado urgente a un centro hospitalario.</p> <p>Si el daño es en una vena, la sangre será de color rojo más oscuro y sale de las heridas con menos fuerza, a pesar de esto se requiere la atención inmediata de un médico porque puede conducir a otras complicaciones.</p> <p><u>Causas</u></p> <p>La ruptura accidental de un vaso sanguíneo, producida por una laceración o un traumatismo; otras condiciones como úlceras, cáncer, aneurismas que podrían conducir a una hemorragia.</p>	<p>hemorragia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ En el caso de que la herida sea en brazos o piernas, elevar el miembro afectado. Presionar con firmeza sobre el sitio afectado por lo menos 5 minutos. ✓ Si se ha dañado una arteria, presionar el lado de la arteria más cercano al corazón durante 15 minutos. ✓ No retirar la gasa empapada de sangre, aplicar un vendaje limpio. ✓ Si se poseen los conocimientos para la aplicación de un torniquete, debe recordarse que este debe aflojarse cada 10 minutos. ✓ Recuerde que en toda hemorragia cada minuto es valioso. Acuda a un centro de emergencias lo más pronto posible.
<p>Hemorragia Nasal</p> <p>¿Qué es? Un sangrado por la nariz muy frecuente y la mayor parte de estos sangrados proceden del tabique nasal y generalmente son muy fáciles de parar.</p>	<p><u>Tratamiento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sentarse o quedarse de pie, lo que favorece el lentificar el flujo de sangre hacia las venas de la nariz. No echar la cabeza hacia

En algunas personas los sangrados nasales proceden de aéreas más profundas de la nariz y estos sangrados, que son menos frecuentes, son mucho más difíciles de cortar.

Causas

Las causas más comunes de esta hemorragia son el trauma nasal, la rinitis, incluido las alergias, o la respiración de aire excesivamente seco. Una gran cantidad de sangrados ocurre sin razón aparente.

atrás.

- ✓ Taponarse la nariz con el índice y el pulgar y respirar a través de la boca durante 5 o 10 minutos; esto parará el flujo de sangre.
- ✓ Empapar una torunda de algodón con agua oxigenada e introducirla en la fosa nasal sangrante.
- ✓ Si el sangrado no para en 10 o 15 minutos, buscar rápidamente asistencia médica.

¿Qué hacer frente a una hemorragia severa?

- ✓ Acostar a la persona afectada, en lo posible, la cabeza de la persona debe estar ligeramente más abajo que el tronco o las piernas. Esta posición reduce las oportunidades de desmayo, incrementando el flujo sanguíneo al cerebro.
- ✓ Limpiar cuidadosamente la herida que sangra.
- ✓ Aplicar presión directamente en la herida con un vendaje estéril o un trapo limpio. Usar las propias manos si no tiene nada más a mano; mantener presión hasta que pare el sangrado, y cuando este pare, envolver cuidadosamente la zona sangrante con un vendaje compresivo.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Si el sangrado continúa y la sangre se cuela a través de la gasa o del trapo, no moverlo: añadir más material absorbente encima, y si no cesa, buscar ayuda médica inmediata. ✓ Hay que inmovilizar la parte sangrante una vez que el sangrado ha sido controlado, dejando las vendas en su sitio, y llevando a la persona herida a un servicio de urgencias lo más pronto posible.
<p>Lesiones de ojo</p> <p>¿Qué es? Una lesión de ojo es un daño de los tejidos del órgano de la vista causado por un objeto externo, herida, un golpe, una enfermedad, un accidente y exige un tratamiento correcto inmediato para prevenir la pérdida de la visión.</p> <p><u>Causas</u></p> <p>Partículas en los ojos, cortadas de ojo y párpado, golpe en el ojo, quemaduras químicas.</p>	<p><u>Tratamientos</u></p> <p><i>Partículas en los ojos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ No frote su ojo. Levante el párpado superior sobre el párpado inferior permitiendo a las pestañas inferiores restregar las partículas fuera de la parte interna del párpado superior. ✓ Parpadee varias veces y deje que el ojo mueva la partícula fuera. ✓ Si la partícula permanece dentro del ojo, mantenga su ojo cerrado y busque ayuda médica. En cortadas de ojo y párpado, busque ayuda médica inmediata; no intente lavar el ojo ni remover algún objeto incrustado en el ojo; nunca aplique presión

	<p>al ojo lesionado o al párpado; tenga cuidado de no frotar el ojo.</p> <p><i>Golpes en el ojo:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar inmediatamente una compresa de hielo para reducir el dolor y la inflamación. Un ojo negro y visión borrosa pueden ser signos de algún daño interno en el ojo. Vea a su oftalmólogo inmediatamente.
<p>Shock y Colapso</p> <p>¿Qué es? Es la paulatina falta de riego al cerebro. Mediante la palabra shock (choque) se trata de determinar un estado grave de trastorno circulatorio que ocasiona una disminución importante del riego sanguíneo en la periferia del cuerpo, pudiendo provocar un funcionamiento renal deficiente. En toda lesión grave (herida sangrante, fractura, quemadura extensa o profunda, enfermedades del corazón, intoxicaciones) es probable que aparezca la complicación del shock. A veces es el único indicio de una hemorragia interna gástrica o intestinal.</p> <p>Este es el llamado shock hipovolémico, es decir, el</p>	<p><u>Tratamiento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener la permeabilidad de la vía aérea y asegurarse de que al respirar la persona tiene pulso. ✓ Iniciar la reanimación cardiopulmonar (RCP) en caso necesario. ✓ Si se mantienen las constantes vitales, colocar al paciente en posición antishock (o trendelenburg) y la cabeza girada ligeramente hacia un lado. ✓ Traslado urgente a un centro sanitario. ✓ Mantener el calor de la víctima.

<p>producido por disminución del volumen sanguíneo, pero existen otros tipos que no trataremos y sólo enunciamos a título de curiosidad como son: el shock traumático (producido por un fuerte choque emocional) y el shock anafiláctico (producido por una fuerte reacción alérgica a medicamentos o venenos de seres vivos).</p>	
<p>Prevenir un Infarto</p> <p>¿Qué es? El infarto, también conocido como ataque cardiaco, es una de las manifestaciones más usuales y riesgosas de las enfermedades coronarias y cardiopatía, que se produce a causa de un proceso prolongado en el que las placas de grasa obstruyen las arterias y reducen el flujo sanguíneo que llega al corazón.</p> <p><u>Síntomas</u></p> <p>Sensación de pesadez, incomodidad, opresión al centro del corazón en un lapso menor de tres minutos; Dolor desde el pecho hasta los hombros, el cuello, brazos y espalda; Sensación de mareos, desmayos y desvanecimiento.</p>	<p><u>Consejos que deben socializarse</u></p> <p>Evitar el tabaco: El humo del tabaco perjudica extremadamente la salud del corazón. El monóxido de carbono impide una correcta oxigenación de las células, lo que significa que el corazón tenga que bombear más sangre de lo necesario.</p> <p>Cambiar la actitud ante la vida: Se debe evitar el estrés que aumenta el ritmo cardíaco y la presión arterial. Se debe afrontar la vida con una actitud más calmada, procurando no caer en discusiones y enfados.</p> <p>Cambiar los hábitos alimenticios: Una alimentación adecuada, pobre en grasas saturadas, colesterol y sal, es una de los mejores</p>

<p>Palpitaciones, respiración entrecortada y falta de aire.</p> <p>Ante la aparición de estos síntomas acuda inmediatamente al médico.</p>	<p>medios de prevenir o mejorar la salud.</p>
<p>Hipertensión e hipotensión arterial</p> <p>¿Qué es? Es un término empleado para describir la presión arterial alta y se produce por la fuerza con la que el corazón bombea la sangre contra las paredes de las arterias La presión arterial normal es de 120/80 mhg, en la mayoría de las veces y la presión arterial alta (hipertensión) es cuando la presión arterial es de 140/90 mhg o por encima de esta. La hipotensión o presión arterial baja ocurre cuando la presión arterial, durante y después de cada latido cardíaco, es mucho más bajo de lo usual, lo cual significa que el corazón, el cerebro y otras partes del cuerpo no reciban suficiente sangre, provocando como síntomas: visión borrosa, confusión, vértigo, desmayo, mareo, somnolencia, debilidad.</p> <p><u>Causas</u></p> <p>A medida que los años pasan en una persona, los vasos</p>	<p><u>¿Qué debe hacerse?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tranquilizar a la persona. ✓ Ubicarla en un sitio fresco y ventilado, donde haya suficiente aire que pueda proporcionarle el oxígeno necesario. ✓ Si se percibe desvanecimiento, colocarlo en posición de tren de lembur (elevar ambas piernas unos 45° en relación al piso) o hacerla sentar con la cabeza hacia abajo. ✓ Aflojar ropa, calzado, etc. para que exista una mejor circulación. ✓ Si se ha realizado alguna actividad física intensa, se recomienda descanso, tomar líquidos (mejor aquellas con minerales) y comer algo frugal. ✓ Si es por hipoglucemia, se recomienda aplicar glucosa sublingual en gel (se vende en farmacias).

<p>sanguíneos se vuelven más rígidos con la edad y al suceder esto la presión arterial se eleva, causando dolores de cabeza, vértigos, zumbidos de los oídos, alteraciones de la vista, hemorragias por la nariz, o en la conjuntiva junto al ojo, taquicardia. No obstante los pacientes hipertensos están asintomáticos (sin síntomas ni molestias subjetivas).</p>	
<p>Mordeduras de animales</p> <p>¿Qué son? Son heridas causadas por animales silvestres y domésticas que ponen en riesgo la salud humana.</p> <p>Se estima que anualmente millones de personas sufren lesiones por mordedura, en su mayoría mordidas por perros. Hay más casos inclusive de mordeduras (y de arañazos) de gato pero esas mordeduras no suelen causar tanto daño en los tejidos como las de un perro. Sin embargo, según la cruz roja la mordedura de gato acarrea más riesgos de infección que la de un perro por que los gatos tienen más bacterias en la cavidad bucal.</p>	<p><u>Tratamiento</u></p> <p>Dependiendo del proceso que desencadene la mordedura, esta puede requerir suministro de antibióticos para prevenir una infección o simplemente tratamiento local.</p> <p><u>Cuidados:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Frente a una mordedura por animal (doméstico o no) debe realizar lo siguiente: ✓ Si hay mucha pérdida de sangre, trate de detenerla haciendo presión sobre la herida con una venda o trapo blanco limpio. ✓ Vaya al servicio de urgencias médicas más cercano.

<p><u>Signos y síntomas</u></p> <p>Laceraciones del tejido; cortes; avulsiones (separación violenta de un tejido); marcas dentales; hemorragias (pérdida de sangre).</p> <p>Si encuentra uno de estos síntomas llame al médico:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Enrojecimiento o hinchazón alrededor de la herida. ✓ Hinchazón de los ganglios linfáticos. ✓ Síntomas similares a los de la gripe, fiebre, sudores o escalofríos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lave el área afectada con agua jabonosa. Siempre desde el centro de la herida hacia la periferia. ✓ Si la piel esta lastimada coloque un desinfectante como merthiolate y aplique una crema con antibióticos durante varios días. ✓ Se deben limpiar las heridas profundas y luego el médico decidirá si hace puntos y/o receta antibióticos. ✓ Después de que se haya atendido a la víctima, trate de ubicar el animal. Se debe informar al dueño y pedirle que compruebe se el animal ha sido vacunado.
<p>Torceduras y esguinces</p> <p>¿Qué es? Un esguince es una rotura total o parcial de los ligamentos articulares. Es provocado por una fuerza violenta que desgarrar los ligamentos que mantiene los huesos en su sitio.</p> <p><u>Síntomas</u></p> <p>Dolor intenso, inflamación, amoratamiento o enrojecimiento</p>	<p><u>Tratamiento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elevar la extremidad afectada, incluso durante las noches. ✓ Reposo absoluto de la zona. ✓ Aplicación de frío local, con hielo, pero nunca en contacto directo. ✓ Traslado a un centro hospitalario para las correspondientes

<p>de la zona afectada e incapacidad de movimiento.</p> <p>Tipos: Parcial, total, articulaciones dislocadas.</p> <p>Parcial: El ligamento se estira demasiado y algunas de sus fibras se rompen. Hay dolor e hinchazón. Después de la lesión aparecen magulladuras, pero la articulación puede ser utilizada en cierta medida.</p> <p>Total: El ligamento se quiebra completamente. El dolor y la hinchazón son severos. Las magulladuras aparecen de inmediato y el paciente no puede mover la articulación,</p> <p>Articulaciones dislocadas: Cuando los ligamentos se estiran demasiado o se quiebran por completo, el hueso puede moverse fuera de su lugar. El dolor y la hinchazón son severos.</p>	<p>pruebas y en caso necesario se colocará una férula o escayola.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ No se debe sobar o hacer masajes y no debe aplicarse ungüentos o pomadas calientes. ✓ El proceso de recuperación oscila entre 4 y 6 semanas, aunque depende de la edad del paciente y del tipo de lesión. Puede ser necesario utilizar muletas para caminar, y en algunos casos puede ser necesaria la cirugía.
---	--

Cuadro N° 29 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.4.4.3. Fase de evaluación

Modalidades

La evaluación en un plan de contingencia en salud es un componente clave del proceso de gestión administrativo y técnico, constituye el sustento para el involucramiento, organización, implementación de acciones y recursos humanos y materiales, de inicio, desarrollo y cierre, para la priorización y adecuación de decisiones y tareas, valoración continuada y reajuste de la de la programación en terreno, retroalimentación y mejora de la propuesta en función de los objetivos previstos.

En este contexto técnico, el presente plan compromete tres modalidades de evaluación: diagnóstica, procesual y final.

La diagnóstica, en primer lugar, para el conocimiento del perfil de salud de las personas de edad adulta con propósitos de recepción de datos y elaboración de una carpeta guía con la correspondiente hoja de valoración individual; en segundo lugar, para identificar necesidades de medicamentos y equipos de asistencia sanitaria que se incrementarán en el botiquín de primeros auxilios; y, en tercer lugar, para el conocimiento de la realidad ambiental y servicios médicos disponibles de las poblaciones incluidas en el itinerario turístico, en previsión de las urgencias médicas que puedan presentarse.

La evaluación procesual, aplicada durante el desarrollo diario de la experiencia turística para apreciar puntos débiles y fuertes de la aplicación del plan de contingencia, incluyendo asistencia de primeros auxilios y urgencias médicas a los adultos mayores que necesitaron atención; de igual manera, la valoración de los procedimientos médicos simples empleados, la colaboración del enfermo, la ayuda del grupo turístico, el nivel de bienestar y satisfacción personal-social por la asistencia recibida respecto en los desniveles de salud, higiene, seguridad y comunicación. Esta evaluación sustentada en la constatación, control y seguimiento de información verificada, permitirá efectuar ajustes y mejoras al plan de salud en la cotidianidad.

La evaluación final se realizará al término del paquete turístico, su propósito es analizar resultados del plan de contingencia contrastados con los objetivos, en perspectiva de elaboración de un informe integral, aprendizaje e innovación de las tareas de asistencia sanitaria de futuras proyectos turísticos.

Técnicas

Observación esporádica y continua, conversación individual y grupal, consulta específica a especialistas en primeros auxilios y urgencias médicas, constatación física del botiquín, consulta bibliográfica y página web, entrevistas abiertas, verificación fotográfica.

Instrumentos

Fichas y Guías de observación, formularios de perfiles de salud, hojas de valoración de enfermería, carpeta guía de seguimiento, fichas de evaluación de salida.

4.5. PLAN OPERATIVO

4.5.1. Distribución Física

La oficina cuenta con las siguientes descripciones:

- ✓ Área de 36 m²
- ✓ Cuenta con un counter, oficina, sala de sesiones, sala de espera y baño
- ✓ Aire acondicionado central
- ✓ Generador de energía eléctrica para emergencias

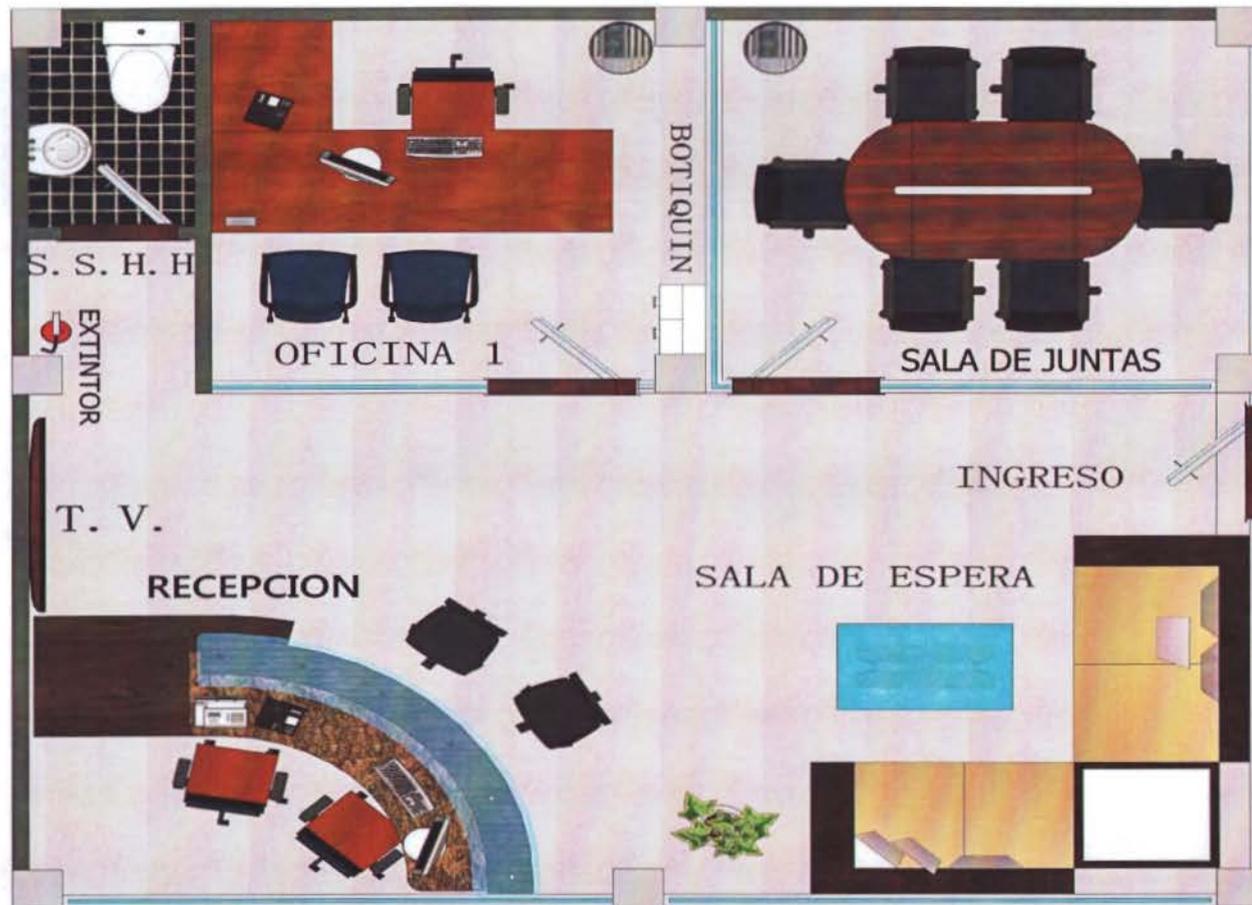


Gráfico N° 24 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.5.2. Presupuesto de Equipos de Oficinas y Otros

La empresa necesita realizar la compra de determinados equipos de computación, muebles de oficina y otros equipos en generales, los cuales se detalla a continuación:

CANT.	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	PRECIO UNITARIO	MONTO REQUERIDO
3	Computadoras de Escritorio	\$ 749,99	\$ 2.249,97
1	Impresora Multifuncional	\$ 138,00	\$ 138,00
TOTAL			\$ 2.387,97
MUEBLES DE OFICINA			
2	Archivadores	\$ 130,00	\$ 260,00
3	Sillas Giratorias	\$ 32,80	\$ 98,40
4	Sillas Fijas	\$ 27,00	\$ 108,00
1	Escritorio	\$ 220,00	\$ 220,00
1	Mesa redonda con 6sillas	\$ 398,00	\$ 398,00
1	Counter	\$ 430,00	\$ 430,00
1	Sofá en L / Mesa de Centro	\$ 540,00	\$ 540,00
4	Tachos de basura	\$ 7,00	\$ 28,00
1	Dispensador de Agua	\$ 130,00	\$ 130,00
TOTAL			\$ 2.212,40
OTROS EQUIPOS EN GENERAL			
1	Teléfono Fax	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Teléfono Inalámbrico	\$ 39,98	\$ 39,98
1	Televisor LCD / 32pulgadas	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Extintor de 10 libras	\$ 55,00	\$ 55,00
5	Botiquín de primeros auxilio	\$ 70,00	\$ 350,00
5	Sillas de Ruedas	\$ 220,00	\$ 1.100,00
TOTAL			\$ 2.344,98
TOTAL REQUERIDO			\$ 6.945,35

Cuadro N° 30 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.5.3. Requerimiento de Mano de Obra

La empresa clasifico a sus empleados de la siguiente manera:

a) Personal Administrativo

- ✓ Gerente_Administrador
- ✓ Counter
- ✓ Contador
- ✓ Mensajero o Limpieza

Cabe indicar que el Personal Administrativo tendrá Contrato Fijo y deberá cumplir 8 horas diarias, con un total de 40 horas semanales. A continuación se detalla los respectivos sueldos incluido los beneficios de ley:

Sueldo de Personal Administrativo

CANT.	CARGO	SUELDO BÁSICO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL	COSTO MENSUAL
1	Gerente_Administrador	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 264,00	\$ 350,00	\$ 699,72	\$ 1.020,60	\$ 11.434,32	\$ 952,86
1	Counter	\$ 680,00	\$ 8.160,00	\$ 680,00	\$ 264,00	\$ 340,00	\$ 679,73	\$ 991,44	\$ 11.115,17	\$ 926,26
1	Contador	\$ 480,00	\$ 5.760,00	\$ 480,00	\$ 264,00	\$ 240,00	\$ 479,81	\$ 699,84	\$ 7.923,65	\$ 660,30
1	Mensajero y Limpieza	\$ 270,00	\$ 3.240,00	\$ 270,00	\$ 264,00	\$ 135,00	\$ 269,89	\$ 393,66	\$ 4.572,55	\$ 381,05
TOTAL REQUERIDO		\$ 2.130,00	\$ 25.560,00	\$ 2.130,00	\$ 1.056,00	\$ 1.065,00	\$ 2.129,15	\$ 3.105,54	\$ 35.045,69	\$ 2.920,47

Cuadro N° 31 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

b) Personal Operativo

- ✓ Guía Nacional
- ✓ Auxiliar de Enfermería
- ✓ Ejecutivo de Ventas

La empresa otorgará al Personal Operativo un Contrato Civil, por prestación de servicio. El Guía Nacional y Auxiliar de Enfermería cobrará por cada viaje ya sea este tours, excursiones o paquetes turísticos. Mientras el Ejecutivo de Ventas cobrará por la negociación de los mismos.

Sueldo de Personal Operativo

CARGO	COSTO POR TOURS	COSTO POR EXCURSIÓN O PAQUETE
Guía Nacional de Turismo	\$ 30,00	\$ 70,00
Auxiliar de Enfermería	\$ 30,00	\$ 70,00

Cuadro N° 32 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.5.4. Días y Horarios de Funcionamiento

Los días laborales del personal administrativo serán:

HORARIO: Lunes a Sábado: 10h00 - 19h00

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
Gerente_Administrativo	✓	✓	✓	✓		✓
Counter	✓	✓		✓	✓	✓
Contador	✓	✓	✓	✓	✓	
Mensajero y Limpieza	✓	✓	✓	✓	✓	

Cuadro N° 33 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.5.6. Perfil y Manual de Funciones de Empleados

<i>Cargo</i>	<i>Funciones</i>	<i>Perfil</i>
<i>Gerente Administrativo</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Producir y elaborar tours, excursiones y paquetes turísticos. ✓ Diseñar y ejecutar planes de marketing, para la captación y motivación del segmento de mercado. ✓ Mantener contacto permanente con las agencias de viajes mayoristas. ✓ Análisis de los informes del guía nacional y auxiliar de enfermería para la toma de medidas necesarias. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel académico: Estudios Superiores en Hotelería y Turismo. ✓ Edad: 23 a 40 años. ✓ Idioma: Ingles 80% oral y 70% escrito. ✓ Conocimiento: Lugares turísticos del Ecuador, especialmente de la región costa. ✓ Debe ser puntual, creativo y simpático.
<i>Counter</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención a los nuevos clientes interesados en los servicios y productos que ofrece la empresa. ✓ Realizar reservas de los viajes a efectuarse (transportes, hoteles, restaurantes, complejos turísticos, etc.). ✓ Control del nivel de satisfacción del cliente posterior al viaje. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel académico: Estudios Superiores en Hotelería y Turismo. ✓ Edad: 23 a 35 años. ✓ Idioma: Ingles 80% oral y 70% escrito. ✓ Habilidades: saber escuchar y tener buena expresión oral.

<p>Contador</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar un registro de todos los ingresos y egresos que haga la empresa (sueldos, adquisiciones y demás.) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel académico: Estudios Superiores en Contabilidad. ✓ Edad: 27 a 40 años. ✓ Habilidades y aptitudes: capacidad analítica, responsabilidad, discreción y ética.
<p>Mensajero y Limpieza</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar pagos a los proveedores de bienes y servicios. ✓ Limpieza del establecimiento al final de la jornada. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel académico: Bachiller. ✓ Edad: 19 a 25 años. ✓ Habilidades: ser ágil y tener buena memoria. ✓ Moral: lealtad y responsabilidad.
<p>Guía Nacional de Turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros. ✓ Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista. ✓ Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel académico: Estudios Superiores en Guía Nacional, tener licencia para operar. ✓ Edad: 27 a 40 años. ✓ Conocimiento sobre el área económica, legislativa y patrimonio cultural del Ecuador. ✓ Habilidad para comunicar, orientar en informar.

4.5.5. Flujo de Procesos

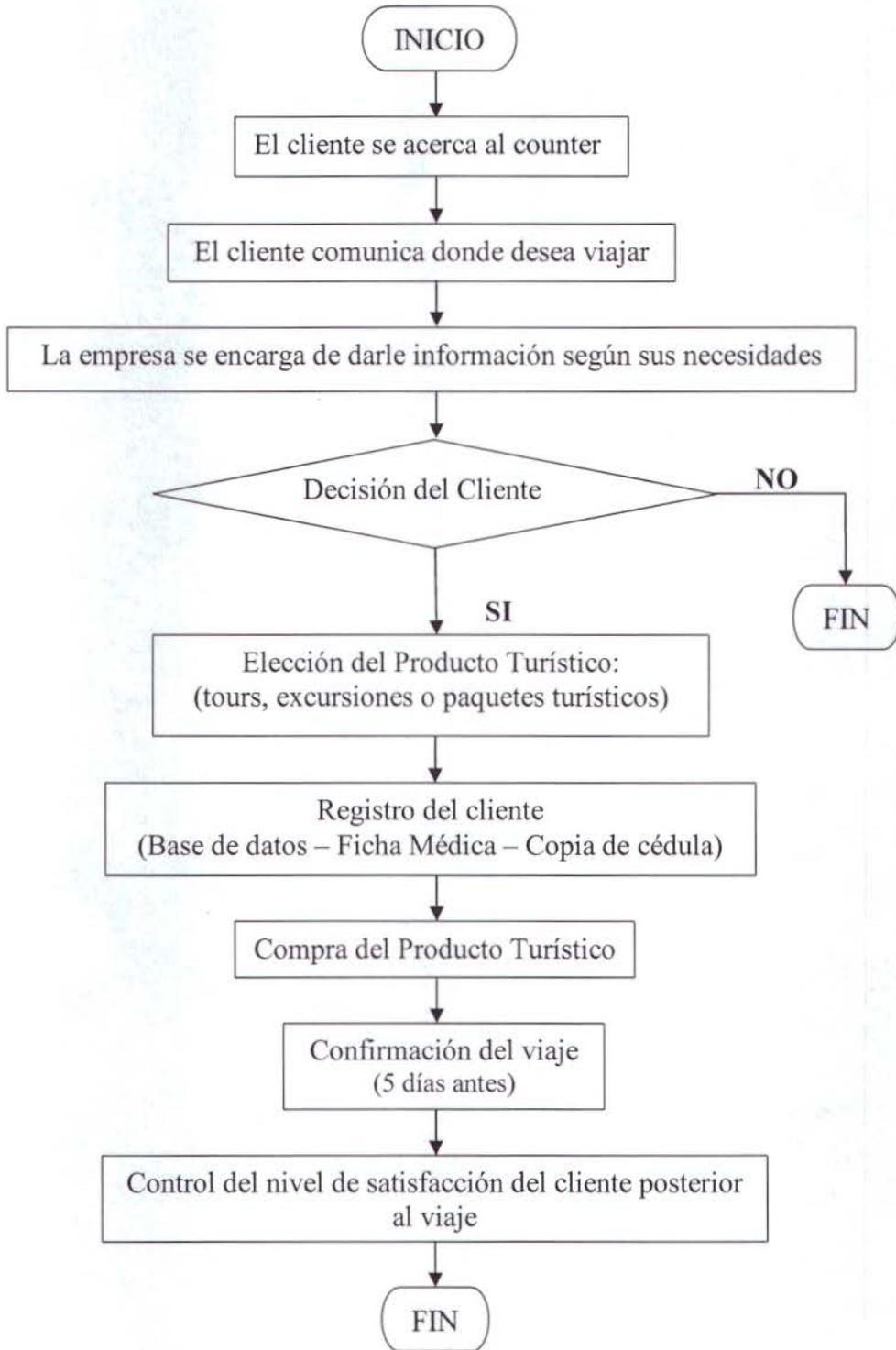


Gráfico N° 25 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar informe al finalizar los itinerarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tolerancia y cordialidad en el trato. ✓ Conocimiento de primeros auxilio. ✓ Buena presencia.
<i>Auxiliar de Enfermería</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuidar la salud del turista en forma personalizada, integral y continua, respetando sus valores, costumbres y creencias. ✓ Valorar la información recogida (ficha médica). ✓ Coordina el ingreso a hospitales, cruz roja o centros de salud, en situaciones emergentes. ✓ Elaborar informe al finalizar los itinerarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel académico: Estudios superiores en Auxiliar de Enfermería. ✓ Tolerancia y cordialidad en el trato ✓ Buena presencia
<i>Ejecutivo de Ventas</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer y promocionar los productos turísticos de la empresa. ✓ Crear su propia cartera de clientes y hacerla crecer. ✓ Informar a la empresa las necesidades del los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel académico: Conocimientos de Hotelería y Turismo o Marketing. ✓ Edad: 20 a 35 años. ✓ Buena presencia

Cuadro N° 34 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.5.7. Políticas de Calidad

GeriaCost Tours tiene el compromiso de satisfacer a los turistas, para ello se fundamentará en la práctica de los siguientes principios:

- ✓ Amabilidad en el servicio y agilidad en los procesos.
- ✓ Creatividad e innovación constante de productos turísticos como parte de un reto.
- ✓ Coherencia absoluta ante los clientes internos y externos, entre lo que se ofrece y lo que se practica.
- ✓ Conocimiento pleno de las responsabilidades que el puesto implica.
- ✓ Pulcritud del personal y del establecimiento.

4.5.8. Prevención y Seguridad en el Establecimiento

El establecimiento estará ubicado en el Centro Comercial Policentro el cual cuenta con un plan de contingencia para el área externa. Sin embargo el local tendrá elementos de seguridad para el área interna como botiquín de primeros auxilios y extintor, en caso de posibles accidentes: cortes, caídas e incendios.

4.6. ESTUDIO FINANCIERO

4.6.1. Descripción

El presente capítulo nos permitirá evaluar si el proyecto de “Implementar una Operadora Turística para Adultos Mayores a Nivel Costero” es económicamente viable, para ello necesitamos analizar los niveles de ingreso que se generarán, los gastos administrativos y de ventas los que permitirán proyectar los flujos de caja durante 5 años. Dichos flujos se realizará mediante la tasa de descuento; esta tasa se

la utilizará para obtener el valor actual neto de nuestro proyecto de inversión (VAN) y finalmente determinar la tasa interna de retorno (TIR).

4.6.2. Inversión Inicial

La inversión inicial es el dinero necesario para implantar nuestro proyecto y ponerlo en marcha lo cual incluye: dinero en efectivo, equipos de computación, muebles de oficina, equipo en general, gastos de constitución y alquiler pagados por anticipado. A continuación se mostrará detalladamente el cuadro de la inversión inicial:

INVERSIÓN INICIAL

ACTIVOS CORRIENTES	\$ 5.000,00
Dinero en efectivo	\$ 5.000,00
ACTIVOS FIJOS	\$ 6.945,35
Equipos de Computación	\$ 2.387,97
Muebles de Oficina	\$ 2.212,40
Equipos en General (extintor, botiquín, etc.)	\$ 2.344,98
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.700,00
Gastos legales de constitución, licencias y permisos	\$ 700,00
Alquiler pagados por anticipado	\$ 2.000,00
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	\$ 14.645,35

Cuadro N° 35 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

En esta tabla se incluyen todos los equipos y muebles que necesitaremos para iniciar la empresa, además se incluyen en gastos generales 6 sillas de ruedas para el cuidado y la prevención del adulto mayor en caso de cualquier eventualidad.

4.6.3. Estructura de Financiamiento

El total de la inversión requerida incluye todos los equipos necesarios para la implementación de la operadora turística. Esta será financiada por los accionistas (2 personas), aportando cada uno con el 50% respectivamente.

CARGO	NOMBRE	VALOR
Gerente Administrativo	Fabián Ponce Matamoros	\$ 7.322,68
Counter	Malena Menéndez Murillo	\$ 7.322,68
TOTAL		\$ 14.645,35

Cuadro N° 36 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.4. Detalles de Presupuesto

Cada presupuesto está proyectado para cinco años y con una inflación del 4,44% (tasa del Banco Central del Ecuador).

4.6.5. Presupuesto de Ingresos – Ventas

El presupuesto de ingresos se realizó de manera mensual y anual. La operadora turística eligió la tarifa por grupo de 10 a 15 pasajeros, el cual se estima vender con más frecuencia. Cabe indicar, para determinar el precio del paquete turístico se multiplico la tarifa unitaria por el menor número de pasajeros es decir 10, para así evitar una pérdida.

El número de ventas establecida en el presupuesto mensual es de 3 tours, 3 excursiones y 3 paquetes turísticos, con un total de 9 productos turísticos. Teniendo un valor de USD 10.951,80 dólares, con un crecimiento anual de USD 131.421,60 dólares.

Cabe indicar que la operadora turística brindará servicios turísticos a clientes nacionales e internacionales, por tal motivo se pretende vender 9 paquetes turísticos como límite mínimo, por la demanda en temporada baja, media y alta. A continuación se detallará el presupuesto de ventas mensual y anual:

Presupuesto de Ventas Mensual

PRODUCTO TURISTICO	PRECIO POR PAX GRUPO DE (10 - 15)	PRECIO DEL PAQUETE	PAQUETES VENDIDOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Tour de la Santidad	\$ 41,75	\$ 417,50	1	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 417,50	\$ 5.010,00
Tour Cultural	\$ 35,56	\$ 355,60	1	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 4.267,20
Tour al Bosque Protector Cerro de Hayas	\$ 50,62	\$ 506,20	1	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 506,20	\$ 6.074,40
TOTAL			3	\$ 1.279,30	\$ 15.351,60											
Excursión Histórica	\$ 62,85	\$ 628,50	1	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 628,50	\$ 7.542,00
Excursión Avistamiento de Aves y Delfines	\$ 71,49	\$ 714,90	1	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 714,90	\$ 8.578,80
Excursión de la Fe	\$ 73,17	\$ 731,70	1	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	\$ 731,70	731,7	\$ 8.780,40
TOTAL			3	\$ 2.075,10	\$ 24.901,20											
Paquete Turístico a la Ciudad Alfaro	\$ 207,76	\$ 2.077,60	1	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 2.077,60	\$ 24.931,20
Paquete Turístico Cultural y Natural	\$ 275,52	\$ 2.755,20	1	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 2.755,20	\$ 33.062,40
Paquete Turístico Sol y Playa	\$ 276,46	\$ 2.764,60	1	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 2.764,60	\$ 33.175,20
TOTAL			3	\$ 7.597,40	\$ 91.168,80											
TOTAL DE INGRESOS MENSUALES			9	\$ 10.951,80	\$ 131.421,60											

Presupuesto de Ventas Anual

PRODUCTO TURÍSTICO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tour de la Santidad	\$ 5.010,00	\$ 5.464,76	\$ 5.960,81	\$ 6.501,88	\$ 7.092,06
Tour Cultural	\$ 4.267,20	\$ 4.654,54	\$ 5.077,04	\$ 5.537,89	\$ 6.040,57
Tour al Bosque Protector Cerro de Hayas	\$ 6.074,40	\$ 6.625,78	\$ 7.227,21	\$ 7.883,24	\$ 8.598,81
TOTAL	\$ 15.351,60	\$ 16.745,09	\$ 18.265,06	\$ 19.923,00	\$ 21.731,44
Excursión Histórica	\$ 7.542,00	\$ 8.226,60	\$ 8.973,34	\$ 9.787,86	\$ 10.676,32
Excursión Avistamiento de Aves y Delfines	\$ 8.578,80	\$ 9.357,51	\$ 10.206,90	\$ 11.133,40	\$ 12.143,99
Excursión de la Fe	\$ 8.780,40	\$ 9.577,41	\$ 10.446,76	\$ 11.395,03	\$ 12.429,37
TOTAL	\$ 24.901,20	\$ 27.161,52	\$ 29.627,00	\$ 32.316,29	\$ 35.249,68
Paquete Turístico a la Ciudad Alfaro	\$ 24.931,20	\$ 27.194,24	\$ 29.662,70	\$ 32.355,22	\$ 35.292,15
Paquete Turístico Cultural y Natural	\$ 33.062,40	\$ 36.063,52	\$ 39.337,05	\$ 42.907,73	\$ 46.802,52
Paquete Turístico Sol y Playa	\$ 33.175,20	\$ 36.186,56	\$ 39.471,26	\$ 43.054,12	\$ 46.962,20
TOTAL	\$ 91.168,80	\$ 99.444,32	\$ 108.471,01	\$ 118.317,07	\$ 129.056,87
TOTAL DE INGRESOS ANUALES	\$ 131.421,60	\$ 143.350,92	\$ 156.363,08	\$ 170.556,36	\$ 186.038,00

Cuadro N° 37 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.6. Presupuesto de Operaciones

Para la realización de este presupuesto se tomó a consideración costos fijos (seguro de viaje) y costos variables (guía nacional de turismo, auxiliar de enfermería, transporte, alimentación, hospedaje y entretenimiento) con los que la empresa debe incurrir mensualmente por brindar sus servicios. A continuación se detallará el presupuesto de operaciones mensual y anual:

Presupuesto de Operaciones Mensual

RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Costos Fijos	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Seguro de Viaje	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Costos Variables	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 4.784,36	\$ 57.412,32
Guía Nacional	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 7.357,56
Auxiliar de enfermería	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 621,23	\$ 7.454,76
Alquiler de Transporte	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 19.200,00
Alimentación	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 5.640,00
Hospedaje	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 11.760,00
Entretenimiento	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
TOTAL	\$ 5.684,36	\$ 68.212,32											

Presupuesto de Operaciones Anual

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	\$ 10.800,00	\$ 11.279,52	\$ 11.780,33	\$ 12.303,38	\$ 12.849,65
Seguro de Viaje	\$ 10.800,00	\$ 11.279,52	\$ 11.780,33	\$ 12.303,38	\$ 12.849,65
Costos Variables	\$ 57.412,32	\$ 59.961,43	\$ 62.623,71	\$ 65.404,21	\$ 68.308,15
Guía Nacional	\$ 7.357,56	\$ 7.684,24	\$ 8.025,42	\$ 8.381,74	\$ 8.753,89
Auxiliar de enfermería	\$ 7.454,76	\$ 7.785,75	\$ 8.131,44	\$ 8.492,47	\$ 8.869,54
Alquiler de Transporte	\$ 19.200,00	\$ 20.052,48	\$ 20.942,81	\$ 21.872,67	\$ 22.843,82
Alimentación	\$ 5.640,00	\$ 5.890,42	\$ 6.151,95	\$ 6.425,10	\$ 6.710,37
Hospedaje	\$ 11.760,00	\$ 12.282,14	\$ 12.827,47	\$ 13.397,01	\$ 13.991,84
Entretenimiento	\$ 6.000,00	\$ 6.266,40	\$ 6.544,63	\$ 6.835,21	\$ 7.138,69
TOTAL	\$ 68.212,32	\$ 71.240,95	\$ 74.404,05	\$ 77.707,58	\$ 81.157,80

Cuadro N° 38 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.7. Presupuesto de Gastos Generales

En ésta sección mencionaremos todos los gastos que va incurrir nuestro proyecto:

- ✓ Sueldo del Personal Administrativo
- ✓ Suministro de Oficina y Computación
- ✓ Materiales de Limpieza
- ✓ Servicios Básicos
- ✓ Alquiler
- ✓ Ejecutivos de Ventas
- ✓ Publicidad y Promoción

El sueldo del personal administrativo se refiere al salario que va a recibir cada una de las personas que elaborarán en la empresa como es el gerente_administrativo, el counter, el contador y el mensajero_limpieza. Cabe recalcar que todo el personal contratado recibirá los beneficios de ley como son décimo tercero, bono escolar, vacaciones, fondo de reserva y aporte patronal (Ver Cuadro N° 31).

Sin embargo, toda empresa debe tener un lugar físico para sus operaciones, nosotros decidimos alquilar una oficina en la ciudad de Guayaquil en el Centro Comercial Policentro, el costo total cubre la alícuota siendo esta: seguridad y limpieza en la parte exterior del establecimiento. Entre los servicios básicos que se necesitará son: luz, agua, teléfono_fax y servicio de internet.

Los suministros de oficina y computación que utilizaremos son: bolígrafos, carpetas, tinta y hojas A4; y entre los materiales de limpieza tenemos: fresklin, cloro, deja, papel higiénico, jabón líquido para manos y ambiental.

Finalmente, los gastos de ventas incurren las comisiones en un 10% para el ejecutivo de ventas. Además para captar la atención de los turistas se utilizará medios publicitarios, tales como: volantes, mail, publicidad en prensa escrita y participación en la Feria Internacional de Turismo en el Ecuador.

A continuación se mostrará un cuadro más detallado del presupuesto de gastos generales mensual y anual:

Presupuesto de Gastos Generales Mensual

RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Gastos de Administración	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 4.609,35	\$ 55.312,24
Sueldo del Personal Administrativo	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 2.920,47	\$ 35.045,69
Suministros de oficina y computación	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Materiales de Limpieza	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Servicios Básicos	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
Alquiler	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Depreciación Equipos de Computación	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 59,70	\$ 716,39
Depreciación Muebles de Oficina	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 16,59	\$ 199,12
Depreciación Otros Eq. En General	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 17,59	\$ 211,05
Amortización Activos Intangibles	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00
Gastos de Ventas	\$ 1.015,13	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 7.652,28
Ejecutivo de Ventas - Comisiones 10%	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 377,44	\$ 4.529,28
Publicidad y Promoción	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 637,69	\$ 7.652,28
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 5.624,48	\$ 5.247,04	\$ 62.964,52										

Presupuesto de Gastos Generales Anual

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 55.312,24	\$ 57.694,11	\$ 60.181,74	\$ 62.063,42	\$ 64.776,85
Sueldos de Personal Administrativo	\$ 35.045,69	\$ 36.601,72	\$ 38.226,83	\$ 39.924,10	\$ 41.696,73
Suministros de oficina	\$ 2.400,00	\$ 2.506,56	\$ 2.617,85	\$ 2.734,08	\$ 2.855,48
Materiales de Limpieza	\$ 360,00	\$ 375,98	\$ 392,68	\$ 410,11	\$ 428,32
Servicios Básicos	\$ 3.840,00	\$ 4.010,50	\$ 4.188,56	\$ 4.374,53	\$ 4.568,76
Alquiler	\$ 12.000,00	\$ 12.532,80	\$ 13.089,26	\$ 13.670,42	\$ 14.277,39
Depreciación Equipos de Computación	\$ 716,39	\$ 716,39	\$ 716,39	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación Muebles de Oficina	\$ 199,12	\$ 199,12	\$ 199,12	\$ 199,12	\$ 199,12
Depreciación Otros Eq. En General	\$ 211,05	\$ 211,05	\$ 211,05	\$ 211,05	\$ 211,05
Amortización Activos Intangibles	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00
Gastos de Ventas	\$ 7.652,28	\$ 12.722,42	\$ 13.287,30	\$ 13.877,25	\$ 14.493,40
Ejecutivo de Ventas - Comisiones 10%	\$ 4.529,28	\$ 4.730,38	\$ 4.940,41	\$ 5.159,76	\$ 5.388,86
Publicidad y Promoción	\$ 7.652,28	\$ 7.992,04	\$ 8.346,89	\$ 8.717,49	\$ 9.104,55
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 62.964,52	\$ 70.416,53	\$ 73.469,03	\$ 75.940,67	\$ 79.270,25

Cuadro N° 39 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.8. Depreciación de Activos Fijos

Los bienes que la empresa necesita para la operación normal de sus actividades, a medida que transcurre el tiempo de uso sufren un desgaste, entre ellos tenemos:

Cálculo de Depreciaciones

	EQ. DE COMPUTACIÓN	MUEBLES DE OFICINA	OTROS EQ. EN GENERAL
Valor del bien	\$ 2.387,97	\$ 2.212,40	\$ 2.344,98
% Valor Residual	10%	10%	10%
Años de vida Útil	3	10	10
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 716,39	\$ 199,12	\$ 211,05
DEPRECIACIÓN MENSUAL	\$ 59,70	\$ 16,59	\$ 17,59

Cuadro N° 40 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

Cálculo de Amortización de Intangibles

Valor Activo Intangible	\$ 2.700,00
Período de Amortización	5
AMORTIZACIÓN ANUAL	\$ 540,00
AMORTIZACIÓN MENSUAL	\$ 45,00

Cuadro N° 41 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.9. Estado de Resultados

El estado de resultados es el principal medio para evaluar la gestión que viene realizando la empresa, tanto para los usuarios internos como para los empleados y accionistas, al igual que para los externos, como proveedores y clientes.

Para realizar el estado de resultados se considero todos los ingresos por la venta de servicio así como todos los costos y gastos que se incurran en la compañía, y el impuesto a la renta siendo este en el primer año con el 24%, en el segundo año 23% y los demás años con el 22%, de tal manera que con estos valores se determino una utilidad.

En el siguiente cuadro muestra el estado de resultado proyectado para los próximos 5 años con un crecimiento de USD \$16.979,39 dólares.

Estados de Resultados Anual

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas Totales	\$ 131.421,60	\$ 143.350,92	\$ 156.363,08	\$ 170.556,36	\$ 186.038,00
TOTAL DE INGRESOS	\$ 131.421,60	\$ 143.350,92	\$ 156.363,08	\$ 170.556,36	\$ 186.038,00
(-) Costo de Operación	\$ 68.212,32	\$ 71.240,95	\$ 74.404,05	\$ 77.707,58	\$ 81.157,80
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 63.209,28	\$ 72.109,97	\$ 81.959,03	\$ 92.848,78	\$ 104.880,20
(-) Gastos Administrativos	\$ 55.312,24	\$ 57.694,11	\$ 60.181,74	\$ 62.063,42	\$ 64.776,85
(-) Gastos de Ventas	\$ 7.652,28	\$ 12.722,42	\$ 13.287,30	\$ 13.877,25	\$ 14.493,40
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTIC. A TRABAJADORES	\$ 244,76	\$ 1.693,44	\$ 8.490,00	\$ 16.908,11	\$ 25.609,95
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 36,71	\$ 254,02	\$ 1.273,50	\$ 2.536,22	\$ 3.841,49
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 208,04	\$ 1.439,42	\$ 7.216,50	\$ 14.371,89	\$ 21.768,45
(-) 24% Imp. a la Renta	\$ 49,93	\$ 331,07	\$ 1.587,63	\$ 3.161,82	\$ 4.789,06
UTILIDAD NETA	\$ 158,11	\$ 1.108,35	\$ 5.628,87	\$ 11.210,08	\$ 16.979,39

Cuadro N° 42 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.10. Flujo de Caja

Así como en la empresa debe existir un orden para las cosas y un orden para las personas también debe existir un orden para el manejo de dinero.

El flujo de caja es un cálculo que nos permitió determinar el volumen de ingresos y de gastos, que ocurrirán en la empresa durante los siguientes 5 años. Ello posibilita saber si sobrá o faltará dinero en determinado momento.

Llevar un buen control sobre los ingresos y salidas nos permitirá:

- ✓ Tener cantidad suficiente para el mantenimiento de los equipos.
- ✓ Cumplir con los compromisos de pagos al banco.
- ✓ Mejorar el uso de dinero y la rentabilidad de la empresa.

Los ingresos serán por las ventas de los productos turísticos para adultos mayores y los egresos corresponderán aquellos desembolsos de efectivo por gastos de operaciones, gastos administrativos, gastos de ventas, impuesto a la renta y participación a trabajadores. A continuación el flujo de caja anual con sus respectivos detalles:

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL					
Ingresos por Ventas	\$ 131.421,60	\$ 143.350,92	\$ 156.363,08	\$ 170.556,36	\$ 186.038,00
(-) EGRESOS DE EFECTIVO	\$ 129.510,29	\$ 140.077,57	\$ 146.791,60	\$ 155.559,22	\$ 165.175,92
Gastos de Operación	\$ 68.212,32	\$ 71.240,95	\$ 74.404,05	\$ 77.707,58	\$ 81.157,80
Gastos de Administración	\$ 53.645,69	\$ 56.027,56	\$ 58.515,18	\$ 61.113,25	\$ 63.826,68
Gastos de Ventas	\$ 7.652,28	\$ 12.722,42	\$ 13.287,30	\$ 13.877,25	\$ 14.493,40
Impuesto a la Renta	\$ 0,00	\$ 49,93	\$ 331,07	\$ 1.587,63	\$ 3.161,82
Participación de trabajadores	\$ 0,00	\$ 36,71	\$ 254,02	\$ 1.273,50	\$ 2.536,22
FLUJO NETO OPERACIONAL	-\$ 14.645,35	\$ 1.911,31	\$ 3.273,35	\$ 9.571,47	\$ 20.862,08

Cuadro N° 43 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.11. Valor Presente Neto – VAN

El valor actual neto es el procedimiento más utilizado a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. Este nos permitirá determinar si la inversión cumple con su objetivo básico que es maximizar la inversión.

Para el caso del siguiente proyecto que tiene 5 años de vida útil el VAN es USD \$13.782,50 dólares lo que significa que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida por los inversionistas.

4.6.12. Tasa Interna de Retorno – TIR

La tasa interna de retorno nos indica que tan rentable es el negocio. Se procura que esta tasa sea mayor a la Tasa de descuento establecida en el estado financiero del proyecto, que en este caso está dada por el Banco Central del Ecuador (16%). Según los datos obtenidos tenemos una TIR de 39,00%, lo cual significa que el proyecto es totalmente viable.

4.6.13. Período de Recuperación de la Inversión – PAYBACK

El objetivo del método del PAYBACK es conocer el tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial del proyecto siendo esta de 3 años y 1 mes aproximadamente.

4.6.14. Ratios Financieros

El **Margen Bruto** indica las ganancias en relación con las ventas, deducido los costos de operación de los productos turísticos vendidos. Nos dice también la eficiencia de las operaciones y la forma como son asignados los precios de los productos.

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	0,19%	1,18%	5,43%	9,91%	13,77%

Cuadro N° 44 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

El **Margen Neto** rentabilidad más específica que el anterior, relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Este ratio permite evaluar si el esfuerzo hecho en la operación durante el período de análisis, está produciendo una adecuada retribución para los socios.

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN NETO	0,12%	0,77%	3,60%	6,57%	9,13%

Cuadro N° 45 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

El **ROA Retorno Sobre Activos** indica qué tan productivos son los activos para generar ventas.

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	\$ 0,01	\$ 0,07	\$ 0,23	\$ 0,29	\$ 0,29

Cuadro N° 46 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

El **ROE Retorno Sobre Capital** es similar a la anterior, con el agregado que mide la capacidad de la empresa de utilizar el capital en activos fijos.

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	\$ 0,01	\$ 0,08	\$ 0,38	\$ 0,77	\$ 1,16

Cuadro N° 47 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

Liquidez General es lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente. Este ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ GENERAL	79,77	17,41	6,91	6,10	6,44

Cuadro N° 48 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.15. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nos demuestra las cantidades mínimas a vender por año siendo este de 42 paquetes turísticos. A continuación detalla el punto de Equilibrio:

Costo Fijo	\$ 29.040,00
Costo Variable	\$ 57.412,32
Total de Ventas	\$ 131.421,60
Pto. Económico	\$ 51.567,63

Producto	Cantidad	Precio	Total	Ventas	Pto. Equilibrio
Tour de la Santidad	12	\$ 417,50	\$ 5.010,00	3,81%	4,71
Tour Cultural	12	\$ 355,60	\$ 4.267,20	3,25%	4,71
Tour al Bosque Protector Cerro de Hayas	12	\$ 506,20	\$ 6.074,40	4,62%	4,71
Excursión Histórica	12	\$ 628,50	\$ 7.542,00	5,74%	4,71
Excursión Avistamiento de Aves y Delfines	12	\$ 714,90	\$ 8.578,80	6,53%	4,71
Excursión de la Fe	12	\$ 731,70	\$ 8.780,40	6,68%	4,71
Paquete Turístico a la Ciudad Alfaro	12	\$ 2.077,60	\$ 24.931,20	18,97%	4,71
Paquete Turístico Cultural y Natural	12	\$ 2.755,20	\$ 33.062,40	25,16%	4,71
Paquete Turístico Sol y Playa	12	\$ 2.764,60	\$ 33.175,20	25,24%	4,71
TOTAL	108	\$ 10.951,80	\$ 131.421,60	100,00%	42

Cuadro N° 49 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

4.6.16. Análisis de Sensibilidad

Para el análisis de sensibilidad se eligió tres escenarios: pesimista, caso base y optimista, demuestra las diferentes rentabilidades sobre el proyecto en el caso de que las ventas y los costos variables cambien. A continuación detalla el cuadro de análisis de sensibilidad:

DESCRIPCIÓN	PESIMISTA	CASO BASE	OPTIMISTA
	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Tours	2	3	3
Excursiones	2	3	4
Paquetes Turísticos	3	3	4
TOTAL DE PRODUCTOS TURISTICOS	7	9	11
TASA DE DESCUENTO	16%	16%	16%
VALOR PRESENTE NETO (VAN)	\$ 1.214,71	\$ 13.782,50	\$ 24.771,49
TASA INTERNA DE RETRORNO (TIR)	18%	39%	53%
RELACIÓN BENEFICIO COSTO Rb/c	\$ 0,08	\$ 0,94	\$ 1,69
PERIODO DE RECUPERACIÓN	4 años aprox.	3 años y 1 mes aprox.	2 años y 2 meses aprox.

Cuadro N° 50 Fuente: Investigación Autores: Investigadores

5. CONCLUSIONES

- a) El diseño de creación de una operadora turística fundamentado en la investigación científica de mercado, permite la generación de procesos de aprendizaje autorregulado de acción-reflexión-acción del equipo involucrado; a la vez, el enriquecimiento de conocimientos teóricos y el desarrollo de experiencias de la especialización, en perspectiva de innovación, mejora y cambio de competencias de gestión turística de los pre profesionales y profesionales en el contexto de la sociedad actual.

- b) La estructuración administrativa y técnica de toda obra humana, en este caso la creación de la operadora turística, con sus aciertos y limitaciones, posibilita aplicar y comprobar en la cotidianidad de las empresas locales la validez de modelos, enfoques, orientaciones teóricas de las diversas áreas curriculares de orientación académica- profesional; es una experiencia que significa la oportunidad para el aprender a conocer, aprender haciendo y produciendo, aprender a ser persona, aprender a vivir y convivir, aprender a emprender en la praxis de la profesión del especialista en turismo y hotelería.

- c) El querer hacer, el saber hacer y el poder hacer una operadora turística, deja al descubierto posibles vacíos en el aprendizaje curricular en el aula; sin embargo, estos vacíos están compensados ampliamente con el aprendizaje práctico metacognitivo que implica la organización y control de una operadora turística; la producción, venta y atención al cliente; la comercialización de productos y servicios generales y exclusivos; las relaciones en el equipo de trabajo. Es decir, la concreción del proyecto permite el desarrollo de competencias de evaluación, creatividad y proactividad.

- d) La creación de toda operadora turística a través de un modelo estructural y funcional acogido, compromete sin lugar a dudas la personalidad, inteligencia, economía y toma de decisiones de los involucrados, ya que todo negocio tiene la finalidad de invertir y ganar una utilidad o renta; por ello el proyecto está desarrollado con las técnicas y herramientas que toda actividad económica – social demanda, desde el análisis interno y externo, la formulación de la visión y misión, los objetivos, la implementación de planes y programas que agreguen valor (plan de contingencia) y que ofrezcan un producto turístico diferenciando para atender de manera excelente a turistas adultos mayores nacionales e internacionales, desde su peculiar caracterización personológica y demandas, considerando como destinos la costa ecuatoriana con su belleza natural, su riqueza económica y cultural, sus infraestructuras.
- e) Es nuestra opinión y afirmación señalar que la investigación científica y proyecto factible expuesto en el trabajo, constituye un nuevo punto de partida y un camino que se abre a seguir aprendiendo, a seguir incursionando en la determinación de nuevas variables del producto turístico para la tercera edad y la búsqueda de nuevas alternativas estratégicas para continuar contribuyendo a la mejora de los procesos turísticos en marcha e implementación de nuevos productos, porque se considera que la atención al adulto mayor debe ser analizada con amplitud académica. En las Facultades de Turismo, para que los responsables de las operadoras turísticas asuman y ofrezcan productos turísticos de calidad en todos sus componentes: transporte, alojamiento, atención de la salud, diversidad de experiencias de esparcimiento, etc.

6. RECOMENDACIONES

- a) En sentido general, quien de alguna manera está involucrado en la orientación académica, organización, promoción y desarrollo de actividades turísticas destinadas a personas de la tercera edad (docente, administrador, especialista, colaborador, estudiante), tiene el compromiso ineludible de asumir y compartir criterios, programas, productos turísticos direccionados a la inclusión del adulto mayor, orientados constructivamente a lograr su participación y reinserción social como un requisito de salud, eficiencia social, psicológica y económica.

- b) La experiencia teórico-práctica lograda en la investigación y estructuración del presente proyecto, permite recomendar la consideración de aspectos significativos sobre el adulto mayor a tomar en cuenta en el diseño de productos turísticos: Su posición en el mundo contemporáneo es única por su significado y humana por su destino y orientación; conocerlo significa ser receptivo ante sus necesidades y posibilidades, dar confianza y seguridad para su mejor convivencia social-familiar y realización personal; ayudarle a conservar su autonomía física, psíquica y social durante el mayor tiempo posible; tomar en cuenta su estado de salud para planificar diversas actividades culturales, físicas, recreativas, de esparcimiento, de relajación, trabajo al aire libre en contacto con la naturaleza.

- c) Dentro de los significativos esfuerzos que realiza el Estado Ecuatoriano en el ámbito turístico nacional y regional, conviene que se establezcan políticas económicas y programas encaminados al involucramiento exclusivo del adulto mayor, en la esfera social, psicológica y física para mejorar su calidad de vida aprovechando el potencial turístico, la infraestructura, sitios de destino, ambiente cultural y natural de la costa ecuatoriana. Conviene seguir el ejemplo de Chile y Argentina, países latinoamericanos donde los viajes turísticos subvencionados por el Estado y enfocados en el adulto mayor, a través de operadoras turísticas

emprendedoras, han logrado plasmar vacaciones de la tercera edad dando facilidades para que puedan viajar en temporadas bajas y medias, disminuyendo el impacto de la estacionalidad.

- d) A los administradores de las operadoras turísticas de Guayaquil y del País, conviene plantearles la oportunidad de servicio y el compromiso latente en nuestra realidad regional, dado el potencial turístico que tiene el segmento adultos mayores, y recomendarles, abrir productos y programas turísticos saludables que contribuyan a mejorar su calidad de vida, a promover su integración social, reducir la estacionalidad del turismo, potenciar nuevos destinos turísticos a la costa ecuatoriana y favorecer el desarrollo económico de la mediana y pequeña empresa vinculada al sector turístico. Hoy es posible encontrar en diversos puntos de la costa ecuatoriana hotelería que ofrece habitaciones, áreas comunes, sitios de recreación, caminatas, avistaje fotográfico juegos de salón y una variada y saludable alimentación

7. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Cintes, R. (2001). *Temas de medicina General Integral*. Cuba. Editorial Ciencias Médicas.
- Asamblea Constituyente (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Ecuador: Grafitext.
- Benites, A. (2001). *Modelo de actuación de enfermería ante una urgencia o emergencia*. Málaga: Aljibe
- Curcio, C., Gómez, J., & Martínez, A. (1998). Caídas en Ancianos: Un Problema en aumento. *La Asociación Colombiana de Gerontología y Geriatría*, N° 5, 10 – 35.
- Del Castillo Ramírez, A. (2009). *Primeros Auxilios*. Sonora: Voluntad Juvenil.
- Echeverry, W. (1997). *Manual de Primeros Auxilios y Autocuidado*. Colombia: Produmedios.
- Erikson, H. (s.f.). *La Teoría Psicosocial de Erikson* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.vejezyvida.com/factores-psicologicos-y-teorias-sobre-el-envejecimiento-i/>
- Fabris, L. (s.f.). *Manual de Primeros Auxilio* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.turismoaventura.com/comunidad/contenidos/pauxilios/cap4.shtml>
- González Santamaría, P. (s.f.). *El Producto Turístico* [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.welton.es/El_Producto_Turistico.pdf
- Martínez Bravo, R. V. (2009). *Propuesta para la elaboración de un manual de procesos del sistema contable para la agencia de viajes y operadoras de*

- turismo Jakunamatatat Travel S.A. de la ciudad de Riobamba.* (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
- Ministerio de Turismo (2007). *Plan estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 – PLANDETUR 2020.* Ecuador: Grafitext.
- Ministerio de Turismo (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador- PIMTE 2014.* Ecuador: Grafitext.
- Ministerio de Turismo (2009, Octubre 07). *Pionero del Turismo Ecuatoriano* [Lectura en línea]. Recuperado de: www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1549:fallece-eduardo-proapionero-del-turismo-ecuatoriano&catid=99:archivos-2009&Itemid=152
- Ministerio de Turismo (2010). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2005-2009.* Ecuador: Grafitext.
- Multimedios106. (Productor). (2001, Julio 5). *Recorrido turístico en Manabí – Ecuador.* Video recuperado de: http://www.youtube.com/watch?v=fZJZGgc_sOw&feature=related
- Pont, P. (2003). *Tercera Edad, actividad física y salud: teoría y práctica.* Barcelona: Paidotribu.
- Ramos Rodríguez, A. (2003). *Tiempo libre y recreación en el desarrollo local.* Universidad Agraria de La Habana.
- Sáez, N., Aleixandre, M., De Vicente, P., Melendez, J., & Villanueva, I. (s.f.). Cambio y socialización en la tercera edad. *Facultad de Psicología de la Universidad de Valencia, N° 12*, 129 – 152

Sanhuez, M., & Letelier, M. (2002). Enfermería como Disciplina. *Universidad de Concepción Chile, N° 8*, 5 – 10.

Salud (s.f.). *Insolación* [Lectura en línea]. Recuperado de:
<http://www.salud.com/enfermedades/insolacion.asp>

Wallingre, N. (1998). Enfoques de Turismo y sus Modalidades. *Universidad Kennedy Buenos Aires, N° 1*, 3 – 8.

UNED (2010). *Guía de Alimentación y Salud*. Chile: Red enlace

Ysern, A. (s.f.). *Aspectos Psicoafectivos del Envejecimiento*. [Lectura en línea].
Recuperado de: <http://www.ubiobio.cl/vitrina/envejecim.htm>

ANEXOS

Encuesta Dirigida a las Operadoras Turísticas de Guayaquil

Marque con una X la alternativa que Ud. Seleccione

1. ¿Qué importancia tiene el adulto mayor para la operadora?

- Baja Media Alta

2. ¿Con qué frecuencia el adulto mayor compra un producto turístico?

- Poco frecuente Frecuente Muy Frecuente

3. ¿Qué productos turísticos prefiere el adulto mayor?

- Tours Excursión Paquetes Turísticos

4. ¿A qué regiones del Ecuador opta por viajar el adulto mayor?

- Costa Andes Amazonia Galápagos

5. ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes el adulto mayor?

- Solo En pareja En familia Con amigos

6. ¿En qué época del año los adultos mayores prefieren comprar sus productos turísticos?

- Temporada alta Media Baja Media y Baja

7. ¿Cada qué tiempo hacen ofertas turísticas para los adultos mayores?

- Cada mes Cada 3 meses Cada 6 meses Cada año
 Nunca

8. ¿En qué actividades prefieren actuar los adultos mayores durante el producto turístico?

- De relajación Arte y Cultura Deporte

9. ¿La operadora posee un plan de contingencia para adultos mayores en casos emergentes?

- Sí No

10. ¿Qué tipo de inconvenientes presentan los adultos mayores en sus viajes?

- Calambres Insolación Mareos Presión
 Inseguridad Otros

Encuesta Dirigida a los Adultos Mayores

Marque con una X la alternativa que Ud. Seleccione

- Edad:** De 60 a 65 años **Sexo:** Masculino Femenino
 De 65 a 70 años
 De 70 a 75 años
 De 75 a 80 años
 Más de 80 años

1. ¿Cuál es su principal motivación para realizar un viaje?

- Relajación y descanso Diversión
 Conocer Historia-Cultura Salud
 Relaciones sociales Contacto con la Naturaleza
 Otros ¿Cuáles? _____

2. ¿Cada cuánto tiempo realiza un viaje hacia la Región Costa?

- Cada mes Cada 6 meses Cada año

3. ¿Qué tipo de actividad turística le gustaría realizar?

- Asistir a espacios de arte y cultura Pesca
 Observación de aves Recorridos por senderos
 Bailoterapia

4. ¿Qué provincia de la costa ecuatoriana es de su mayor agrado? ¿Por qué?

- El Oro Los Ríos
 Guayas Esmeraldas
 Santa Elena Santo Domingo de los Tsachillas
 Manabí

¿Por qué? _____

5. ¿Cómo se entera usted del destino que visita?

- Publicidad en radio
- Publicidad en televisión
- Referencias por familiares o conocidos
- Publicidad en prensa escrita
- Internet
- Otros ¿cuáles? _____

6. ¿Con quién realiza usted habitualmente sus viajes?

- Solo
- En pareja
- En familia
- Con amigos

7. ¿Cuáles son los servicios más importantes para usted? Enumere del 1 al 6, siendo 6 el de mayor y 1 el de menor importancia.

- Canchas deportivas
- Piscinas
- Seguridad
- Actividades organizadas
- Asistencia médica oportuna
- Casinos

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un paquete turístico hacia la región costa de 3 días y 2 noches?

- De 100 a 150
- De 150 a 200
- De 200 a 300
- De 300 a 350
- Más de 350

9. ¿Con cuántos días usted contaría para realizar un viaje?

- Un día
- Dos días
- Tres días
- Cuatro días
- Más de 4 días

Formato de Ficha Médica

Apellidos y Nombres: _____
Fecha de Nacimiento: ___ / ___ / ___ Edad: _____ Sexo: _____
Dirección: _____ Ciudad: _____ Provincia: _____
Grupo Sanguíneo: _____

En caso de emergencia notificar a:

Apellido y Nombre: _____

¿Qué relación tiene con usted?: _____

Teléfono: _____

Marcar con una X la columna que corresponda

¿Padece o alguna vez padeció alguna de las siguientes condiciones?

	SI	NO
Alergias (indique en esta hoja incluyendo picaduras de insectos, plantas, alimentos y medicamentos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diabetes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afecciones al corazón	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Epilepsia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hipertensión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Problemas de la columna		
Luxación (indicar articulación)		
¿Se encuentra bajo un tratamiento médico?		
¿Está tomando algún medicamento cuáles?		

Fecha de última antitetánica _____

Describa patologías, síndrome, etc., que haya padecido en el último año

Lista de Proveedores

Para la elaboración y creación de los productos turísticos, se selecciono a varios proveedores, entre ellos tenemos:

Transporte Turístico - Ecuadorian Bus Charter

Dirección: Victor Hugo Siquoret Mz. 11 Villa 7

Teléfono: (4) 234 0315

Tiempo	Furgoneta 6 Paxs	Mini Van 14 Paxs	Mini Bus 20 Paxs	Bus 42 Paxs
3 Horas	\$ 40,00	\$ 60,00	\$ 100,00	\$ 120,00
12 Horas	\$ 160,00	\$ 210,00	\$ 250,00	\$ 330,00



Fuente: Ecuadorian Bus Charter. Mercedes Sprinter-Mini Van

Nota:

1. La operadora turística será responsable del viático del chofer.
2. Hora Extra \$25,00

Características del Transporte Turístico

- ✓ Todos los buses tienen asientos reclinables ajustables para la comodidad y conveniencia. Los asientos del pasillo se pueden mover para ampliar el espacio y aumentar la comodidad de cada pasajero. Cada asiento tiene cinturones de seguridad y lámparas de lectura individuales.

- ✓ Las ventanas panorámicas ofrecen una gran visión, la doble vidriera evita la humedad en las ventanas y permite una visión clara para los fotógrafos durante todo el viaje.
- ✓ Sobre cada asiento hay un sistema de ventilación (aire acondicionado y calefacción de alto rendimiento) que cada pasajero puede ajustar individualmente según sus necesidades personales.
- ✓ El espacio del equipaje está totalmente separado del área de los pasajeros. El equipaje de mano se puede almacenar sobre los asientos. Además, bajo pedido, ofrece camiones para el equipaje adicional.
- ✓ Todos los buses tienen un lavatorio a bordo, un refrigerador y una cafetera para ofrecer refrigerios durante el viaje (excepto el microbús de 20 asientos).
- ✓ Todos los vehículos se limpian a diario meticulosamente para la comodidad del pasajero.

Seguro de Viaje - SegurViaje

Dirección: Av. 9 de Octubre 406 y Córdova, Edif. M&U, PISO 4 OF2

Teléfono: (4) 256 8734

Tiempo	60 a 74 años	+75 años
24 Horas	\$ 10,50	\$ 15,75

Nota:

1. Cobertura \$8.000,00. Enfermedad \$4.000,00 / Muerte \$4.000,00

Ferrocarril Durán – Yaguachi

Dirección: Abel Gilbert y Ponce Enríquez, Complejo Ferroviario Durán

Teléfono: (4) 280 8064

Boleto una sola vía:	\$ 6,00
Boleto ida y vuelta:	\$ 9,00

Nota:

1. Días: sábados, domingos y feriados.

2. Horario: salida desde Duran: 8h00 y 13h00
3. Personas menores de 18 años y mayores de 65 años, solo pagan el 50% del valor del pasaje.

Hoteles y Hostería

Hotel Vistalmar

Dirección: Manabí, Manta / Calle M1 y Av. 24, Barrio el Murciélago

Teléfono: 05- 262-1671 / 05- 262-1617

Cabañas	Valor
Sencilla	\$ 67,00
Doble	\$ 85,40
Cuádruple	\$ 146,00
Séxtuple	\$ 183,00

Hostería Farallón Dillon

Dirección: Península de Santa Elena, Lomas de Ballenita

Teléfonos: (4) 295-3611 / 295-3643

Habitaciones	Valor
Sencilla	\$ 48,00
Doble	\$ 60,00
Triple	\$ 80,00
Cuádruple	\$ 100,00
Quíntuple	\$ 120,00

Hostería Oceanic

Dirección: Manabí - Puerto López Malecón Julio Izurieta

Teléfono: 096211065

Cabañas	Valor
Doble	\$ 60,00
Cuádruple	\$ 110,00
Quíntuple	\$ 130,00

Hotel Cielo Azul

Dirección: Esmeraldas Atacames - Av. 21 de Noviembre

Teléfono: (6) 2 731 813 / 094 662783

Habitaciones	Valor
Doble	\$ 63,00
Cuádruple	\$ 99,50
Suit Quíntuple	\$ 144,50
Suit Séxtuple	\$ 162,00

Nota:

1. Todas las tarifas de los hoteles y hosterías son por temporada alta (julio, agosto, diciembre, febrero y feriados).
2. Los precios incluyen el 12% de IVA.
3. Incluye desayuno americano o continental.
4. Las agencia de viajes y operadoras turísticas reciben el 10% de descuento.

Formato de Costos para Armar Tarifario

Costeo para Tours y Excursiones

Denominación del plan o paquete:

Número de pasajeros:

	Cantidad	Costo Unitario	Tiempo	Total
Costos Fijos				
Transporte				
Guías Nacional de Turismo				
Auxiliar de enfermería				
Snack de guía, enferma y chofer				
<i>Total fijos</i>				
<i>Costo por persona</i>				
Costos Variables				
Snack				
Seguro de viaje				
Zoológico el Pantanal				
<i>Total variables</i>				
<i>Total costo por persona</i>				
Imprevistos 5%				
Total costos y gastos				
Utilidad 40%				
Precio de venta al público				
Impuesto al valor agregado 12%				
Precio de Venta al Público más IVA				

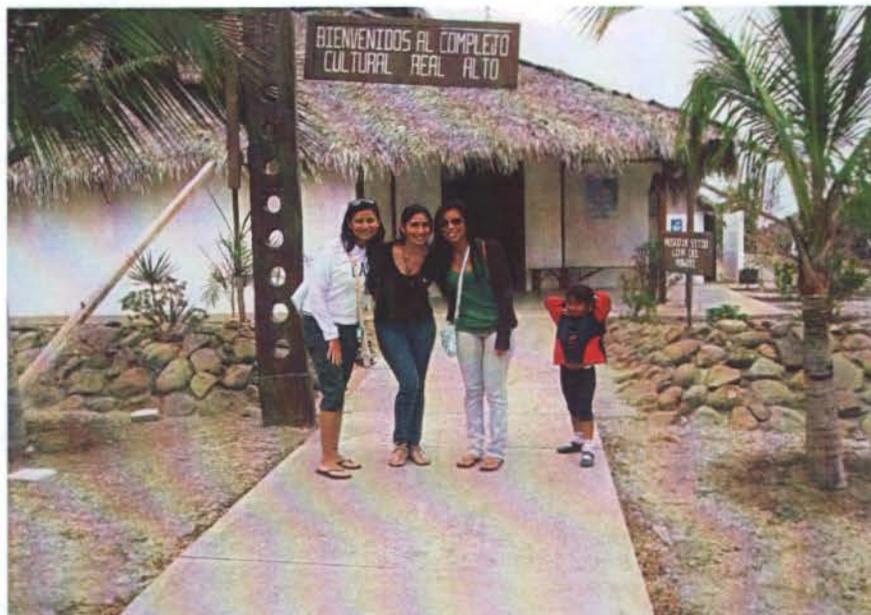
Costeo para Paquetes Turísticos

Denominación del plan o paquete:

Número de pasajeros:

	Cantidad	Costo Unitario	Tiempo	Total
Costos Fijos				
Transporte				
Guía Nacional de Turismo				
Auxiliar de enfermería				
Alimentación de guía, chofer y enfermera				
Hospedaje de guía, chofer y enfermera				
Total fijos				
Costo por persona				
Costos Variables				
Alojamiento (precio por persona)				
Hab. Sencilla				
Hab. Doble				
Hab. Compartida 4 paxs				
Alimentación:				
Desayunos				
Almuerzos				
Cenas				
Impuestos				
Seguro de viaje				
Total Variables				
Total costo por persona				
Imprevistos 5%				
Total costos y gastos				
Utilidad 40%				
Utilidad Total				
Precio de venta al público				
Impuesto al valor agregado 12%				
Precio de venta al público más IVA				

Fotografías: Lugares Turísticos de la Costa Ecuatoriana



Fotografía: Complejo Cultural Real Alto Fuente: Investigación Autores: Investigadores



Fotografía: Iglesia de Ancón Fuente: Investigación Autores: Investigadores



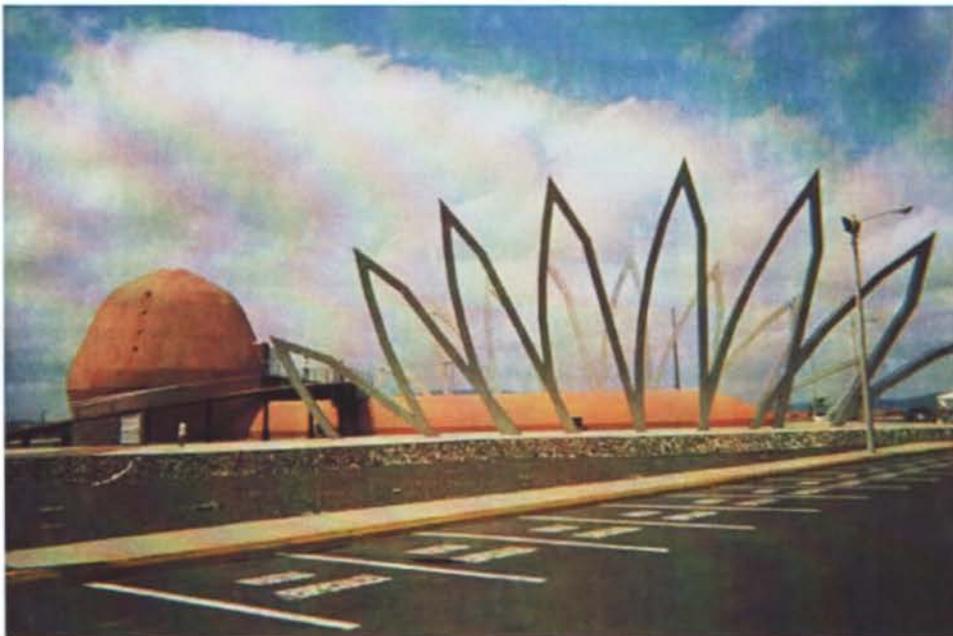
Fotografía: Pozo Petrolífero de Ancón Fuente: Investigación Autores: Investigadores



Fotografía: Santuario María Rosa Mística en Olon Fuente: Investigación Autores: Investigadores



Fotografía: Ballenas Jorobada en Puerto López Fuente: Investigación Autores: Investigadores



Fotografía: Ciudad Alfaro Montecristi Fuente: Investigación Autores: Investigadores



Fotografía: Hotel Vistalmar en Manta Fuente: Investigación Autores: Investigadores