



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA EN EMPRESAS Y NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN
SEGMENTO DE LA TERCERA EDAD DE ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA

TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

DE INGENIERO EN EMPRESAS y NEGOCIOS

AGUSTÍN FABRICIO CRUZ ANDRADE

DIRECTOR: ING. NELSON CERDA PRADO

QUITO, JUNIO DEL 2017

© Universidad Tecnológica Equinoccial. 2017
Reservados todos los derechos de reproducción

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

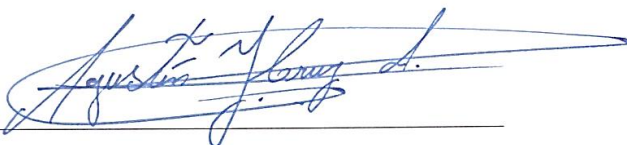
DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1719253781
APELLIDO Y NOMBRES:	Agustín Fabricio Cruz Andrade
DIRECCIÓN:	Esmeraldas Oe6-72 Y Cuenca
EMAIL:	Agusfabri@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	2281531
TELÉFONO MÓVIL:	0998966299

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Plan de Negocios para una Operadora Turística Especializada en Segmento de la Tercera Edad de Estados Unidos de Norteamérica
AUTOR O AUTORES:	Agustín Fabricio Cruz Andrade
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	23-06-2017
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Ing. Nelson Cerda Prado
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero de Empresas
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	La presente tesis genera un plan de negocios para una operadora turística que se ha diseñado un producto especialmente para el segmento de la tercera edad de personas provenientes de Estados Unidos de Norteamérica.

	<p>Este producto que se desarrolló durante la presente es de turismo receptivo, es decir que la operadora se encarga de captar los turistas en su país de origen, mas no de atraer a los ya una vez en el país de destino en este caso Ecuador.</p> <p>El primer capítulo de esta tesis trata básicamente de la definición conceptual de lo que se va a desarrollar y generar un marco teórico adecuado para la estructuración de la operadora para eso se definen los objetivos los cuales enmarcaran el desarrollo del presente documento.</p> <p>En el segundo capítulo se aborda el tipo de investigación, la metodología a usar la profundidad de la misma y la modalidad a usar. Se define la población la muestra y la forma en la que va a ser procesados los datos de los mecanismos definidos para el trabajo.</p> <p>En el tercer capítulo se encuentra desde la presentación de los datos obtenidos con las debidas interpretaciones, la definición de cómo se va a llevar a cabo la operadora, es decir definir los procesos y las personas que los llevan a cabo, los socios estratégicos a tomar en cuenta, los problemas y las condiciones del mercado turístico del mismo modo de las capacidades del mismo.</p> <p>También se desarrolló un análisis de costos gracias a los procesos y posibles proveedores, tomados en cuenta de tal manera que se pueda generar un modelo financiero que nos permita calcular los índices financieros del proyecto con las normativas del plan para verificar su factibilidad</p>
<p>PALABRAS CLAVES:</p>	<p>Plan de Negocio, Segmento de la Tercera Edad, Operadora Turística en Ecuador</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>The present thesis creates a business plan for a tourist operator who has specially designed a</p>

	<p>product for the segment of senior's citizens from the United States of North America.</p> <p>This product who has been develop during the present document is receptive tourism one. It means that the tourist operator characteristic is find clients in its country of origin, not the ones that already are in the destiny country in this case Ecuador</p> <p>The first chapter of these thesis is basically about the conceptual definition of what is going to work about and create a suitable theoretical base for the structuring of the operator, for this the objectives gets defined which frame the guide lines of the present document.</p> <p>The second chapter approaches the type of investigation, the methodology, the depth of the thesis and the modality that has been use. The population and sample gets defined and the way that data is going to be processed.</p> <p>The third chapter we find since the presentation of the results of the surveys with the due interpretation, the definition of the way that the operator is going to act, in other words, the processes get defined and the persons in charge of them, the strategical partners, the problems, conditions and capacities of the touristic market</p> <p>A cost analysis where develop thanks to the definition of processes and possible suppliers, taken in a way that a financial model was created, and this model gave the financial indicators under the lineament of the business plan in which the feasibility was checked.</p>
KEYWORDS:	Business Plan, Segment of the Third Age, Tour Operator in Ecuador

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: 

CRUZ ANDRADE AGUSTIN FABRICIO

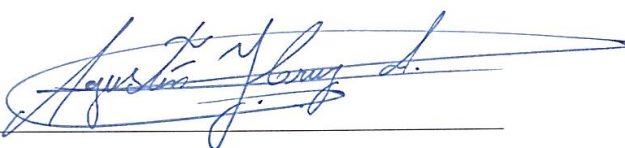
1719253781

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Cruz Andrade Agustín Fabricio**, CI 1719253781 autor del proyecto titulado: **Plan de Negocios para una Operadora Turística Especializada en Segmento de la Tercera Edad de Estados Unidos de Norteamérica** previo a la obtención del título de **Ingeniero de Empresas** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 23 de junio del 2017

f: 


CRUZ ANDRADE AGUSTIN FABRICIO

1719253781

DECLARACIÓN

Yo Cruz Andrade Agustín Fabricio, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Tecnológica Equinoccial puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.


f. 

CRUZ ANDRADE AGUSTIN FABRICIO

1719253781

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo que lleva por título “**Plan de Negocios para una Operadora Turística Especializada en Segmento de la Tercera Edad de Estados Unidos de Norteamérica**”, que, para aspirar al título de **Ingeniero de Empresas** fue desarrollado por **Agustín Fabricio Cruz Andrade**, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios; Y cumple con las Condiciones requeridas por el Reglamento de Trabajos de Titulación artículos 19, 27 y 28.



Ing. Nelson Cerda P. PhD (C), *MBA*

DIRECTOR DEL TRABAJO

C.I. 0502047756

DEDICATORIA

A mis padres, furo de su esfuerzo y dedicación a sus hijos pude realizar el presente trabajo. Gracias a ellos aprendí amar el trabajo duro porque en el reside la recompensa, que las caídas nos hacen más fuertes y que nada es más fuerte que mi espíritu.

A mi hermana, motor de mi vida sin ella no hubiese tenido la fuerza de seguir adelante.

A mi Merceditas, cuyo tesón es mi mayor ejemplo y que la adversidad estará siempre presente, mas no es razón para ceder sino para seguir luchando.

Tabla de Contenido

Capítulo 1	1
1.1.1 Problema a investigar	1
1.1.2 Objeto de estudio teórico	1
1.1.3 Objeto del Estudio Práctico	1
1.1.4 Planteamiento del problema	2
1.1.5 Formulación del problema	4
1.1.6 Sistematización del problema	4
1.1.7 Objetivos generales	5
1.1.8 Objetivos específicos	5
1.1.9 Justificaciones	5
1.2 Marco Referencial	8
1.2.1 Marco Teórico	8
1.2.2 Marco Conceptual	20
Capítulo 2	21
2.1 Metodología General	21
2.1.1 Nivel de Estudio	21
2.1.2 Modalidad de Investigación	22
2.1.3 Método	22
2.1.4 Población y Muestra	23
2.1.5 Selección de instrumentos de investigación	23
2.1.6 Procesamiento de Datos	23
2.2 Metodología técnica, específica para el tema planteado	25
Capítulo 3	28
3.0 Resultados	28
3.1 Recolección y tratamiento de datos	28

3.1.1Recolección y Análisis de resultados	30
3.2.1Resultados de las Encuestas	31
3.2.2Estudio Técnico	46
3.2.2.1 Localización.....	46
3.2.2.2 Tamaño	47
3.2.2.3 Organización de la empresa.....	50
3.2.2.3.1 Nombre de la empresa.....	50
3.2.2.3.2 Misión	50
3.2.2.3.3 Visión	50
3.2.2.3.4 Valores	50
3.2.2.3.5 Políticas.....	51
3.2.2.3.6 El producto y organización de la empresa	51
3.2.2.4 Identificación y descripción del proceso.....	53
3.2.3 Investigación de Mercados	60
3.2.3.1 Análisis de la oferta.....	60
3.2.3.2 Análisis de comercialización	63
3.2.3.3Comunicación	65
3.2.4 Estudio Financiero.....	66
3.2.4.1 Datos	66
3.2.4.2 Inversiones	71
3.2.4.3 Depreciaciones y Amortizaciones.....	72
3.2.4.4 Plan de Inversiones	72
3.2.4.5Análisis Salarial	73
3.2.4.6 Materias Primas	73
3.2.4.7 Costos de Producción.....	75
3.2.4.8 Gastos de Administración	75
3.2.4.9 Gastos de Ventas.....	76

3.2.4.10 Capital de Trabajo.....	76
3.2.4.11 Fuentes y usos	76
3.2.4.12 Resumen de Costos y Gastos	77
3.2.4.13 Ingresos	77
3.2.4.14 Balance General	78
3.2.4.15 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	78
3.2.4.16 Flujo de Caja indirecto.....	79
3.2.4.17 Indicadores	79
Capítulo 4	80
4.1 Conclusiones	80
4.2 Recomendaciones.....	81
Bibliografía.....	82
Anexos.....	89
Anexo 1 Encuesta	89

Capítulo 1

1.1.1 Problema a investigar

La inexistencia de un plan de negocio para la creación de una operadora turística en el país de origen que recepte a los turistas de la tercera edad que provienen de los Estados Unidos de Norteamérica, esta ausencia de servicio ha podido ser verificada mediante la investigación por la vía virtual; de modo que se registra como descartado dentro del mercado este servicio u opción para la población norteamericana en viajes a Ecuador.

Se conoce que de acuerdo a versiones vertidas por el diario el Universo (2014) el Ecuador en la plataforma turística registra lo siguiente:

El ingreso por turismo a Ecuador reportó en 2014 un total de 1.487,2 millones de dólares y la meta para este año se ha marcado en 1.734,5 millones de dólares (...) Según los registros del Ministerio de Turismo, en 2014 ingresaron en Ecuador 1.557.000 turistas, lo que representó el 14 % más que en 2013. La mayoría de turistas eran procedentes de Colombia, Estados Unidos y Perú. (párr.1)

En este sentido se verifica que, el mercado turístico en el Ecuador no ha realizado un nexo para que desde el país de origen en este caso como punto focal Norteamérica, se realice la oferta-demanda del servicio de las rutas ecuatorianas a las personas de la tercera edad

Sin embargo, se resalta que El Ministerio de Turismo ofrece planes turísticos a personas de la tercera edad, dentro del programa Viaja Fácil que es parte del Plan integral de marketing turístico del Ecuador, pero no existe una operadora turística que desde el país de origen de los/as norteamericanos se encuentre realizando nexos para la llegada de los mismos.

1.1.2 Objeto de estudio teórico

El Plan de Negocios es desde donde se abarcará la temática consistente a la creación de una operadora turística especializada en la recepción de personas de la tercera edad y provengan desde los Estados Unidos de Norteamérica, para esta acción se pasa a definir que es el Plan de Negocios según Flor (2006)

1.1.3 Objeto del Estudio Práctico

Operadora de recepción turística con base en Quito 2016

1.1.4 Planteamiento del problema

Diagnostico

El Ecuador no ha pensado en la importancia de ofrecer una operadora turística para las personas de la tercera edad que provienen de Norteamérica, la causa se encuentra en que el mercado turístico no ha sido considerado como una de las potencias económicas de este país, ya que la atención financiera se ha centrado en el petróleo como eje cúspide, otro de los elementos a ser considerados es la baja atención y confianza en la población de la tercera edad, considerando que las personas jóvenes son las que más viajan sin embargo de acuerdo a la observación realizada se puede distinguir que la población de la tercera edad de Norteamérica gusta de viajar por Sudamérica.

Por qué se ha caracterizado esta operadora turística, como parte de una necesidad y de un servicio que el Ecuador podría brindar a las personas de la tercera edad que provienen de los Estados Unidos de Norteamérica, la respuesta reside en que el Ecuador al encontrarse entre los mejores destinos para ser visitados a nivel turístico; puede explotar arduamente este recurso creando la operadora turística para el turismo Senior, el mismo que se encuentra dirigido a la población a partir de los 65 años de edad.

Se manifiesta así que muchas personas de la tercera edad desean viajar y conocer otros lugares que les resulten llamativos y atractivos, pero al no existir una operadora que lo recepté, que capté la atención de las personas de la tercera edad, muchos deciden abandonar las ideas de viajar; es desde este pronunciamiento que se focaliza una necesidad para el grupo en mención y para la explotación de este recurso en el país.

Se manifiesta que el Ecuador ofrece lugares que a las personas de la tercera edad por situaciones de salud les puede resultar bastante llamativas, por ejemplo sitios turísticos como: aguas termales de Papallacta, Baños de agua Santa con los muy conocidos baños de cajón, Baños de Cuenca con los conocidos spa que ofrecen como arte curativo a los distintos tipos de Barro; se recuerda en este sentido que mucha gente busca al Ecuador por sus condiciones ancestrales y el conocimiento que ofrece; desde estos elementos puntuales se considera al Ecuador como un lugar étnicamente descrito como territorio de sanación física y emocional.

Otro de los elementos que se identifican es que esta operadora turística permitirá que las personas puedan tener un servicio de primera clase, situación que actualmente no existe en el

Ecuador de forma exclusiva para las personas de la tercera edad, para ello es importante mediar con las aseguradoras para ofrecer seguros de vida a los visitantes de modo que puedan sentir su estadía en este país un evento seguro.

Es importante para establecer un diagnóstico decodificar cuáles son las variables con las que el Ministerio de Turismo está dirigiéndose a la población en mención, dentro de esta investigación se plantean grupos focales que puedan dar cuenta de atención con la que se cuenta a nivel Gobierno para atender a la población mayor de 65 años en el ámbito turístico.

El mercado ecuatoriano al encontrarse en un déficit petrolero apuntará al Turismo, cambiara su eje de atención y es este el momento preciso para desarrollar propuestas empresariales desde otras áreas que históricamente se han encontrado relegadas; y más bien generar auge en los sitios que han sido pocos atendidos; de modo que internamente incluso se promueva una cultura de relax, cultura, conocimiento y demás a través de viajar; sobre todo a las personas que han trabajado toda su vida y que reciben sus pensiones de jubilación, a parte es una retribución justa para los que se han encargado de construir el presente de este país, entonces como parte de los beneficios ofrecerles paquetes es un eje óptimo.

Por qué se apunta a las personas de la tercera edad de primer mundo, porque generalmente es una población que viaja gusta de conocer y se satisface a través de aventuras que se encuentren al otro lado de sus ciudades, de esta manera los Estados Unidos de Norteamérica es el eje puntual ya que se conoce que se encuentra entre las poblaciones que más visitan este país; entonces es un eje a nivel económico ya que aportan al desarrollo de divisa interna y a su vez contribuyen con el desarrollo de la ciudadanía en cuanto al turismo y el manejo empresarial de los servicios que se ofrecen a los norteamericanos.

El Oriente es uno de los lugares más visitados, de modo que la operadora turística dentro de su cartera de servicios debe contener los lugares, atractivos turísticos y beneficios de viajar por estos sectores, con la habilitación de la ruta del tren el Ecuador se vuelve más cálido y atractivo, se ha identificado que uno de los elementos que gusta a los extranjeros es que el Ecuador es un país pequeño y con facilidad se trasladan de un lugar a otro llevando consigo muchas experiencias que nutren la visita de los turistas.

1.1.4.1 Pronóstico

Si no se aprovecha el aumento de ingreso de turistas al Ecuador y sin un plan debidamente organizado, los intentos de generar una empresa serán infructuosos debido a la falta de coordinación y técnicas claves de administración, por lo tanto, lo más probable es que fracase a más de que el nicho de mercado no sería explotado apropiadamente.

1.1.4.2 Control del pronóstico

Aprovechando el aumento constante anual del ingreso de turistas y con los conocimientos adecuados y un plan organizacional debidamente estructurado las posibilidades de éxito de la empresa y factibilidad son elevadas, además que el nicho de mercado sería debidamente explotado; para profundizar en las características económicas se toma en cuenta también que el petróleo ha caído y complica la economía actual en el Ecuador, por lo que el área turística se vuelve un destino económico factible en el que se puede potenciar los servicios turísticos no solo internamente sino a nivel mundial, se resalta lo siguiente que se dio a conocer en las líneas del Diario el Universo (2014)

Ecuador fue elegido 'Destino Verde de Sudamérica' y Quito fue designado 'Destino Líder de Sudamérica' en los premios **World Travel Award (WTA)**, entregados el sábado 10 de octubre en Bogotá, Colombia. Por tercer año consecutivo, Ecuador y su capital reciben estos galardones, considerados los 'Óscar del Turismo (...) Los premios WTA se entregan cada año, con el objetivo de reconocer a las empresas turísticas y a los países que se destacan en la industria de viajes, el turismo y la hospitalidad global. (párr. 1)

1.1.5 Formulación del problema

¿Cómo se debe elaborar un plan de negocio para la creación de una operadora turística en el país de origen que recepte a los turistas de la tercera edad que provienen de los Estados Unidos de Norteamérica?

1.1.6 Sistematización del problema

¿Cómo debe ser una investigación de mercados para la creación de la operadora turística?

¿Cómo debe ser un mix de marketing para la creación de la operadora turística?

Como debe ser el análisis financiero para demostrar la Factibilidad de la operadora turística

¿Cuáles son los requisitos legales para el funcionamiento de la operadora turística

1.1.7 Objetivos generales

Elaborar un plan de negocio para la creación de una operadora turística en el país de origen que recepte a los turistas de la tercera edad que provienen de los Estados Unidos de Norteamérica.

1.1.8 Objetivos específicos

Elaborar una investigación de mercados para la operadora turística, con el cual se podrá determinar la demanda, oferta, proveedores, estrategias comerciales y preferencias.

Establecer un estudio operacional de procesos y estructura de la operadora para determinar el tamaño, los equipos, la localización, las instalaciones y la forma de la organización óptimos.

Desarrollar un estudio financiero a través del cual se determine inversiones, costos, gastos e ingresos con lo cual se establecerá la debida evaluación financiera.

Determinar cuáles son los requisitos legales para el funcionamiento de la operadora turística.

1.1.9 Justificaciones

El apostar al área del Turismo dentro y fuera del Ecuador es uno de los ejes o puntos baluartes para el desarrollo de la empresa Nacional, como también el poder brindar la adecuada atención y oferta de servicios para las personas de la tercera edad que se encuentran en los Estados Unidos de Norteamérica, y que dentro de sus metas u objetivos eligen viajar por la ruta de Sudamérica, resaltando que en muchos de los casos la población mencionada tras años de trabajo busca viajar a través de sus liquidaciones o jubilaciones laborales, para lo que es importante poder tener una cartera de servicios con la que se pueda satisfacer los deseos de los clientes y así mismo beneficiar la economía interna.

Ante esta idea emergente se ha pensado en crear una estructura para generar trabajo dentro del país y apoyar al cambio de matriz productiva, para lo cual es importante la construcción de una guía básica para el desarrollo del turismo especializado dentro del Ecuador

Entre las ventajas de la construcción de una operadora turística para personas de la tercera edad que provengan de Estados Unidos de Norteamérica, se ubica el poder aprovechar un nicho de mercado con poca explotación y el incremento del país como atractivo turístico; para poder canalizar al Ecuador como un terreno fértil para el Turismo mundial se toma en cuenta que pese

a no ser el Turismo el ingreso más importante de la economía ecuatoriana es un canal que actualmente está tomando auge, para lo cual se cita lo siguiente: de acuerdo al Boletín Trimestral de la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, se menciona lo siguiente:

Ecuador registra por 21vo trimestre consecutivo un crecimiento sostenido en la llegada de visitantes extranjeros al país. (...) con estas cifras de llegadas, Ecuador espera obtener cerca de USD 388 millones de ingresos por concepto de Turismo durante el I Trimestre del año, es decir 24 millones más de lo que se recibió durante el mismo período de 2014 (Ecuador, 2015, p. 1)

Con estas afirmaciones es de vital importancia poder visualizar el crecimiento económico y la rentabilidad que pueden otorgar los turistas a este país.

Se ha elegido al Plan de negocios como eje para el establecimiento del presente trabajo de tesis, ya que el Plan ayuda netamente a focalizar el funcionamiento de la empresa, sus características, hacia qué público se encuentra dirigido sus servicios, la organización interna, el encuentro con el mercado y el adecuado manejo de las finanzas; por esta razón el Plan permite generar un plano de cómo va a estar estructurada la empresa y así poder prever las ventajas y desventajas que se pueden suscitar en el camino empresarial.

Para establecer un Plan de negocios es importante tener con claridad lo siguientes puntos focales: Definir su empresa, conocer el mercado, identificar sus oportunidades y amenazas, definir metas y objetivos factibles, diseñar las estrategias necesarias para cumplir sus objetivos, identificar y definir prioridades, redactar el Plan de negocio, contratar los profesionales adecuados, comunicar la estrategia y obtener compromisos, integrar las distintas funciones de la empresa, ejecutar con disciplina, controlar resultados evaluarlos y reaccionar en consecuencia (Stettinius, 2009, p.)

La población que se elige es las personas de la tercera edad, para lo cual se cita lo siguiente:

La **jubilación** cierra las puertas laborales, pero puede abrir una ventana al mundo. Todo el tiempo que se dedicaba al trabajo ahora queda **libre** para lo que a uno le apetezca (...) Los mayores de hoy en día son bastante diferentes a los de hace veinte o treinta años – explica Inmaculada Armadans, profesora de Psicología Social de la Universidad de Barcelona—. Es verdad que forman un grupo heterogéneo, no todos tienen los mismos intereses, pero, en general, han viajado mucho más que los jubilados de hace unas décadas”. Tienen un nivel cultural más elevado porque han llegado a la universidad, saben idiomas y le han cogido el gusto a hacer turismo porque durante su vida laboral han viajado mucho más (...) Las empresas saben que los jubilados disfrutan de ingresos estables y que son un segmento de la población cada vez más numeroso (Vanguardia, 2014, párr. 1)

Desde este criterio se apuesta al grupo de personas de la tercera edad como un puntal al que se le debe ofertar servicios que se encuentren orientados a la demanda que tenga la población

citada, como se menciona es un eje transversal ya que los clientes a los que se apunta es netamente a personas con recursos económicos estables, de modo que se reduce de cierta manera el riesgo de incumplimiento.

Para esto es importante brindar servicios y atención de calidad, calidez y que puedan generar satisfacción en la demanda, tomando en cuenta que este servicio se apunta a establecerse desde el país de origen, de modo que esta operadora turística se constituiría como los brazos o el puente turístico entre Ecuador y los Estados Unidos de Norteamérica, es decir ya desde el país que arriban ya tendrán las personas de la tercera edad elegida la ruta turística que degustaran en el Ecuador, para citar como ejemplo se encuentran las siguientes: Ruta de los Volcanes, Ruta del Spondilus, Ruta del Libertador, Ruta del tren de la Mitad del Mundo, Ruta del Agua o Yaku Ñamby.

En este sentido es importante también poder familiarizar a la comunidad ecuatoriana con respecto a la importancia del adulto mayor para las distintas generaciones y la retribución que le hacen al turismo interno las personas que se encuentran de visita en este país, es así que parte de los servicios que se otorguen se encuentran materializados en la atención q se brinde a la población mencionada.

Como parte de los servicios se toma en cuenta: hotelería, tour visitas, restaurant, seguros médicos, shopping, eventos, guías culturales, tour metropolitano y diversión en general.

1.2 Marco Referencial

1.2.1 Marco Teórico

El Plan de negocios

El Plan de negocios es lo que permitirá realizar un mapa que dé cuenta de la planificación adecuada de la empresa con sus respectivos servicios a ser ofertados, es una herramienta que ayudará a definir cómo darle sentido al Plan de Inversión, de modo que marcará la línea que permita conocer cuál es el camino a seguir con sus pro y contras, de esta manera toda empresa se constituye y debería tener un plan de negocios, para poder tener el rendimiento adecuado dentro de la Empresa

El Plan de negocios traza periodos para trabajar y en los que se espera el resultado adecuado para poder garantizar las metas que se plantean como parte de los objetivos empresariales.

Para la construcción del Plan es importante que los inversionistas conozcan el terreno y se manejen adecuadamente dentro de él, ya que también existen las desventajas que hacen que una empresa pueda ver sus objetivos truncados, las desventajas se orientan en que en muchas ocasiones quienes empiezan una acción empresarial no conocen en profundidad el target al que se oferta el servicio, o el cronograma no coincide con las metas que han sido planteadas, el recurso humano es uno de los componentes más importantes y conocer con eficiente claridad las necesidades de la población; sin descartar la oferta-promoción del servicio y la venta del mismo.

Dentro de la presente investigación, surge la pregunta: ¿Qué es un Plan de negocios?, entonces en este sentido surgen distintas ideas las mismas que son corroboradas con la siguiente definición:

El plan de negocio le servirá al emprendedor, como una guía para el desarrollo de las actividades del negocio. Su desafío es convertir las ideas en realidades y cuando existe un plan en forma escrita, es más fácil discutirlo y compartirlo con las personas claves de su negocio (García, 2006. p. 32)

Desde este posicionamiento vale recalcar que el Plan permite viabilizar las ideal del ser humano y proyectar en acciones las ideas empresariales.

Es importante recalcar que el Plan de negocios apunta a que la idea que se encuentra realizando el o los inversionistas tenga frutos, para lo cual se distingue lo siguiente:

El objetivo esencial de una nueva empresa es solucionar un problema existente en el mercado, satisfacer una necesidad de sus clientes potenciales. (...) el plan debe comenzar con la identificación de esta necesidad y con la propuesta de una solución (Ministerio de Comercio, 2010. párr. 2)

Dentro de la planificación se debe entender que este no es solo para macro empresarios sino para todos aquellos que deseen hacer de su negocio un eje prospero dentro del mercado, es por esta razón que se debe observar con meticulosidad cuáles son las principales ausencias que como servicios tiene el mercado en el lugar que se desea llevar a cabo la idea, es desde aquí donde se parte para formular la proyección económica de la operadora turística para personas de la tercera edad de los Estados Unidos de Norteamérica, las mismas que será captadas desde su país de origen: en concordancia con esta idea es menester entender lo siguiente para el desarrollo de esta idea de inversión es importante detallar las características de este negocio, apuntar al mercado potencial, la descripción del Plan financiero, desarrollo de organigrama, pasos para el desarrollo del negocio, plan de mercadotecnia (publicidad y formas de vender el producto, descripción de ventajas y desventajas y establecer una visualización macro de los beneficios que obtendrán los/as clientes con el servicio de la operadora turística.

Para qué sirve el plan de negocios

El Plan de negocios permite la planificación adecuada de las actividades a realizarse para que una empresa funcione óptimamente, de modo que el Plan le va a facilitar a los empresarios tener un haz bajo la mano ya que va a constituir el marca pasos de las actividades que se han propuesto a nivel empresarial, vale recalcar que este ayuda tanto a macro y micro empresarios, aquí se mostraran los aspectos de un proyecto de modo que si se muestra a inversionistas extranjeros ellos puedan sentir la confianza de invertir en el Plan de negocios que se propone, así como también al momento de buscar realizar prestamos, este puede ser presentando como parte de las garantías de la empresa, es importante recalcar que el plan de negocios es de carácter flexible lo que permite siempre poder plantear nuevas alternativas y poner en práctica acciones y en caso de que se suscitará un desnivel poder potenciar las áreas críticas para convertirlas en puntales de mejoramiento empresarial.

De acuerdo a los objetivos planteados se hace necesario distinguir las siguientes temáticas: investigación de mercado, marketing mix, análisis económico-financiero y los pasos para la existencia de la operadora turística.

Para concretar este tema es importante conocer qué es la investigación de mercado, surgen una serie de interrogantes al momento de crear la propuesta de la existencia de una empresa nueva en el mercado, de modo que la investigación de mercado sería la que permita distinguir cuáles son las prioridades del público al que se desea brindar la atención, para brindar un argumento a continuación se describe qué es la investigación de Mercado:

La investigación de mercado es la función que vincula a consumidores, cliente y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; supervisar el desempeño del marketing, y acrecentar la comprensión del marketing como un proceso (Malhotra, 2004, p. 7)

En este sentido también se hace necesario vincular otro tipo de conceptos que ayuden a la fomentación de una herramienta clave y clara para definir cuáles serían los componentes que se verían implicados al momento de la creación de la operadora turística, se evidencia así dentro de los siguientes elementos los siguientes componentes: público o cliente al que se desea llegar, tipo de servicio, beneficios del servicio, rentabilidad y aceptación social, para poder conocer con detalle cuál serían los resultados se aplicaran encuestas y entrevistas; en el acto de mercadeo esta acción de combinar componentes y poder medirlos se denomina marketing mix, a continuación se realiza una breve definición:

El marketing mix constituye un instrumento de la acción del marketing, tanto para medir y controlar la eficacia de sus componentes tanto como para identificar el mejor empleo o mezcla de sus componentes (Soriano, 1990, p. 5)

Con este tipo de marketing se permitirá conocer elementos sustanciales para la implementación de la operadora turística y así sondear al público al que se desea llegar y verificar el nivel de aprobación con el que se cuenta para la implementación del servicio que se desea prestar a las personas de la tercera edad.

Dentro de la misma línea de acción es menester considerar el análisis económico-financiero como el eje sobre el que se presentarán las bases, de esta manera demostrar el capital con el que se cuenta para la creación de operadora turística y ver cuáles serían los pros y contras económicos que se tendrían ya con la empresa plantada dentro del mercado, para esta acción se describe que es el análisis económico-financiero:

El punto de partida del análisis económico-financiero de la empresa, como una primera aproximación de éste a la evaluación de la “salud” de la empresa y su “fortaleza”

financiera. Sería impensable establecer un correcto diagnóstico global sobre la empresa, sobre sus puntos fuertes y débiles, si el mismo no estuviera convenientemente apoyado en un análisis económico-financiero integrador de toda la operativa empresarial (Eslava, 2010, p. 23)

La importancia del Turismo en las personas de Tercera edad

Las personas de la tercera edad al haber trabajado durante toda su vida y reconociendo que en su mayoría se jubilan y reciben las respectivas jubilaciones, en algunos de los casos la población de la tercera edad opta por viajar y su destino en su mayoría es Sudamérica, se conoce que muchas personas han decidido viajar en grupo y desde el portal virtual Día a Día se reconoce lo siguiente:

La clave es viajar en grupo. Los viajes en la tercera edad ayudan al "envejecimiento activo", es decir, la realización de actividades permanentes para estimular y mantener la independencia del adulto mayor” (Día, Turismo y adultos mayores, el destino sos vos, 2012, párr 1)

Para definir el Turismo es menester hacer un pequeño recorrido histórico, en el que se menciona que este concepto aparece tras “el desplazamiento de ingleses a Europa continental tras las postrimerías del siglo XVIII y principios del siglo XIX. (...) la teoría y práctica del viaje por placer” (Renato, 2000, p. 8)

Es importante identificar cuáles son los beneficios psicológicos que se efectivizan en una persona de la tercera edad al viajar, a a continuación se recibe el siguiente comentario:

Desde lo psicológico, el turismo mejora la integración entre pares y disminuye los sentimientos de soledad. Esto colabora a optimizar la calidad de vida de los mayores, asegura la psicóloga Romina Freytes (Turismo y adultos mayores, el destino sos vos, 2012, p.12)

El envejecimiento activo implica que la persona que ha llegado a la tercera edad no se quede postrada en una cama y que se permita así mismo desarrollarse en un ambiente positivo que ayuden en su crecimiento personal, por eso es importante la distracción en esta edad, ya que muchas personas consideran haber perdido la energía que los movilice óptimamente hacia la nueva etapa que atraviesan dentro de sus vidas, para corroborar la importancia de viajar se realiza la siguiente cita:

Existe serie de características presentes en gran parte de los modelos de envejecimiento satisfactorio u óptimo como aspectos concurrentes o criterios: buena salud física,

funcional, cognitiva y social, a los que se unen en los últimos años otros factores afectivos y de la personalidad que parecen ser factores importantes en el envejecimiento óptimo (Ballesteros, 2005, p. 32)

Una de las formas de hacer crecer la motivación en el adulto mayor es tratando el estrés se hace hincapié en que el viajar le permite a la persona también poder generar una interrelación con otras personas en otros países y con ambientes culturales que en un inicio le resultaban desconocidos.

En muchos países es indiscutible la situación que viven los adultos mayores, en los que se los aísla ya sea por enfermedades apariencia física, considerarlos una carga familiar; transmitiéndoles esta molestia lo que recrea en el mundo interno del adulto el aspecto psicológico de la depresión provocando la desolación, lo que implica que se sienta poco activo, inservible para las personas que conforman su hogar y para sí mismo, estos aspectos psicológicos deterioran la capacidad de buscar motivos para continuar de modo que se enferman física y psicológicamente, se decaen y pierden la intencionalidad de viajar, de modo que las personas adulto mayor que cuenta con independencia económica tiene un punto a su favor y es que pueden elegir su situación y no depender enteramente de la familia que en muchos casos ante el no saber qué hacer con ellos, los inoperativiza.

La población adulto mayor, en cuanto a los beneficios económicos que tendrá el país se considera como un puntal económico, es por eso que la empresa ecuatoriana debe colocar su mirada en la población referida, tomando auge en los servicios y la forma como se trata a este target.

Descripción Geográfica del Ecuador

Mapa Político



País: Ecuador

Capital: Quito

Provincias: 24 Provincias

Lista de Provincias y Capitales del Ecuador

- Provincia de Azuay con su capital Cuenca
- Provincia de Bolívar con su capital Guaranda
- Provincia de Cañar con su capital Azogues
- Provincia de Carchi con su capital Tulcán
- Provincia de Chimborazo con su capital Riobamba
- Provincia de Cotopaxi con su capital Latacunga
- Provincia de El Oro con su capital Machala
- Provincia de Esmeraldas con su capital Esmeraldas

- Provincia de Galápagos con su capital Puerto Baquerizo Moreno
- Provincia de Guayas con su capital Guayaquil
- Provincia de Imbabura con su capital Ibarra
- Provincia de Loja con su capital Loja
- Provincia de Los Ríos con su capital Babahoyo
- Provincia de Manabí con su capital Portoviejo
- Provincia de Morona Santiago con su capital Macas
- Provincia de Napo con su capital Tena
- Provincia de Orellana con su capital Francisco de Orellana
- Provincia de Pastaza con su capital Puyo
- Provincia de Pichincha con su capital Quito
- Provincia de Santa Elena con su capital Santa Elena
- Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas con su capital Santo Domingo
- Provincia de Sucumbios con su capital Nueva Loja
- Provincia de Tungurahua con su capital Ambato
- Provincia de Zamora Chinchipe con su capital Zamora

El Ecuador como destino turístico

Mediante la información que se ha hecho conocer en el Ecuador mediante medios de comunicación, se menciona lo siguiente:

Este año empezó con dos importantes reconocimientos para la ciudad. Quito-Ecuador fue seleccionado como uno de los tres destinos con Mejor Clima del Mundo por la prestigiosa revista estadounidense International Living (Ecuador R. A., 2015, p. 6)

Es menester considerar que la operadora turística tiene como población focal las personas de la tercera edad, convirtiéndose en un puntal el clima ya que entre las principales necesidades del grupo en mención se encuentra la seguridad que pueda ofrecer el país al que lleguen, en este caso la ciudad de Quito ofrece seguridades ya que a la tercera edad se vislumbran enfermedades que necesitan de un ambiente climático adecuado para poder recibir a los visitantes.

El Centro Histórico de Quito, Otavalo, el Parque Nacional Cotopaxi, Galápagos, los Andes y la Amazonía fueron algunos de los atractivos turísticos sugeridos por la revista francesa Le Figaro Magazine. El artículo “Encuentros inolvidables en Ecuador”, que fue publicado en septiembre del 2014 (Comercio, 2014, párr. 2)

cabe mencionar que al ser galardonado el Ecuador como destino Verde en el año 2015, este aspecto le convierte en un potencial turístico para los visitantes extranjeros que desean salir de

sus países de origen y conocer nuevas rutas: tales como termas que apuntan hacia la salud de las personas que las visitan, se encuentra las rutas de los volcanes que ofrecen la tranquilidad que los clientes solicitan, la calidez de la ciudad de Quito brinda a los visitantes un encuentro armonioso con su geografía, su infraestructura, las iglesias que son parte del centro Histórico de la ciudad.

Situación actual del turismo en el Ecuador

Para brindar una mayor comprensión, es importante definir que es el turismo el mismo que para la OMT (Organización Mundial de Turismo) es lo siguiente:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (Turismo, 2008, p. 2)

De modo que el Turismo no tiene como fin el ingreso económico para el visitante sino más bien el consumo del visitante en el país al que arriba.

Con un crecimiento de 48,7% en el número de turistas extranjeros desde el 2010 y con los niveles más altos de ocupación en América Latina hasta julio del 2015 (65%), Ecuador se presentó como el país con mejor tasa de crecimiento turístico (Lideres, 2015, p. 3)

Los expertos confirman el auge que el Ecuador ofrece a los turistas, las oportunidades perfectas para vacacionar en este país, así lo confirma la revista francesa *Le Figaro Magazine*, de modo que es una buena promoción que abre las puertas del Ecuador al mundo, se reconoce también que el turismo es una actividad o un recurso que se conjuga con distintos momentos como son los sociales, económicos, culturales y medioambientales, que con esta integración se le permite al país crecer en este aspecto, ofreciendo así un mejor servicio tanto para los macro y micro empresarios

Se debe pensar en el turismo como toda la cartera de servicios que un país ofrece a los visitantes en este caso a la población estadounidense de la tercera edad, entonces es bien mencionar que las actividades que los clientes realicen dependen de la preparación turística que sostenga el país, recordando que se debe concordar que estas actividades son netamente de ocio, calidez, diversión, esparcimiento, tranquilidad entre otras características que los visitantes buscan al momento de vacacionar, recordando que justamente al mejorar el sistema de atención turística

se permite que las personas dentro del país tengan la oportunidad de desarrollar su economía.
Oferta de destinos turísticos en el Ecuador (Rutas turísticas ecuatorianas)

El Ecuador cuenta con las siguientes rutas turísticas: La Ruta de los Volcanes: esta ruta incluye 70 volcanes que pueden ser visitados recorriendo los Andes, Ruta de los Spondilus: conocida anteriormente como la ruta del Sol, esta recorre todas las playas ecuatorianas que va desde la Provincia de Esmeraldas hasta el Sur del país, Ruta del Libertador: hace mención a todos los sitios más importantes que habría recorrido el Libertador Simón Bolívar, Ruta del tren de la mitad del mundo: esta es una línea férrea que en la actualidad ha tomado auge desde el legendario Eloy Alfaro esta cuenta con las rutas Tambo-Coyocor, Ibarra-Salinas, Quito-Latacunga, Riobamba-Alausi-Simbambe pasando por la conocida Nariz del Diablo, Ruta del agua o Yaku Ñamby: atraviesa los variados encantos naturales y culturales del Ecuador principalmente de la Amazonia.

Qué es una operadora turística

La operadora como es de conocimiento, es la organización que reúne un conjunto de servicios que se ofertan en este caso de carácter turísticos, de modo que los clientes sientan la satisfacción de haber conocido otro país, de modo que los paquetes que se les ofrezca cumplan con las expectativas que el visitante desea cubrir y por el cual paga un valor económico contemplando así a los paquetes como facilitadores de la estadía de los extranjeros, las formas como en la actualidad se promocionan los servicios en su mayoría son vía internet ya que con el auge de la tecnología resulta más fácil dar a conocer los paquetes, lugares, estadía, hoteles, aerolíneas, restaurant y etc, los paquetes varían de acuerdo a las expectativas y la economía de cada cliente, pero se resalta que estos también pueden incluir actividades programadas con organizaciones que realizan eventos.

Ventajas de la existencia de una operadora turística para personas de la tercera edad

En la actualidad las personas de la tercera edad han optado por viajar para descubrir nuevos lugares, y es menester mencionar que viajar les permite a las personas de la tercera edad tener beneficios como: mejorar el ánimo, deseos de renovarse, conocer nuevas personas aumenta su vejez activa, mejora la capacidad de resolver problemas, estimula al organismo a adaptarse a nuevos climas, lugares, mejora la memoria, atención, motricidad; en si ayuda a que las personas se sientan más predisuestas a vivir, que sientan vitalidad y energía.

En el área de Turismo ya se ha hecho mención a estos cambios y lo que se ha buscado es crear ofertas y paquetes para que las personas de la tercera edad puedan ser receptadas de forma óptima en el país de destino.

Según diversos estudios, los mayores buscan destinos que les permitan disfrutar del arte y la historia, pero también quieren disfrutar de la gastronomía de los lugares que visitan. Por ello ya no es raro encontrar hoteles con menús especiales para mayores (bajo en sal, cocina a la plancha, etc.) o agencias que ofrecen seguros médicos de calidad (Sanyres, 2015, p.7)

En el Ecuador es importante acrecentar este servicio desde el país de origen de los estadounidenses de modo que sientan la seguridad de un servicio garantizado.

El turismo sénior es un nicho de mercado cuya importancia crece al ritmo del envejecimiento de la población tanto en España como en Europa. Ante esta situación los destinos deben decidir si subirse al carro de la tercera edad, y ofrecer un producto específico destinado a atraer a los mayores, o mantener una oferta generalista (Reportaje: El Reto del turismo senior, 2006, p. 2)

Principales enfermedades existentes en la tercera edad

Se debe tener en cuenta cuáles son las principales enfermedades que le afectan a las personas a las que se apunta como operadora turística ya que éstas pueden resultar un problema al momento de satisfacer con el servicio al cliente, es importante siempre requerir certificados médicos en inglés y español antes de viajar, a continuación se detalla enfermedades que de acuerdo a la Organización Family Doctor se detallan como enfermedades concurrentes en la tercera edad: Enfermedad de Alzheimer, Fracturas de cadera, Demencia, Diabetes, Menopausia, Enfermedad de las arterias coronarias, Osteoporosis, Incontinencia urinaria, Disfunción eréctil, Cáncer, Cáncer de próstata, Edema, Accidente, cerebrovascular, Pérdida de visión. Dentro de estas caracterizaciones se registra también a la OMS la misma que asevera lo siguiente:

“La población mundial está envejeciendo rápidamente. Entre 2015 y 2050 la proporción de la población mundial mayor de 60 años se multiplicará casi por dos, pasando del 12% al 22%. La salud mental y el bienestar emocional tienen la misma importancia en la edad mayor que en cualquier otro periodo de la vida (...) un 15% de los adultos de 60 años o mayores sufren algún trastorno mental” (OMS, 2015, p.1)

Se debe agregar que la depresión es uno de los factores más arraigados en la tercera edad ya que las personas tienden a ser aisladas por sus núcleos familiares y su situación emocional se ve afectada.

Pasos para la creación de una operadora turística

A continuación, se detalla de acuerdo al portal virtual del Ministerio de Turismo (2015), en el que se expresan los siguientes pasos y requisitos:

Requisitos para la obtención de la Licencia de Guía de Turismo por PRIMERA EMISIÓN:

- Original y Copia sencilla del título profesional de Guía de Turismo
- Original y Copia sencilla del Certificado emitido por CONESUP que permita la verificación de la legalidad del título profesional
- Original y copia sencilla del Certificado de Aprobación de los niveles de idioma /s extranjero /s exigidos en la Carrera de Guía de Turismo o Certificado otorgado” por una institución reconocida por el Ministerio de Educación
- 1 fotografía tamaño carné a color
- Original y Copia sencilla del Certificado de tipo de sangre
- Original y Copia de la cédula de identidad
- Original y copia de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos (Art. 79 De la Ley Orgánica de Elecciones).
- Currículo vitae (Según formato adjunto: Hoja de vida)
- Oficio de Solicitud de emisión de licencia dirigida al Ministerio de Turismo (Según formato adjunto: Solicitud primera emisión de licencia)

Requisitos para la obtención de la Licencia de Guía de Turismo (RENOVACIÓN):

- Oficio de solicitud de renovación de licencia dirigido al Ministerio de Turismo
- (Según formato adjunto: Solicitud renovación de licencia)
- Original y Copia simple de la licencia caducada por ambas caras.
- Original y copia de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos (Art. 79 De la Ley Orgánica de Elecciones).

PARA EXTRANJEROS: Además de los requisitos solicitados, presentar copia de título refrendado en el país por una institución educativa reconocida por el CONESUP, copia del pasaporte y autorización laboral emitida por el Ministerio de Trabajo.

COSTOS

La licencia de ejercicio de la actividad profesional deberá renovarse cada dos años y tiene un costo de:

Costos:

Guías Nacionales: \$30,00 primera emisión / \$15,00 por renovación o canje.

Guías nativos: \$4,00 primera emisión / \$2,00 por renovación

Guías especializados: \$20,00 primera emisión / \$10,00 por renovación

Cartera de Servicios

Turismo Senior

Rutas turísticas a escoger

Hoteles

Restaurantes

Eventos

Visitas guiadas

Seguros médicos

Paquetes parejas

Incluido en Paquetes Familiares

Promoción

Creación de página WEB, portales virtuales, blog, material de diseño gráfico, oferta de paquetes turísticos que contengan la oferta-demanda para las personas de la tercera edad que proviene de los Estados Unidos de Norteamérica

Plan de Inversión

Se Realizará un análisis de acuerdo al capital con el que se cuente y el producto a ofrecer en el mercado, detallando cada paquete en el que se pueda guiar las inversiones de acuerdo al capital que se tenga, de modo que se genere un camino seguro a seguir, de esta manera no se camina a

ciegas sino con este plan que permite reducir riesgos a la hora de invertir; ya que se debe contemplar el hecho de que no basta una idea porque si esta no es sostenible simplemente fracasará es por eso que el plan de inversión permite analizar bien el terreno sobre el que se va a proyectar el capital, de modo que se reduzca riesgos, costos, elegir bien la inversión fijarse en la rentabilidad

Estudio de Mercado

El estudio de mercado permite describir las características del mercado propiamente y pueden aparecer como un estudio de marketing, a través de este estudio se puede visualizar distintos elementos que ayuden a entender qué tan receptivo es el mercado al que deseamos llegar, de modo que ayudan efectivamente en la toma de decisiones y en que las metas se cumplan cabalmente, en si lo que da a conocer son datos específicos de lo que el empresario necesita conocer para plantear sus ideas y que la inversión que realce no fracase

En sí, se abarca la siguiente definición sobre qué es el estudio de mercado: "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (Geofrey, 2003, p.120)

de modo que con los datos que se pueda obtener, el/la inversionista pueda generar la rentabilidad necesaria en el negocio que se dispone a llevar a cabo.

Para esta actividad se diseñara una entrevista y una encuesta como un análisis observacional en el que se pueda registrar cuáles son los pilares sobre los que se planea la inversión, como también distinguir cuáles serían los impedimentos para llevar a cabo un óptimo resultado.

1.2.2 Marco Conceptual

Conceptos básicos

Plan de negocio

Plan de Inversión

Tercera edad

Turismo Senior

Capítulo 2

2.1 Metodología General

2.1.1 Nivel de Estudio

Tipo de Investigación

Investigación Descriptiva: este tipo de investigación va a permitir como su palabra lo dice describir las variables ya existentes y medirlas en función del objetivos que se desea alcanzar, entonces desde aquí se puede considerar estudios ya realizados, ejemplos, características recogidas en otras investigaciones con el fin de contrastar y develar los datos que se deseen alcanzar, se basa con claridad en las características; por ejemplo, para la creación de la operadora turística para personas de la tercera edad que provengan de los Estados Unidos de Norteamérica se necesita conocer cuáles son las características de la población focal, características del mercado, características del turismo Senior, entre otras, se recepta lo siguiente:

Comprende la descripción, registro, análisis, interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente (Mario, 2014, p.46)

Este tipo de investigación permite que se pueda analizar con rigurosidad y objetivo el pensamiento de las personas.

Lo importante es que los datos que sean analizados puedan formular una idea clara sobre lo que se está investigando y hacia donde el investigador e encuentra apuntando, para lo cual siempre se realizará la formulación de una hipótesis que permita el adecuado desarrollo del momento investigativo, se toma en cuenta también la población o muestra sobre la que emergen las características teóricas que darán un pilar al destino investigativo.

Para llevara a cabo la investigación Descriptiva es menester afirmar que existen formas de obtención de datos para que puedan ser decodificados y analizados, en este caso se pronuncia

a la encuesta, estudio de casos, estudios exploratorios, estudios causales, entre otros, el investigador será quién se encargue del análisis y del abordaje de los datos; entonces se elige a este tipo de investigación por permitir ampliamente tener varias opciones para generar datos y poder establecer un plan de acción para analizar los mismos.

2.1.2 Modalidad de Investigación

Documental: este tipo de investigación permite el análisis de los fenómenos a ser estudiados y posteriormente analizados, de modo que recoge información de la documentación existente de modo que se obtenga la información necesaria a través de la descripción de elementos teóricos propiamente dados desde el apartad científico

Son muy diversas las formas que adopta un trabajo de investigación documental, los más usuales son: monografías, ensayos, informes, estadísticas, investigaciones, memorias, trabaos didácticos, análisis, historia, historiografía, historias de vida (Antonio, 2007, p.19)

2.1.3 Método

Antes de caracterizar el método es menester atender a lo siguiente, la metodología constituye como el cuerpo de conocimientos que se encarga de describir y analizar los métodos que serán utilizados durante el proceso investigativo, para el presente abordaje se utilizará el método Analítico, el mismo que permita a través de la Investigación descriptiva y Documental poder fundamentar los sentidos teóricos que confluyen la creación de la operadora turística para personas de la tercera edad que provengan de los Estados Unidos de Norteamérica

2.1.4 Población y Muestra

La población en estudio está formada por personas de la tercera edad visitantes en la ciudad de Quito, se aplicará una entrevista direccionada a dos grupos focales de 5 personas mayores de 65 años que vivan en esas ciudades.

2.1.5 Selección de instrumentos de investigación

Entrevistas: se realizará un grupo focal de funcionarios públicos del Ministerio de Turismo, con la intencionalidad de verificar la factibilidad de una operadora turística con base en la Ciudad de Quito, dirigida a personas de la tercera edad que se encuentren en los Estados Unidos de Norteamérica.

Encuesta: Esta herramienta será aplicada con el fin de conocer bajo preguntas, sobre qué harían desean hacer las personas de entre 40-60 cuando ya alcancen la tercera edad aquí se implementará una hoja con 10 preguntas abiertas y cerradas a un grupo aproximado de 20 personas.

2.1.6 Procesamiento de Datos

Se realizará un análisis objetivo de los datos que arrojen la investigación Descriptiva Documental, para esto es importante que se conozca que se analizará artículos, investigaciones que ya hayan sido realizadas por otras entidades u otras personas naturales que dentro de sus objetivos se hayan planteado una misma idea empresarial.

A continuación, se detalla, los siguientes cuadros:

Cuadro 1.

Este se encuentra dividido de la siguiente forma:

Nº: número de documento, artículo, investigación, entrevista y etc

Determinar el tipo de documento: esto permitirá que el investigador detalle fehacientemente, de donde está obteniendo la información a ser analizada

Datos Previos: permite conocer cuáles son los datos específicos que se encontraron en los documentos u otros elementos que han sido analizados, en esta parte se detalla de forma puntual estadísticas, opiniones claras y demás.

Análisis investigativo: en este apartado se va a desarrollar de forma clara cuál es el análisis que el investigador realiza con respecto al objeto analizado y de esta manera va a compararlo con la idea inicial que conlleva la construcción de una operadora turística para personas de la tercera edad que provengan desde los Estados Unidos de Norteamérica.

Aportes: en esta parte se colocará cuál/es son los elementos que sirven dentro del marco de construcción de la idea del plan de negocios para personas de la tercera edad que provienen de Estados Unidos de Norteamérica, con estos aportes se procede a sistematizar la información y a ofrecer un canal cada vez más claro de lo que el investigador desea alcanzar dentro del plano investigativo.

La canalización de los datos de carácter científicos ayudará a la construcción de los elementos claves para la formulación de las ideas de negocio que tiene como característica esencial el Plan mencionado.

El uso de tablas ayuda a puntualizar elementos, para que así la lectura incluso de carácter estadística pueda ser más óptima y pueda generar claridad al investigador, en cada momento es importante el análisis de experiencias que hayan tenido personas en otros lugares del mundo con respecto a la idea formulada, ya que las experiencias o los análisis brindados por otros entes pueden generar un terreno cada vez más certero para el establecimiento de la idea dentro del mercado al que se apunta llegar.

Cuadro 1

Documentos: Artículos/Investigaciones previas/entrevistas

N°	Determinar tipo de documento	Datos previos	Análisis investigativo	Aportes
----	------------------------------	---------------	------------------------	---------

A continuación, se describe otro de los elementos, que será parte de la recolección de información, e este sentido se cuenta con la entrevista como eje, a continuación, se detalla su interpretación:

N°: número de entrevista

Nombre de entrevistado/a: a quién se **realiza** la entrevista

Para realizar un análisis cuantitativo de la información se desarrolla las siguientes preguntas cerradas:

Respuesta SI: Cuántas personas contestan que SI

Respuesta NO: Cuántas personas contestan que NO

Estas cantidades darán la pauta para establecer una línea estadística y de sondeo a nivel del mercado y de como este se encuentra viendo la idea formulada desde el plan de negocios, es importante que el grupo entrevistado tenga la claridad suficiente como para desarrollar un sistema de respuestas adecuado y que optimice la visión del entrevistado dentro del plan investigativo que se encuentra desarrollando.

Respuestas descriptivas: En este mismo sentido se realiza preguntas abiertas que permitan dar una visión más subjetiva de la idea macro a la que se desea desglosar y conocer cuáles son los pro y contras que tiene la formulación de la idea inicial

La importancia del cuadro 2 es que existen personas que puedan dar criterios, de modo que ya no se obtenga solo información de una fuente documentaria, sino también un criterio técnico desde el que se pueda abordar el plan de negocios a estructurarse

Cuadro 2

Entrevistas

N°	Nombre de entrevistado/a	Respuestas SI	Respuestas NO	Respuestas descriptivas
-----------	---------------------------------	----------------------	----------------------	--------------------------------

2.2 Metodología técnica, específica para el tema planteado

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio,

así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Urbina, 2010)

Cada objetivo específico tendrá un método distinto para un acercamiento particular que nos permita alcanzar mejores resultados, de esta forma comenzaremos por definir que el método de elección para la investigación de mercados será el que me permita analizar el mercado, los competidores, proveedores y las barreras de entrada, además de las características y deseos de los clientes para analizar el mercado realizaremos una encuesta dentro de la provincia de Imbabura en Cotacachi ya que en esta ciudad se encuentra un numeroso grupo de adultos mayores de Estados Unidos de Norteamérica. Utilizaremos un muestro probabilístico por conveniencia debido a que permite seleccionar de la muestra la población que sea más accesible. También aplicaremos entrevistas a estos grupos de personas. De esta forma lograremos obtener las características intrínsecas de nuestros clientes, el nombre de las empresas competidoras más importantes. Para determinar el volumen de clientes haremos una extrapolación con los datos del INEC para determinar el número de personas de nuestro segmento que llegan al Ecuador y de esta cuales son adultos mayores y poder determinar el volumen de los clientes para la empresa.

Para el estudio técnico utilizaremos el método de análisis por factores

Y para desarrollar el estudio financiero se utilizará un método cualitativo por puntos basado en el modelo de análisis de puntos.

La metodología en referente al objetivo número uno que se refiere a la elaboración de la investigación de mercados se basará en cuatro ejes; oferta, demanda, proveedores y estrategias comerciales.

El análisis de la oferta se realizará básicamente a partir de investigación bibliográfica: censos estatales, bases de datos institucionales, investigaciones académicas e investigaciones virtuales. Además, para el análisis de la oferta se utilizará el recurso de observaciones de campo de proyectos de turismo comunitario y asociativo en las áreas de estudio donde se realizará la investigación.

Para analizar la demanda, es decir las características de los individuos que están dispuestos a adquirir este servicio, recurriremos a investigación bibliográfica, pero básicamente a un análisis

basado en las percepciones de los sujetos. Para este último aspecto, se aplicará una encuesta y entrevistas a los turistas extranjeros de la tercera edad. La delimitación del área de estudio donde se aplicarán estos instrumentos de recolección de datos, se han definido la provincia dentro de la provincia de pichincha, en Quito. En la provincia de Imbabura serán las ciudades de Otavalo y Cotacachi. Debido a la afluencia de turistas extranjeros de las características deseadas a estos lugares, y particularmente por el carácter referencial turístico que posee la ciudad de Quito. para la aplicación de las encuestas se efectuarán en el casco colonial, en la mitad del mundo. En Otavalo por la gran afluencia de turistas extranjeros al mercado regional de artesanías como la plaza de ponchos. En cambio, Cotacachi, existe una preferencia por un turismo orientado hacia los atractivos naturales en especial la laguna de Cuicocha, el comercio de productos de cuero. En los últimos años, es este lugar, se ha producido una migración de turistas de la tercera edad extranjeros para residir en este cantón. A la población de extranjeros migrantes se aplicará entrevistas a profundidad, tendientes a obtener datos cualitativos que permitirán obtener un conocimiento acerca de las expectativas, preferencias y subjetividades de los turistas extranjeros de la tercera edad objeto de este estudio. Finalmente, los dos últimos ejes de análisis referidos a los proveedores y estrategias comerciales estarán inmersos dentro del análisis de oferta y demanda.

Para la elaboración de Las encuestas y entrevistas se construirán los respectivos cuestionarios en base a los ejes descritos anteriormente. Los encuestados y entrevistados serán hombres y mujeres de la tercera edad en igual proporción. Para la aplicación de la encuesta se seleccionará una muestra probabilística en base al número de turistas extranjeros que tiene el Ecuador anualmente tomando en cuenta los datos oficiales del ingreso de turistas. (La distribución poblacional del país de origen) las entrevistas a profundidad, en cambio se realizarán a personas que posean una vivencia o experiencia directa con los extranjeros de la tercera edad son a personas: operadores de turismo, las autoridades locales responsables del turismo y migrantes residentes en el Ecuador. Los datos de las encuestas se sistematizarán a través de matrices, posteriormente se elaborarán cuadros estadísticos y se emitirán las respectivas conclusiones, en cuanto a las entrevistas se grabarán, posteriormente se transcribirán de manera parcial y se redactarán las debidas conclusiones. Todo este material serán los insumos fundamentales para la elaboración de la presente investigación de mercados.

El objetivo específico dos, referente al estudio operacional responderá a las preguntas básicas de: ¿el cómo?, ¿el cuándo?, ¿El dónde?, ¿Y con qué? se va a concretar la puesta en marcha de la operadora turística para los turistas extranjeros de la tercera edad.

El objetivo específico tres se refiere a la elaboración de un estudio financiero para analizar la factibilidad y viabilidad de esta operadora turística.

En cuanto al último objetivo que consiste en determinar los requisitos legales para la implementación de la operadora turística especializada en la tercera edad, se recurrirá a investigación bibliográfica de la normativa legal existente referida al tema tanto a nivel nacional y local.

Capítulo 3

3.0 Resultados

3.1 Recolección y tratamiento de datos

Para la recolección de datos se llevará a cabo la siguiente herramienta:

La Encuesta se entiende como la formulación de una serie de preguntas en este caso abiertas y cerradas que permitirán el adecuado desarrollo de respuestas.

Se pronuncia que las preguntas deben estar formuladas de forma clara, de modo que él o la interlocutora pueden entender con claridad y puedan extender una respuesta adecuada, de estas preguntas dependerá el adecuado desarrollo de los datos que se desean abordar.

A continuación, se detalla la descripción de la encuesta

Nombre: Nombre de la persona encuestada

Edad: el rango deberá ser entre los 30-60 años de edad, para saber si esta población se encuentra pensando en realizar viajes.

Género: este dato es importante conocer, para así describir cuál es el público que más desea viajar, y en este sentido también generar un detalle adecuado de los servicios que se pueden ofertar.

Actividad: aquí se detalla la labor que realiza la persona entrevistada, de no tener ninguna se coloca dentro de la encuesta

Entrevistador: nombre de la persona que realiza la entrevista

La encuesta cuenta con 10 preguntas, 3 de ellas son de carácter cerrado y 7 de carácter abiertas, se detalla a continuación lo siguiente:

Preguntas abiertas

1. ¿Cuáles son sus prioridades en la actualidad?
2. Si recibiese dinero por jubilación, ¿qué haría con ese dinero?
3. ¿Qué le gustaría hacer cuando cumpla la tercera edad?
4. Si viajará desde los Estados Unidos, preferiría comprar un paquete turístico o se iría de forma independiente (sin un tour u operadora turística)
5. Si viajará en la tercera edad al extranjero con un paquete turístico, ¿qué servicios serían importantes que tenga este paquete para ud?
6. ¿Cuáles serían los principales impedimentos que tienen las personas de la tercera edad para poder viajar?
7. Preferiría viajar sola/o o con un acompañante

Preguntas cerradas

1. Le gustaría conocer el extranjero cuando tenga la tercera edad
2. Considera que los hijos en la tercera edad son un impedimento para viajar
3. Cuenta Ud. en la actualidad con un seguro médico.

Estas respuestas serán analizadas con meticulosidad de modo que ya se pueda saber con certeza cuáles son los principales elementos que el público considera se deba tomar en cuenta al momento de establecer esta idea dentro del mercado ecuatoriano.

Entrevista

Se realizará un grupo focal de funcionarios públicos del Ministerio de Turismo mínimo 3, con la intencionalidad de verificar la factibilidad de una operadora turística con base en la Ciudad de Quito, dirigida a personas de la tercera edad que se encuentren en los Estados Unidos de Norteamérica.

Entrevista a funcionarios públicos

N°	Nudos Críticos	Ventajas	Desventajas	Observaciones
1	Situación actual del turismo en el Ecuador			
2	Turismo Senior			
3	Estadísticas actuales en el Sector turístico			
4	La tercera edad como eje turístico al que se le puede apuntar en la actualidad.			
5	La población que proviene de los Estados Unidos de Norteamérica como puntal turístico			

3.1.1 Recolección y Análisis de resultados

Los datos fueron recopilados durante los meses de diciembre 2016 a enero del 2017 debido a que todas las encuestas fueron realizadas únicamente a turistas extranjeros de la tercera edad provenientes de Estados unidos de Norteamérica.

3.2.1 Resultados de las Encuestas

Pregunta 1

¿Es mayor de 65 años?

Retirado				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido retirado	35	100,0	100,0	100,0



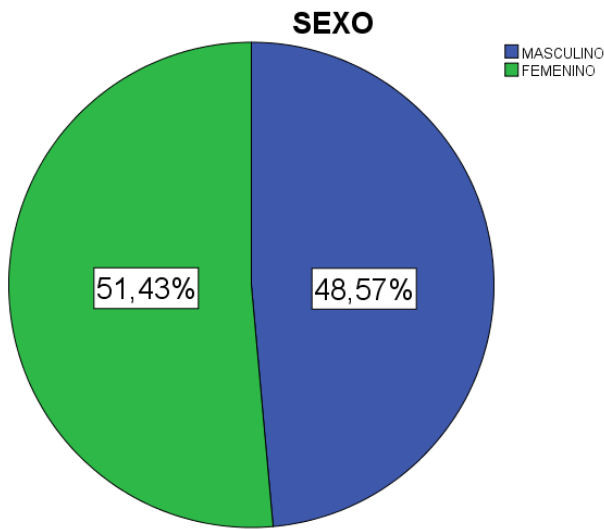
■ retirado

Esto muestra que de los encuestados el 100% son jubilados de la tercera edad de Estados Unidos de Norteamérica lo que asegura una alta homogeneidad de las encuestas realizadas.

Pregunta 2

Sexo: masculino o femenino

SEXO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MASCULINO	17	48,6	48,6	48,6
FEMENINO	18	51,4	51,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	



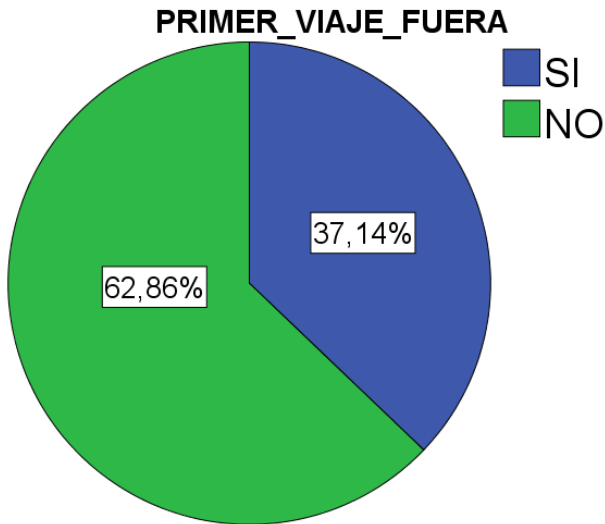
Este dato revela que la encuesta fue aplicada a un similar número de mujeres y hombres para que de esta manera no existan marcadas diferencias en los datos que esta entregue y se pueda generalizar para los dos sexos.

Pregunta 3

¿Es este su primer viaje fuera de su país? Si o No

PRIMER VIAJE FUERA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	13	37,1	37,1	37,1
NO	22	62,9	62,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	



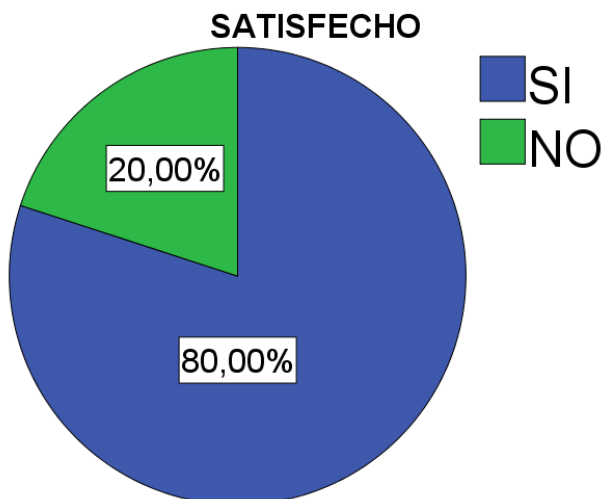
El resultado de la encuesta sobre este punto muestra que en su gran mayoría los adultos mayores tienen una tendencia a viajar fuera de las fronteras de su nación y que les gusta mantener esa costumbre.

Pregunta 4

¿Se siente satisfecho con su viaje al Ecuador? Si o No

SATISFECHO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	28	80,0	80,0	80,0
Válido NO	7	20,0	20,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

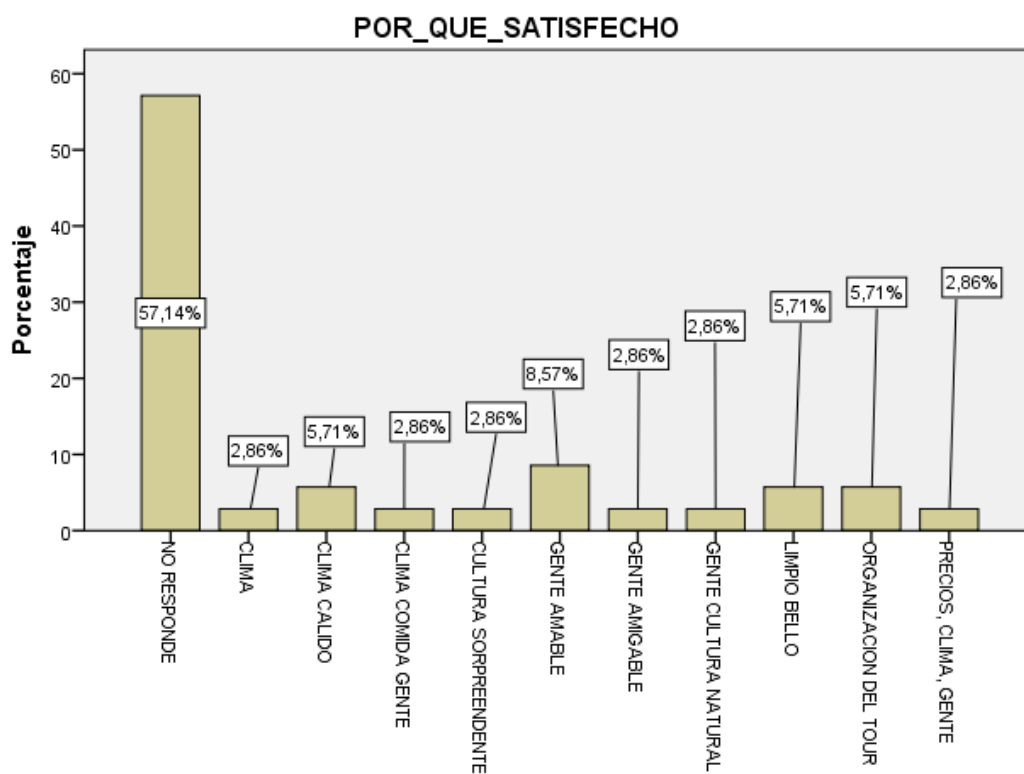


Se puede observar que la gran mayoría de los entrevistados están satisfechos con sus vacaciones en el Ecuador, pero queda un grupo bastante representativo que no está satisfecho en su totalidad lo que nos indica que hay mejoras realizables u otros acercamientos a las necesidades de estos turistas para generar unas vacaciones inolvidables.

¿Por qué? de la pregunta 4

¿POR QUÉ ESTA SATISFECHO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CLIMA	1	2,9	2,9	60,0
CLIMA CÁLIDO	2	5,7	5,7	65,7
CLIMA COMIDA GENTE	1	2,9	2,9	68,6
CULTURA SORPRENDENTE	1	2,9	2,9	71,4
GENTE AMABLE	3	8,6	8,6	80,0
GENTE AMIGABLE	1	2,9	2,9	82,9
GENTE CULTURA NATURAL	1	2,9	2,9	85,7
LIMPIO BELLO	2	5,7	5,7	91,4
ORGANIZACIÓN DEL TOUR	2	5,7	5,7	97,1
PRECIOS, CLIMA, GENTE	1	2,9	2,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	



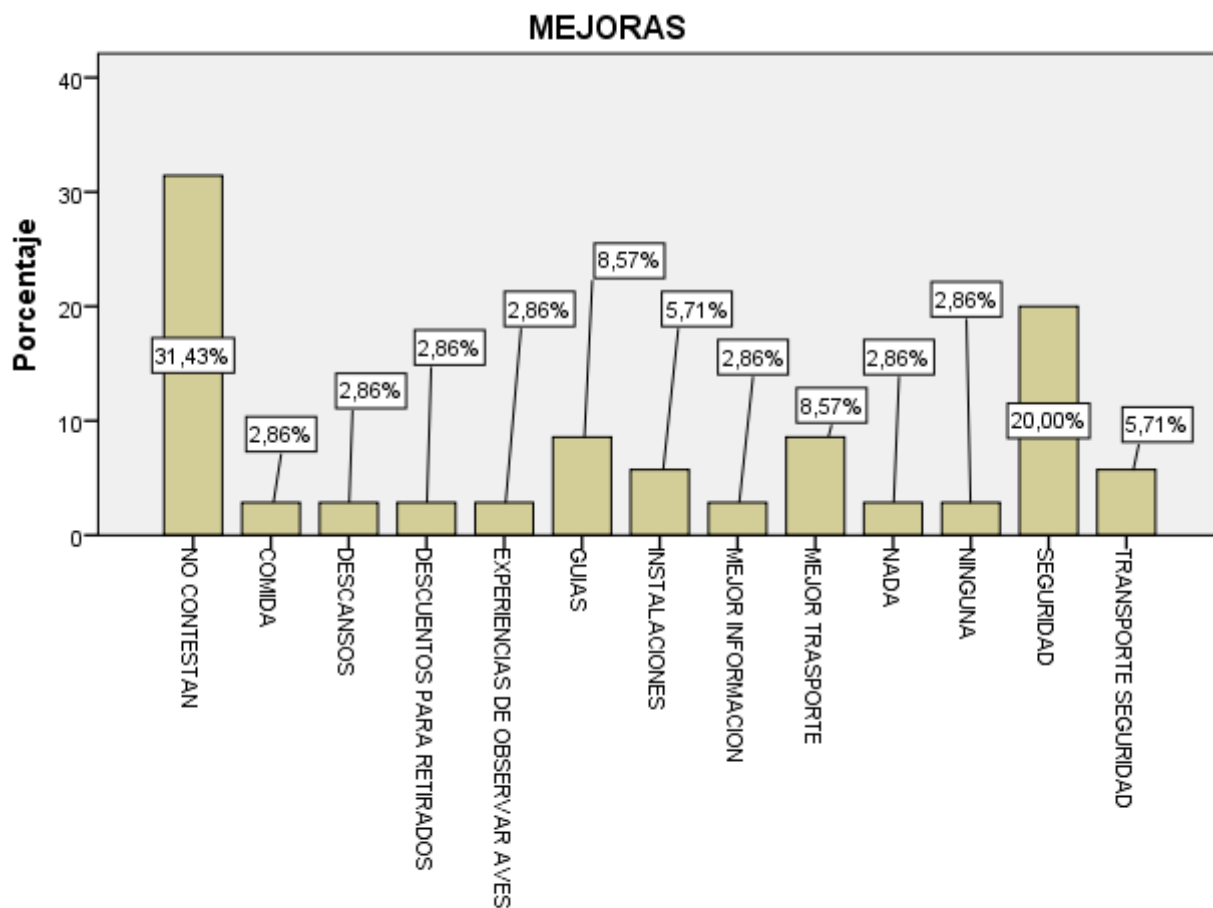
Dentro de esta pregunta existía una consecuente que inquiría el porqué de la elección antes realizada en su gran mayoría no la respondían, pero cabe recalcar que de los encuestados que si respondieron lo que más les satisfizo fue la calidez de la gente.

Pregunta 5

¿Qué se sugeriría usted que se debe mejorar para generar una mejor experiencia en el Ecuador para los turistas adultos mayores?

MEJORAS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMIDA	1	2,9	2,9	34,3
DESCANSOS	1	2,9	2,9	37,1
DESCUENTOS PARA RETIRADOS	1	2,9	2,9	40,0
EXPERIENCIAS DE OBSERVAR AVES	1	2,9	2,9	42,9
GUÍAS	3	8,6	8,6	51,4
INSTALACIONES	2	5,7	5,7	57,1
MEJOR INFORMACIÓN	1	2,9	2,9	60,0
MEJOR TRASPORTE	3	8,6	8,6	68,6
NADA	1	2,9	2,9	71,4
NINGUNA	1	2,9	2,9	74,3
SEGURIDAD	7	20,0	20,0	94,3
TRANSPORTE SEGURIDAD	2	5,7	5,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	



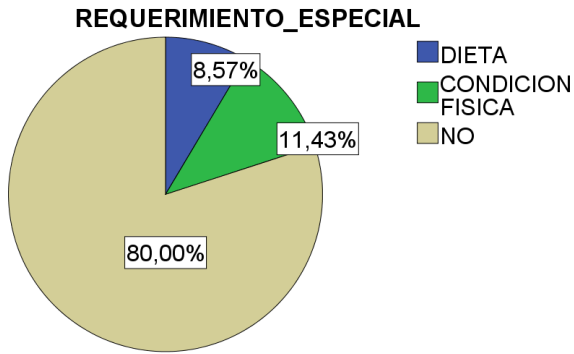
Se puede observar que la seguridad, el transporte y los guías son los temas que más tienen problemas en las experiencias de los turistas jubilados.

Pregunta 6

¿Tiene usted algún requerimiento especial que deba ser tomado en cuenta?

REQUERIMIENTO ESPECIAL

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido DIETA	3	8,6	8,6	8,6
CONDICIÓN FÍSICA	4	11,4	11,4	20,0
NO	28	80,0	80,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	



Las encuestas muestran que la mayoría de los jubilados no poseen requerimientos especiales, salvo por el veinte por ciento q si lo tienen. Solo el 11.4% de los encuestados tienen una condición física que debe ser tomada en cuenta.

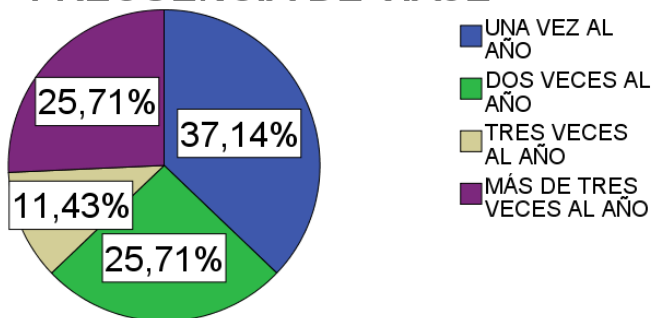
Pregunta 7

¿Cuál ha sido su frecuencia de viajes últimos 2 años?

FRECUENCIA DE VIAJE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
UNA VEZ AL AÑO	13	37,1	37,1	37,1
DOS VECES AL AÑO	9	25,7	25,7	62,9
TRES VECES AL AÑO	4	11,4	11,4	74,3
MAS DE TRES VECES AL AÑO	9	25,7	25,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

FRECUENCIA DE VIAJE



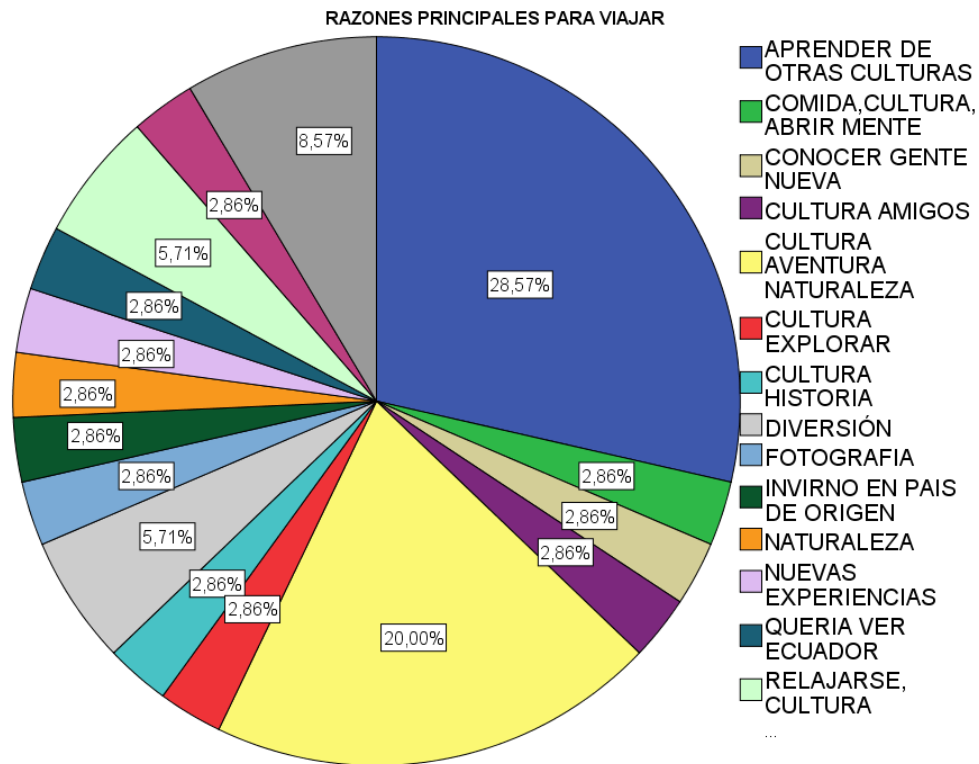
La encuesta muestra claramente que existe una tendencia a viajar en los adultos mayores, y la frecuencia es muy alta dado que más del 62% de los encuestados tienen una frecuencia mayor de dos veces al año. Lo que indica una muy abierta disponibilidad para el turismo fuera de Estados Unidos de Norteamérica.

Pregunta 8

¿Cuáles son sus principales motivos para viajar?

RAZONES PRINCIPALES PARA VIAJAR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
APRENDER DE OTRAS CULTURAS	10	28,6	28,6	28,6
COMIDA, CULTURA, ABRIR MENTE	1	2,9	2,9	31,4
CONOCER GENTE NUEVA	1	2,9	2,9	34,3
CULTURA AMIGOS	1	2,9	2,9	37,1
CULTURA AVENTURA NATURALEZA	7	20,0	20,0	57,1
CULTURA EXPLORAR	1	2,9	2,9	60,0
CULTURA HISTORIA	1	2,9	2,9	62,9
DIVERSIÓN	2	5,7	5,7	68,6
FOTOGRAFIA	1	2,9	2,9	71,4
INVERNO EN PAIS DE ORIGEN	1	2,9	2,9	74,3
NATURALEZA	1	2,9	2,9	77,1
NUEVAS EXPERIENCIAS	1	2,9	2,9	80,0
QUERÍA VER ECUADOR	1	2,9	2,9	82,9
RELAJARSE, CULTURA	2	5,7	5,7	88,6
TIEMPO SE ACABA	1	2,9	2,9	91,4
VISITAR AMIGOS Y FAMILIA	3	8,6	8,6	100,0
Total	35	100,0	100,0	



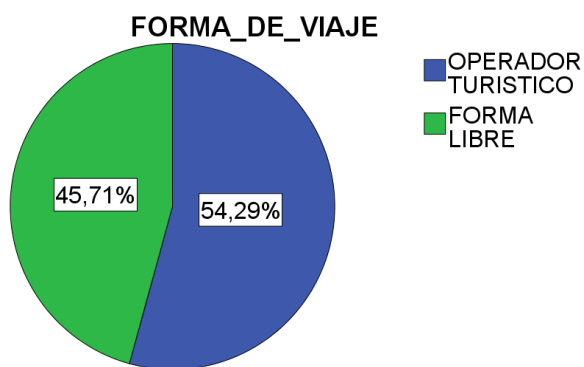
Aprender sobre la cultura del Ecuador, su comida, la naturaleza y las experiencias que se crean en este país mágico es lo que llama la atención a los turistas.

Pregunta 9

Cuando usted viaja al destino de su elección usted utiliza

FORMA DE VIAJE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
OPERADOR TURÍSTICO	19	54,3	54,3	54,3
FORMA LIBRE	16	45,7	45,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

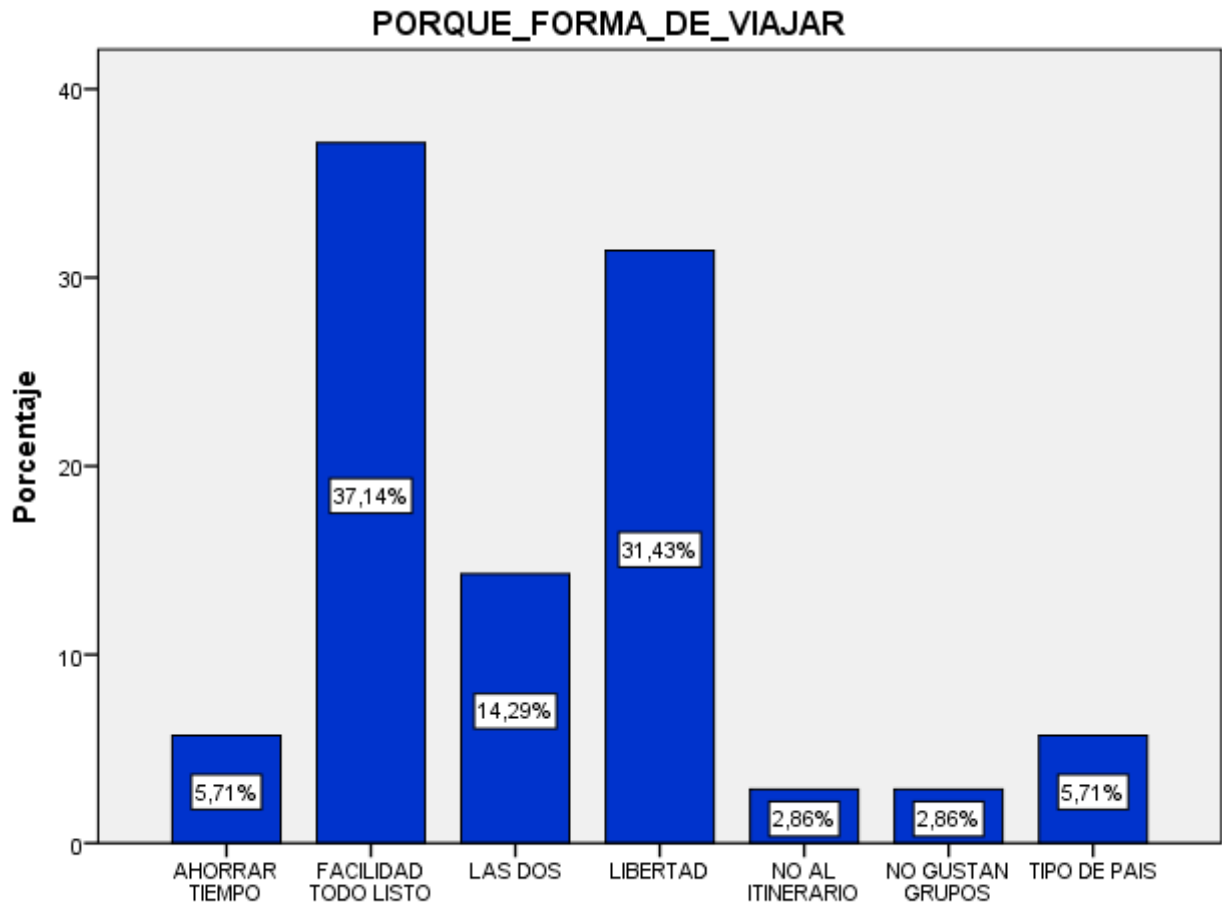


La diferencia entre las personas jubiladas que prefieren tours y viajar de forma libre o free lance no es abismal, lo que indica que un tour que incorpore gran parte del turismo free lance generaría un impacto positivo sobre las ventas y generaría un factor diferenciador dentro de la marca.

¿Por qué? de la pregunta 9

POR QUÉ FORMA DE VIAJAR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
AHORRAR TIEMPO	2	5,7	5,7	5,7
FACILIDAD TODO LISTO	13	37,1	37,1	42,9
LAS DOS	5	14,3	14,3	57,1
LIBERTAD	11	31,4	31,4	88,6
NO AL ITINERARIO	1	2,9	2,9	91,4
NO GUSTAN GRUPOS	1	2,9	2,9	94,3
TIPO DE PAIS	2	5,7	5,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	



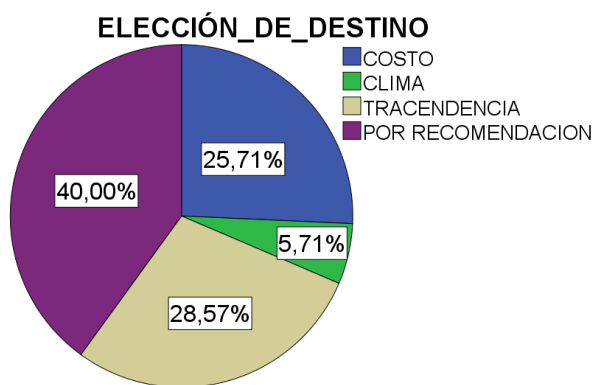
SE PUEDE ver que un grupo alto de los encuestados optan por las dos formas de viajar y debe generarse un paquete con las características de los dos estilos de viajar

Pregunta 10

¿Cómo elije su lugar de destino?

ELECCIÓN DE DESTINO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COSTO	9	25,7	25,7	25,7
CLIMA	2	5,7	5,7	31,4
TRASCENDENCIA	10	28,6	28,6	60,0
POR RECOMENDACIÓN	14	40,0	40,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	



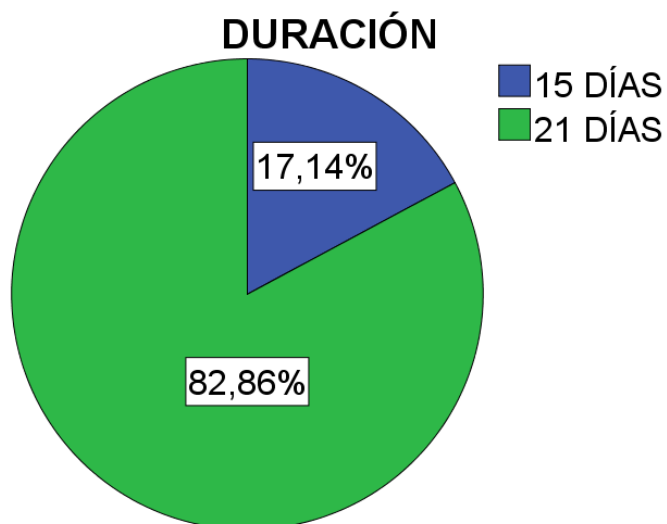
En su gran mayoría los encuestados eligieron su destino por la recomendación de sus conocidos, pero la trascendencia de Quito hace que el Ecuador sea un sitio turístico por excelencia.

Pregunta 11

Su viaje ideal duraría:

DURACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15 DÍAS	6	17,1	17,1
	21 DÍAS	29	82,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	



La encuesta muestra que la mayoría de los turistas jubilados prefieren viajes largos, con un mínimo de 15 días y la mayoría elige uno de 21 días. Este dato debe ser tomado en cuenta para el diseño de los paquetes.

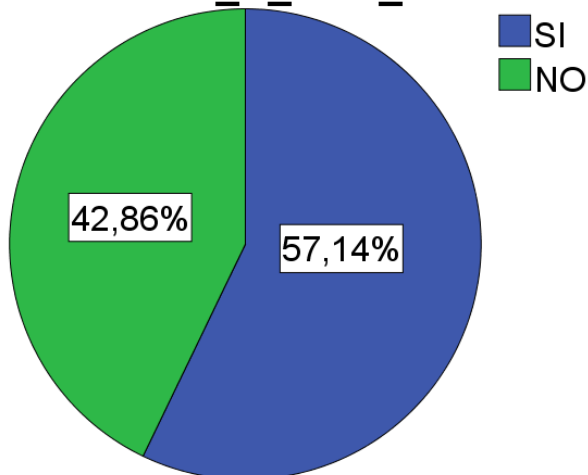
Pregunta 12

¿Usted pertenece a una asociación o club de adultos mayores?

PERTENECE A UNA ASOCIACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	20	57,1	57,1	57,1
NO	15	42,9	42,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

PERTENCE_A_UNA_ASOCIACIÓN



Los datos muestran que a pesar que la mayoría de los turistas Jubilados provenientes de Estados Unidos de Norteamérica, no todos pertenecen a una asociación de jubilados por lo cual la estrategia para la captación de clientes debe ser más amplia que solo enfocarse en las asociaciones de jubilados

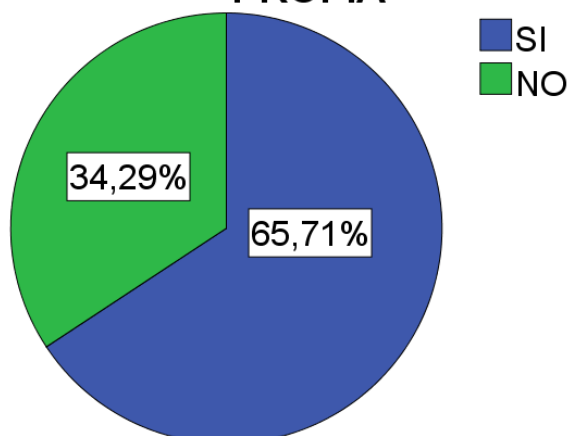
Pregunta 13

¿Si su asociación o club de adultos mayores planificaría un Viaje a Ecuador dentro de un tour todo incluido usted se uniría al viaje?

¿SE UNIRÍA A UN VIAJE ASOCIACIÓN PROPIA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	23	65,7	65,7	65,7
NO	12	34,3	34,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

UNIRIA_A_VIAJE_ASOCIACIÓN_PROPIA



De las personas encuestadas el 35% no viajaría con su asociación a un viaje todo incluido al Ecuador, este dato nos será útil para la determinación de la demanda

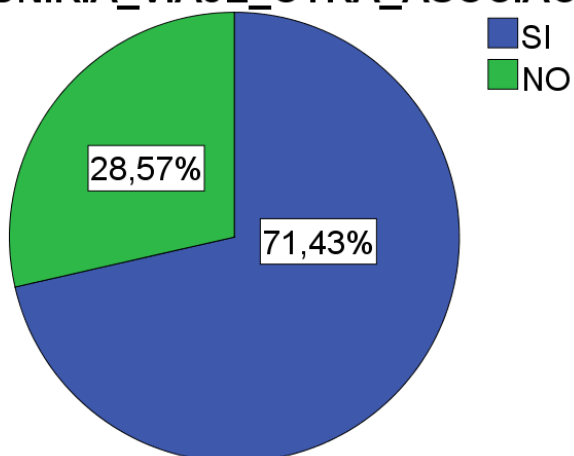
Pregunta 14

Se uniría al viaje de un club o asociación de adultos mayores de su comunidad en un Viaje a Ecuador dentro de un tour todo incluido

SE UNIRÍA AL VIAJE DE OTRA ASOCIACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valid	SI	25	71,4	71,4	71,4
	NO	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

UNIRIA_VIAJE_OTRA_ASOCIACIÓN



Los datos muestran que la gran mayoría de los encuestados si estarían dispuesto a tomar un tour todo incluido al Ecuador. Podemos también pensar que probablemente dentro de las personas que no pertenecen a una asociación se unirían a este tour.

3.2.2 Estudio Técnico

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero (Santos 2008)

El estudio técnico puede resumirse como responder a cinco preguntas. Las cuales son ¿dónde?, ¿cuánto?, ¿cómo?, ¿con qué? y ¿con quiénes?; de las cuales se depende el plan operativo de la empresa, la estructura del proceso, cargos, proveedores (y volverlos aliados estratégicos)

3.2.2.1 Localización

Para la localización óptima del proyecto se ha elegido a la ciudad de Quito debido a la siguiente matriz de atributos

La ubicación de la empresa en si responde a la necesidad logística más que aun lugar físico que pueda proveer todos los servicios turísticos dado que se subcontratará los servicios hoteleros, de transporte, alimentación y guías para los turistas. De tal forma que la coordinación de estos serán los que se realice en Quito, ciudad que posee un aeropuerto internacional y es un punto relativamente central dentro de la geografía nacional, para mejor estas características es una ciudad en la cuales los proveedores de servicios de comunicación también tienen sus bases, y es el lugar donde la mayoría de los proveedores tienen sus agencias matrices. Además, como el proceso logístico requiere una base de operaciones y debido a que posee la infraestructura y los activos necesarios para realizar esta operación. Se localizará la matriz de operaciones en la Esmeraldas 0e6-72 y Cuenca en pleno Centro Histórico de Quito y con la mayor proximidad posible a los proveedores.

La Logística no tiene otra alternativa que garantizar un flujo eficiente de los suministros requeridos, puesto que la falta de disponibilidad de cualquiera de los cientos de productos donde la inmensa mayoría son imprescindibles puede paralizar un servicio turístico, con una afectación irrecuperable en la calidad del servicio. (Cabeza, 2001)

3.2.2.2 Tamaño

El tamaño y la demanda

El tamaño, es decir la capacidad del negocio está dado por un análisis de las personas que están dispuestas a comprar el servicio turístico a Ecuador y la capacidad de los proveedores y eso es resumido en el siguiente cuadro.

Tamaño y los proveedores

PROYECCIÓN DE TURISTAS LLEGADOS AL ECUADOR PROCEDENTES DE EE.UU A ECUADOR 2000-2020								
AÑO	TURISTAS USA	PORCENTAJE DE TURISTAS DENTRO DEL RANGO DE EDAD +60 AÑOS 11%	PERTENECE A UNA ASOCIACIÓN 57,1%	DISPUESTO A VIAJAR CON SU ASOCIACIÓN 65,7%	MÁS LO QUE ESTARIAN DISPUESTOS A UNIRSE A UNA ASOCIACIÓN	TOTAL	3%	MENSUAL
2000	139333	15326	8751	5749	4694	10443	313	26
2001	148100	16291	9302	6111	4990	11101	333	27
2002	150582	16564	9458	6213	5073	11286	338	28
2003	159851	17583	10039	6595	5385	11980	359	29
2004	182116	20032	11438	7514	6135	13649	409	34
2005	206839	22752	12991	8535	6969	15504	465	38
2006	205077	22558	12880	8462	6909	15371	461	38
2007	241018	26511	15137	9945	8120	18065	541	45
2008	246406	27104	15476	10167	8302	18469	554	46
2009	242096	26630	15205	9989	8156	18145	544	45
2010	249081	27398	15644	10278	8392	18670	560	46
2011	241605	26576	15174	9969	8140	18109	543	45
2012	248064	27287	15580	10236	8358	18594	557	46
2013	248852	27373	15629	10268	8384	18652	559	46
2014	259406	28534	16292	10703	8740	19443	583	48
2015	263081	28938	16523	10855	8863	19718	591	49
2016	266323	29295	16727	10989	8973	19962	598	49
2017	277327	30505	17418	11443	9343	20786	623	51
2018	288786	31766	18138	11916	9730	21646	649	54
2019	300718	33078	18887	12408	10131	22539	676	56
2020	313143	34445	19668	12921	10550	23471	704	58

Fuente: anuarios de migración internacional inec-ministerio del interior con euromonitor, banco mundial, fondo monetario internacional, ministerio del interior, inec

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. (Urbina, 2010)

Dado que el Ecuador ha tenido un aumento progresivo de turistas las empresas nacionales van a la par para poder brindar la atención necesaria a este nicho de la economía en acenso.

Para poder crear un criterio de la capacidad necesaria que deben tener nuestros proveedores hemos creado un indicador que nos permita revisar a simple vista si cumple con la capacidad de abastecer a nuestros turistas, este está dado por la siguiente formula:

$$\forall = \frac{\text{Número de turistas}}{\text{Número de Días}}$$

En la cual \forall es el número de turistas por día que pueden manejar los proveedores bajo los estándares que se les indicará. Los proveedores nos dieron estos resultados.

CUADRO DE PROVEEDORES GALÁPAGOS		
EMPRESA	CAPACIDAD (TURISTAS POR DÍA)	CAPACIDAD REQUERIDA (TURISTAS POR DÍA)
Nature Galapagos & Ecuador x	5	1,7
OPERADORES TURÍSTICOS GALÁPAGOS S.A.	3	1,7
GALAKIWI AVENTURAS	2	1,7
SHARKSKY ECOADVENTURE GALAPAGOS	6	1,7
OPUNTIA TRAVEL S.A.	9	1,7

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

CUADRO DE PROVEEDORES CUENCA		
EMPRESA	CAPACIDAD (TURISTAS POR DÍA)	CAPACIDAD REQUERIDA (TURISTAS POR DÍA)
PAZHUCA TOURS	18	1,7
ECUADOR ESTRATEGICO	17	1,7
GRUPO GALAXAM	10	1,7
CUYABENO LODGE	17	
CAZHUMA TOURS	20	1,7

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade por: Agustín Cruz Andrade

CUADRO DE PROVEEDORES BAÑOS		
EMPRESA	CAPACIDAD (TURISTAS POR DÍA)	CAPACIDAD REQUERIDA (TURISTAS POR DÍA)
chevas tour	11	1,7
adventure equatorland tour operator	12	1,7
Team Adventure tour operator	13	1,7
puntzan canopy	15	1,7
aninga travel	15	1,7

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

CUADRO DE PROVEEDORES AMAZONIA		
EMPRESA	CAPACIDAD (TURISTAS POR DÍA)	CAPACIDAD REQUERIDA (TURISTAS POR DÍA)
OPERADORA TURÍSTICA WITOTO	9	1,7
MASHPI LODGE	11	1,7
NAPO CULTURAL CENTER	10	1,7
LIANA LODGE	9	1,7
SACHA LODGE	9	1,7

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Tamaño y la tecnología

En términos generales se puede decir que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables. (Urbina, 2010)

En vista que el mayor problema de la empresa será la logística y el control de los procesos y protocolos como se acordará con los proveedores, además que se subcontrata los servicios a terceros en cuanto a transporte, hospedaje y alimentación la limitación está dada por los proveedores.

Tamaño y la capacidad administrativa

Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa. (Urbina, 2010)

Dada la naturaleza de esta operación logística con el organigrama funcional que viene a continuación se solventa la necesidad de talento humano de la empresa.

3.2.2.3 Organización de la empresa

3.2.2.3.1 Nombre de la empresa

Ecuador Senior Tour Ltda.

3.2.2.3.2 Misión

Somos una operadora turística especializada en la tercera edad con base en Quito-Ecuador apasionada por proveer los mejores servicios turísticos con nuestra característica de cordialidad, calidad y calidez dentro del Ecuador, apoyados en nuestros socios estratégicos hacer que nuestros clientes forjen la experiencia de sus vidas y a lo largo de este proceso apoyar al crecimiento del país.

3.2.2.3.3 Visión

Ser un referente nacional en el ámbito turístico, ser pioneros en cuanto al servicio a la tercera edad y generar una variada oferta de servicios para cada una de las necesidades dentro del ámbito dentro de cuatro años

3.2.2.3.4 Valores

Nos caracterizamos por ser:

Honestos en todas nuestras ofertas y formas de los servicios ofertados.

Cordiales con nuestros clientes y socios estratégicos para poder crear una experiencia inolvidable.

Cálidos por agregar a cada cliente dentro de nuestra familia y que tenga la experiencia de estar en el hogar fuera de su hogar.

Respetuosos porque toda persona merece respeto.

Responsables en todas nuestras acciones para con nuestros clientes, socios estratégicos, colaboradores y con la sociedad.

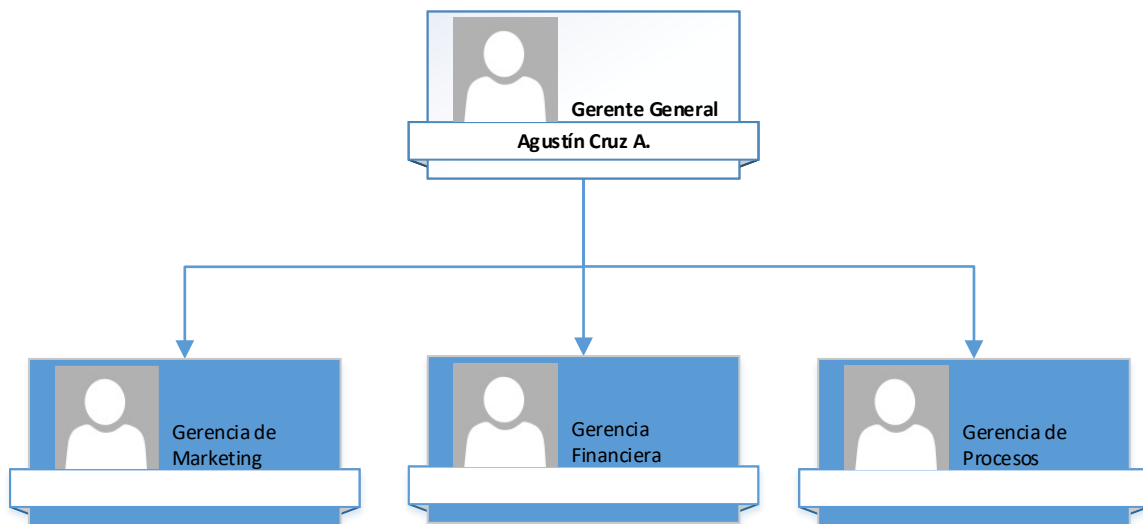
Leales a nuestros principios.

Adaptables a los cambios del mercado.

3.2.2.3.5 Políticas

- Todos los proveedores deben confirmar una semana antes, 72 horas antes y 48 horas antes de la llegada de los clientes que están listos para ofrecer el servicio.
- Todas las necesidades especiales se deben confirmar con 72 horas antes a la llegada de los turistas al Ecuador a los proveedores.
- Todas las novedades deben ser reportadas por mínimas que estas sean.
- Se debe hacer evaluar a los clientes su experiencia.
- Los proveedores deben probar que las características de sus actividades cumplen con ser de intensidad física media o baja.
- Todos los proveedores deben tener el permiso del Ministerio de Turismo.
- Se debe tener un proveedor de emergencia en caso de que el contratado no pueda cumplir con el servicio.

3.2.2.3.6 El producto y organización de la empresa



Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Las funciones principales de cada gerencia están especificadas en el siguiente cuadro:

Gerencia	Marketing	Financiera	Procesos
Funciones	-Publicidad -Relaciones con clientes Externos e internos y dentro de esto La fidelización de Clientes y análisis de la satisfacción del cliente	-Control financiero -Generación de Presupuestos -Contabilidad	-Control de Procesos -Desarrollo e innovación en ofertas Turísticas

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

El organigrama funcional presentado muestra en macro funciones las actividades destinadas a los puestos creados, y como es una operadora turística se puede observar que no se requiere personal de apoyo en gran medida al software que utilizara para el desarrollo de las actividades.

Ofrecemos un paquete de 21 a 22 días para hacer turismo dentro de la república del Ecuador con los lugares más representativos por su historia, riqueza natural, riqueza patrimonial, gastronomía y alegría de su gente. El tour incluye la visita de Galápagos, Quito, Baños Cuenca y un lodge en la amazonia.

3.2.2.4 Identificación y descripción del proceso

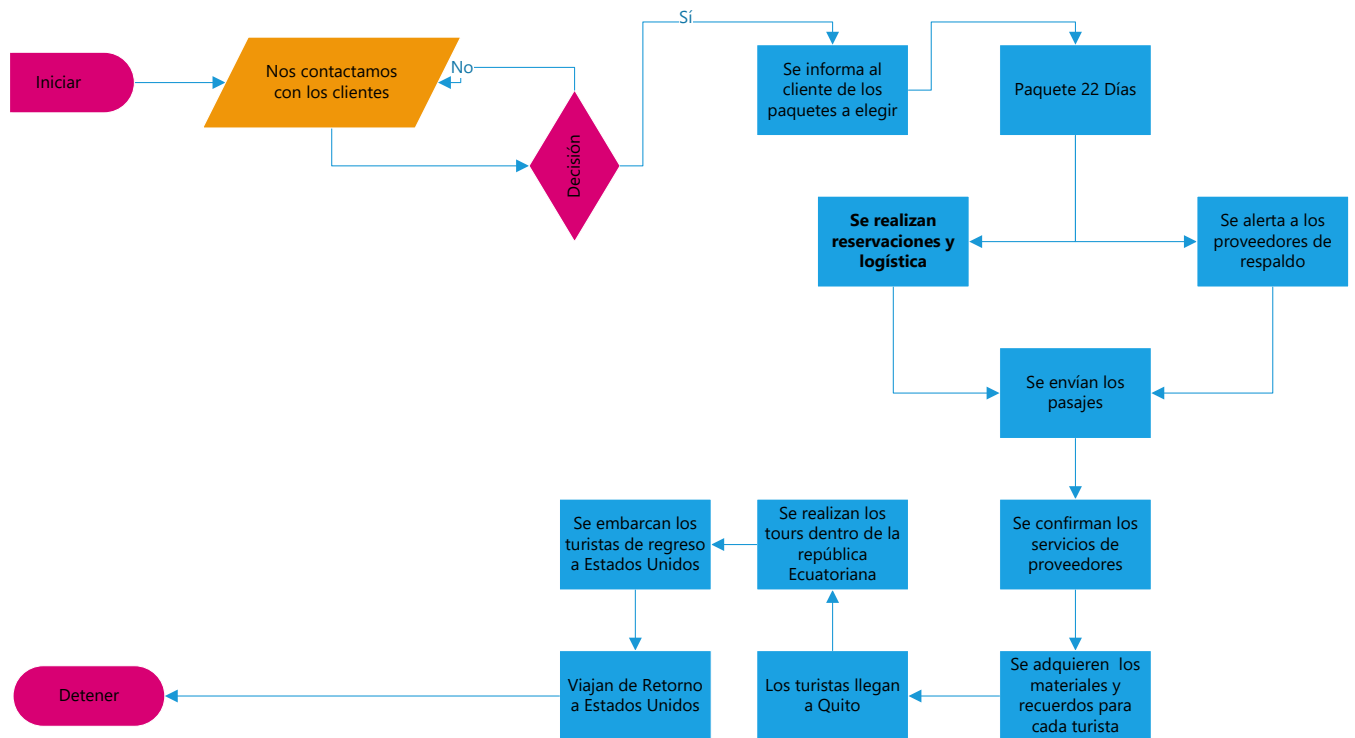
El cómo es decir la estructura de los procesos se ejecutará de la siguiente manera:

Este es el proceso básico a continuación se explicará cada uno más detalladamente.



Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Para una visión macros de los procesos se puede referir al siguiente diagrama de flujo:

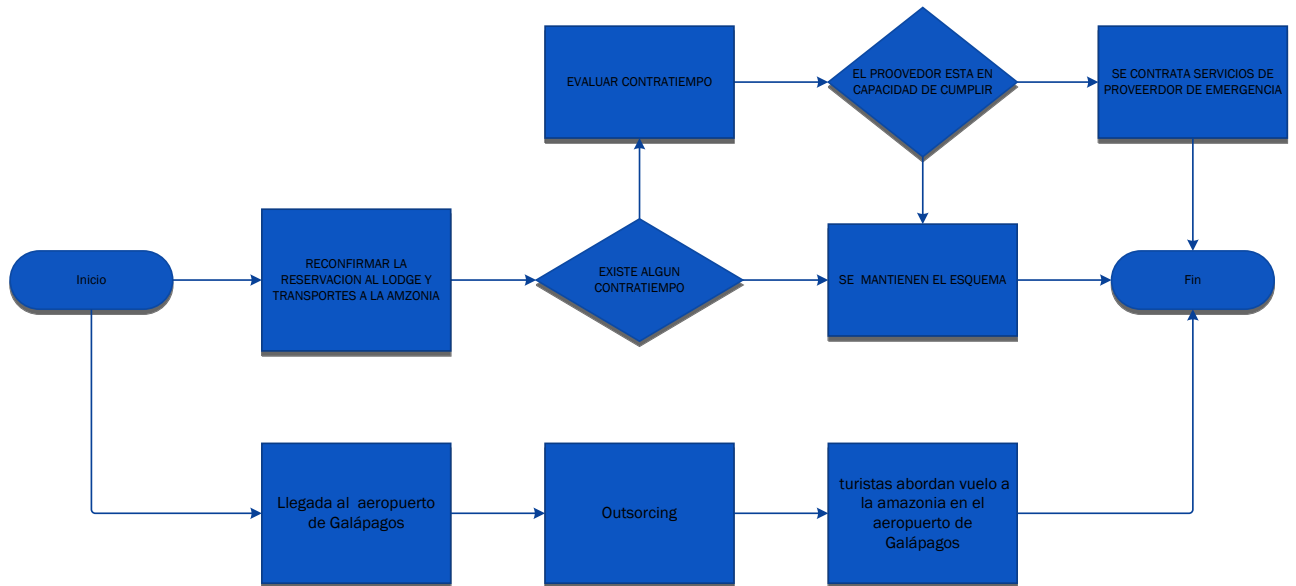


Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
 Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

El Archipiélago de Galápagos situadas a 1000 Km de la Costa Ecuatoriana en el Océano Pacífico, fue declarado por la UNESCO “Patrimonio Natural de la Humanidad” en 1978; está formado por 13 islas grandes, 6 pequeñas y 107 rocas e islotes. Galápagos es famoso por su flora y la fauna endémicas, lo que hace de este sitio uno de los paraísos que aún podemos disfrutar en nuestro planeta. (Ec.viajandox.com, 2017)

El número anual de visitantes saltó de aproximadamente 18.000 en 1985 a 41.000 en 1990 y cerca de 72.000 para el 2000. A pesar de un leve decrecimiento luego de los eventos del 11 de septiembre del 2001, la tasa de visitación se recuperó y continúa aumentando; aproximadamente 122.000 visitantes llegaron a Galápagos durante el 2005. En respuesta al creciente número de turistas y otros visitantes, constantemente se ha mejorado la calidad de la flota, la infraestructura en tierra y los servicios, elevando así los precios y llevando a un crecimiento más rápido en las ganancias que en el número de turistas. La industria continúa creciendo y diversificándose. El número de turistas en

los primeros seis meses del 2006 fue un 15% más alto que el de la primera mitad del 2005. (Epler, 2007)

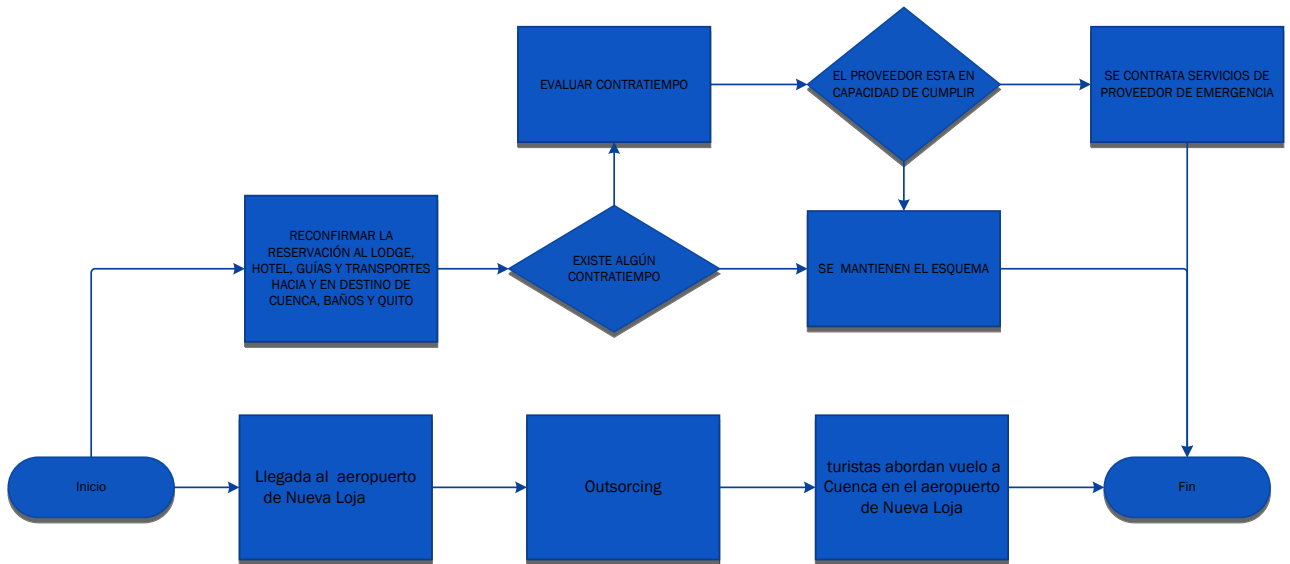


Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Amazonia:

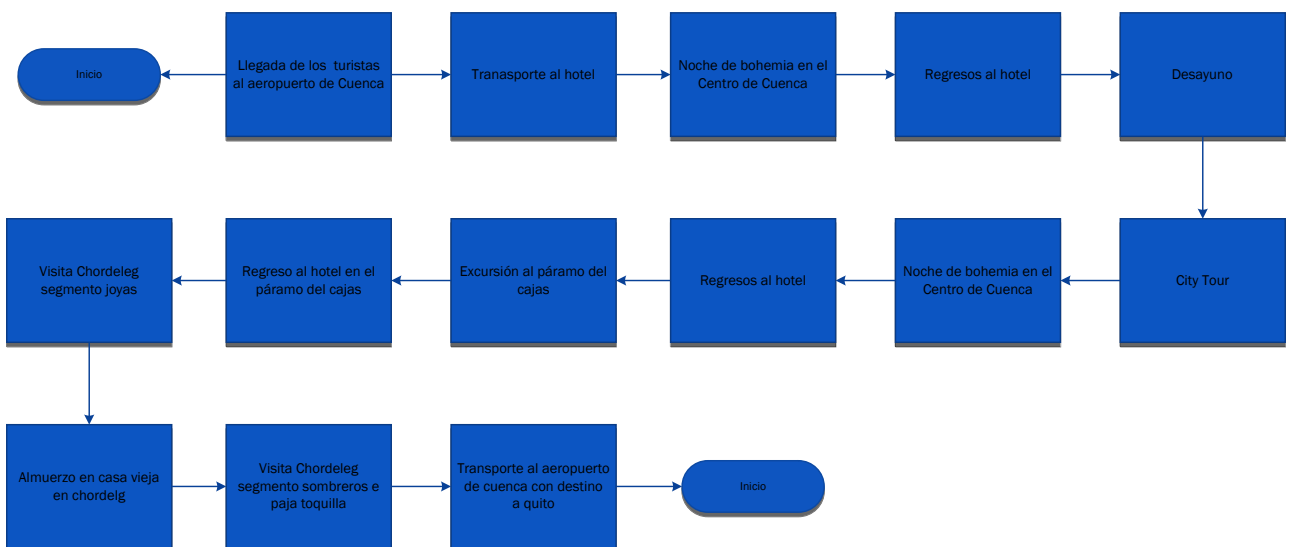
La región amazónica u oriental está formada por seis provincias, caracterizado por bellos paisajes, cascadas impresionantes, culturas ancestrales y sitios rodeados de bosques, que permiten al visitante realizar deportes extremos y turismo de aventura. La Amazonía, es el hogar de especies invaluables, que alberga la mayor diversidad de animales y plantas por kilómetro cuadrado del mundo. (Ec.viajando.com, 2017)



Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
 Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Cuenca:

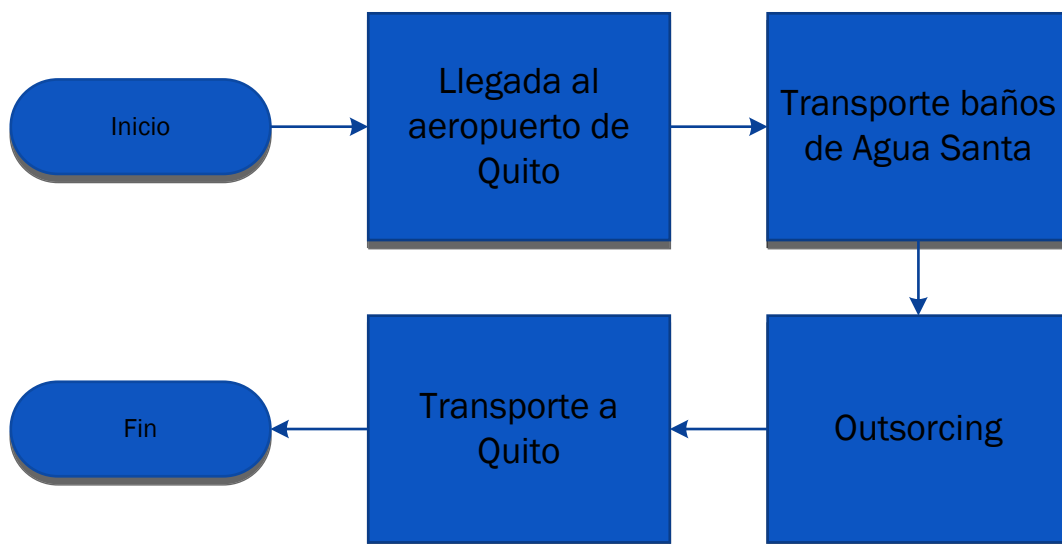
La riqueza de su arquitectura y cultura en general merecieron a Cuenca el nombramiento de Patrimonio Cultural de la Humanidad, el 1 de diciembre de 1999. El Centro Histórico, con cerca de 200 hectáreas, está formado por la zona residencial más antigua. Aquí encontramos una gran cantidad de edificaciones de estilo colonial y republicanas de gran hermosura; la zona arqueológica; los barrios artesanales (de origen colonial); los mercados centrales; el Barranco del Tomebamba con el Paseo 3 de noviembre y varios sitios de importancia paisajística y cultural que muestran el porqué de la declaratoria como ciudad Patrimonio Cultural. (Cuencaecuador.com.ec, 2017)



Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Baños:

Baños es también conocida como "La puerta del Dorado" y ofrece muchas atracciones: se puede descansar en las piscinas termales, se puede visitar la Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa, se puede visitar las diferentes cascadas, se puede subir al volcán Tungurahua, se puede probar los melcoches (dulces de miel de caña de azúcar), hay variedades de artesanías de balsa y de tagua.



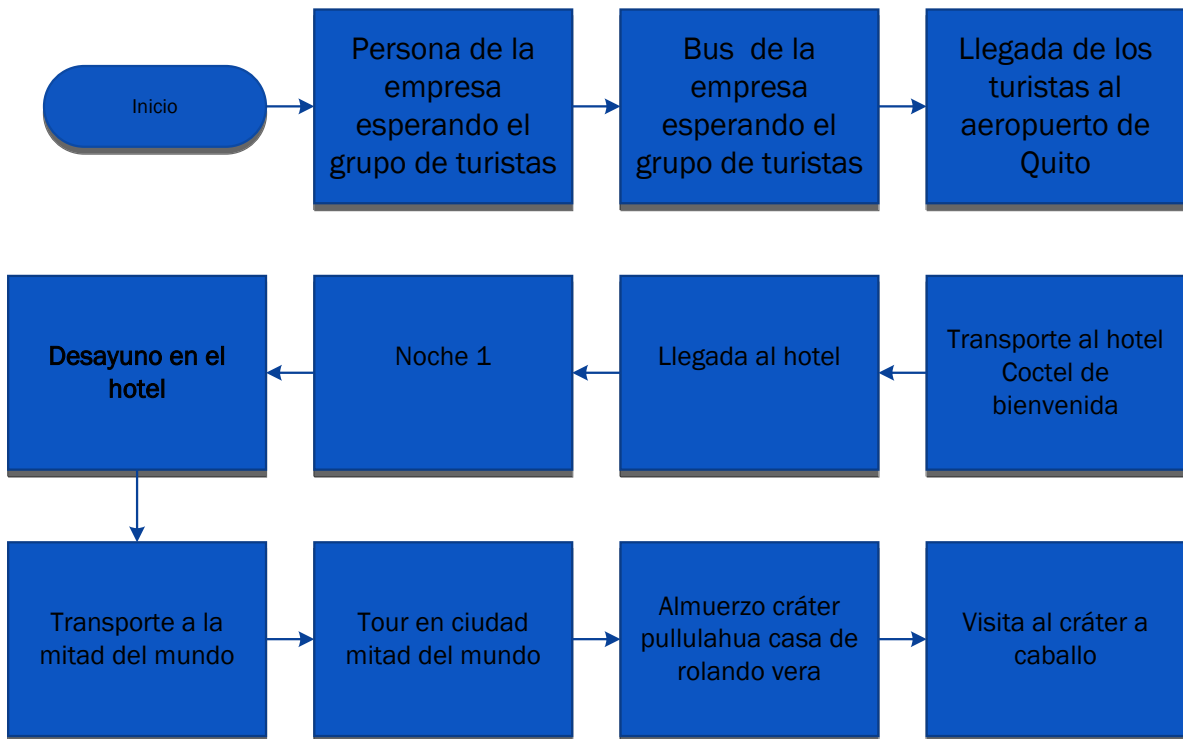
Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

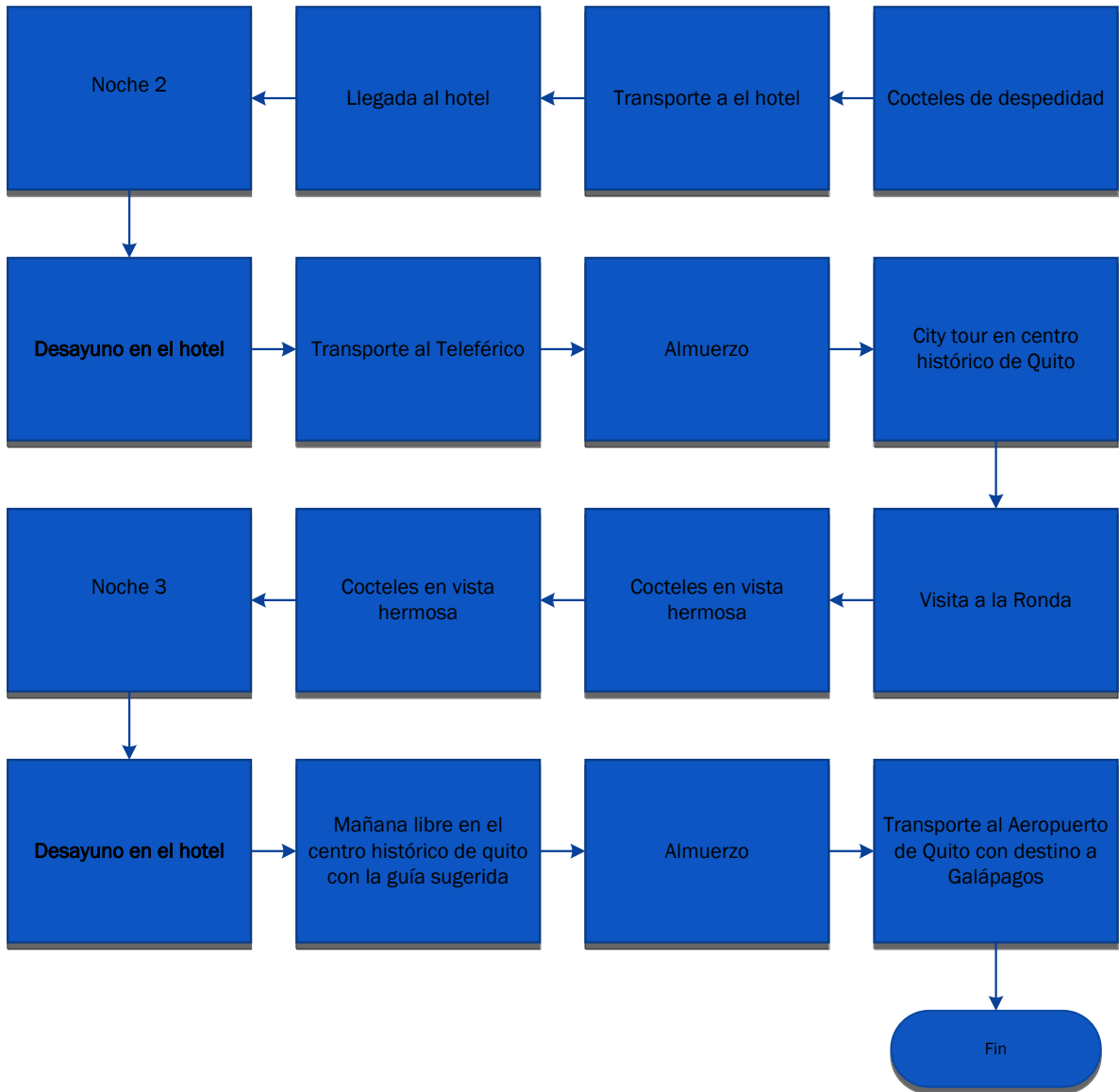
Quito:

En 2016, solamente una ciudad de América Latina formó parte del top 10 de *Lonely Planet*: Quito, la capital de Ecuador. En la justificación de su inclusión, la publicación vaticina una reinvención para esta ciudad rodeada de volcanes derivada de las inversiones que las grandes petroleras están haciendo en el desarrollo de infraestructura moderna (Staff Códice Informativo, 2016)

Y no es sorpresa pues también está en muchas de las publicaciones en las cuales indican que Quito es una ciudad que se debe visitar antes de morir y por eso le damos especial importancia con el número de días que se pasara en ella para dar una visita adecuada, pero dejándole al turista con ganas de más.

Destaca también la parte colonial de la ciudad, pues su centro histórico, añadido por la UNESCO al Patrimonio de la Humanidad en 1978, es uno de los más grandes y mejor conservados del mundo. (Staff Códice Informativo, 2016)





Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
 Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.3 Investigación de Mercados

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Urbina, 2010)

Al realizar esta investigación se planea demostrar que el nicho de mercado al que se va acceder existe y es posible ingresar en el debido a las características del mercado.

3.2.3.1 Análisis de la oferta

En el análisis de la oferta se obtendrá una idea clara de la capacidad turística y de la cantidad de proveedores de servicios con los que se podría contar en cada provincia donde se realizaran las acciones con los turistas, de tal forma que se pueda referir y poder negociar con dichos proveedores, con el conocimiento de que en base a mayor número de proveedores de un mismo servicio se tendrá una ventaja negociadora debido a que se puede aludir a otro proveedor.

ANÁLISIS DE LA OFERTA POR PROVINCIA Y POR ACTIVIDAD TURÍSTICA							
PROVINCIA	ACTIVIDAD TURÍSTICA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	CAMAS	MESAS	ASIENTOS	VEHÍCULOS
AZUAY	ALOJAMIENTO	283	4315	5241	1226		
	COMIDAS Y BEBIDAS	1496			71116		
	AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y ORGANIZADORES	177			990		
	TERMAS/BALNEARIOS/CENTROS DE RECREACIÓN	8			41		
	TRANSPORTE TURÍSTICO	27				348	67
NAPO	ALOJAMIENTO						
	COMIDAS Y BEBIDAS	178	2646	5527	1296		
	AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y ORGANIZADORES	111			1096		
	TERMAS/BALNEARIOS/CENTROS DE RECREACIÓN	36					
	TRANSPORTE TURÍSTICO	1					
PICHINCHA	ALOJAMIENTO	850	15453	22900	6274		
	COMIDAS Y BEBIDAS	4197			54813		
	AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y ORGANIZADORES	804			1350		
	TERMAS/BALNEARIOS/CENTROS DE RECREACIÓN	25			217		
	TRANSPORTE TURÍSTICO	108				3318	624
TUNGURAHUA	ALOJAMIENTO	357	5806	7646	2071		
	COMIDAS Y BEBIDAS	1067			10386		
	AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y ORGANIZADORES	139					

	TERMAS/BALNEARIOS/ CENTROS DE RECREACIÓN	17			172		
	TRANSPORTE TURÍSTICO	9					
GALÁPAGOS	ALOJAMIENTO	202	2204	3645	703		
	COMIDAS Y BEBIDAS	132			1362		
	AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y ORGANIZADORES	130					
	TERMAS/BALNEARIOS/ CENTROS DE RECREACIÓN	0	0	0	0	0	0
	TRANSPORTE TURÍSTICO	143					19
ORELLANA	ALOJAMIENTO	114	2428	3818	616		
	COMIDAS Y BEBIDAS	75			864		
	AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y ORGANIZADORES	7					
	TERMAS/BALNEARIOS/ CENTROS DE RECREACIÓN	10			211		
	TRANSPORTE TURÍSTICO	5					
TOTAL		10708	32852	48777	154804	3666	710

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

De creación del autor de este texto en base a la información de Turismo en cifras Ecuador tomado el 29/03/17 (Turismo en cifras, 2017)

Se ha constatado que los servicios que serán requeridos por la empresa serán plenamente cubiertos por la cantidad abrumadora de oferentes, y dentro de estos hemos seleccionado algunos por sus características para ser evaluados. Que ya han ido mencionados en este texto.

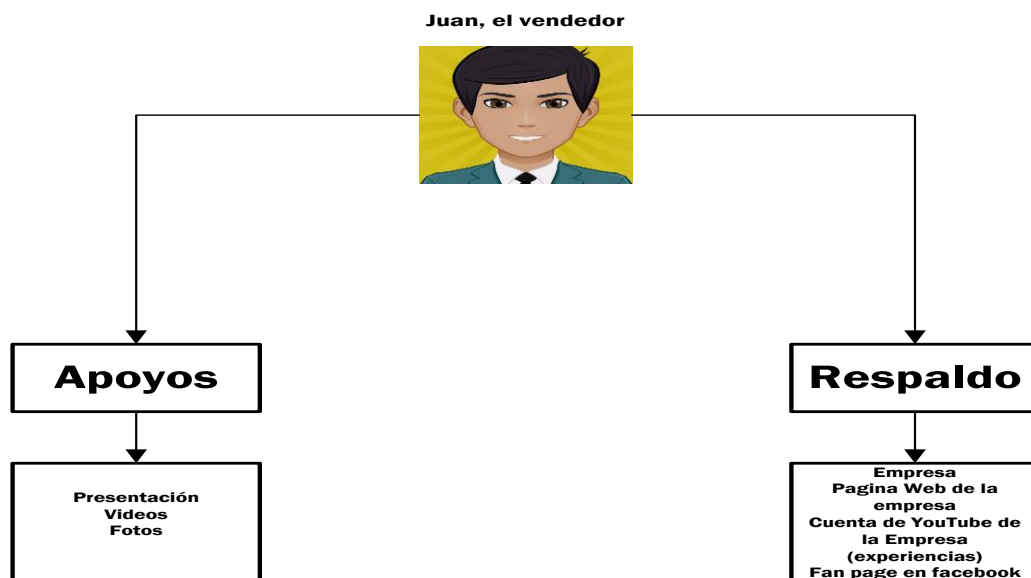
3.2.3.2 Análisis de comercialización

Para la comercialización se utilizará un método el cual nos permita acercarnos directamente al cliente en su lugar de ubicación mediante bróker, que ganaran una comisión a partir de las ventas o grupos que consoliden en el exterior. De esta forma el efecto en la mente del cliente será algo familiar; y se mostrara más receptivo, permitiendo llegar a conocer al vendedor y poder generar interés en el Ecuador y nuestra empresa como destino turístico ya que es compatible con el nexa que se genera al hablar con una persona.

La venta personal tiene un mayor impacto en los compradores que la publicidad de correo directo. El cliente no tiene que esperar tiempo para recibir las respuestas a sus preguntas. Además, él puede aprender lo que necesita saber en ese mismo momento. Usted como vendedor también obtiene una mejor idea de lo que el cliente quiere. (Mundo Negocios, s.f.)

Aprovechando que es un servicio y que el segmento al que está dirigida la empresa posee un alto grado de asociación, el acceso a estos datos está en fácil acceso vía internet los vendedores tendrán lista de asociaciones a las cuales pueden tratar de acceder y vender el paquete.

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción



Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Definición de la buyer persona

Para definir a la buyer persona tomaremos los datos más representativos de las encuestas y de las entrevistas realizadas, más las características generacionales de los baby boomers para definir como es nuestro cliente.

**Cuadro I
Características de las Generaciones**

¿Quiénes son Baby Boomers?	¿Quiénes son Generaciones "X"?	¿Quiénes son Generación "Y" o "Millennials"?
Nacido aprox. 1941-1960	Nacidos aprox. 1961-1981	Nacidos aprox. 1982-2000
Eventos que lo definieron	Eventos que lo definieron	Eventos que lo definieron
<ul style="list-style-type: none"> - Post II Guerra Mundial - Prosperidad - Televisión - Suburbios - Derechos civiles - Liberación de la Mujer 	<ul style="list-style-type: none"> - Watergate/Lucha contra Irán. - Alta tasa de divorcio. - Wall Street -1980 - MTV - Crisis de Seguridad social. - Despidos corporativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Computadores-Internet - Calentamiento global - Disparos en escuelas - Ataques terroristas - Diversidad - Actividades extra-curriculares - Boom económico de los 90
¿Cuál es su personalidad?	¿Cuál es su personalidad?	¿Cuál es su personalidad?
<ul style="list-style-type: none"> - Dispuesto a dar la milla extra - Optimistas - Positivos - Amor/Odio; relación con la autoridad - Idealista - Quiere tenerlo todo 	<ul style="list-style-type: none"> - Ferozmente independientes - Orientado a resultados - Escéptico - Organizan su vida alrededor del trabajo - Pragmáticos - Lealtad con la empresa - Hemisferio izquierdo más desarrollado 	<ul style="list-style-type: none"> - Idealista busca la felicidad - Conexión 24/7 - Trabajo en equipo - Pensamiento social y activo. - Respeto por el otro - Orientado a logro - Estructurado - Búsqueda de la mejor oferta de dinero - Hemisferio derecho más desarrollado (creativo) - Excelente formación académica.

Fuente: Tomado de Internet (18-02-2009). La Revolución Laboral de la Generación "Y"

(Chirinos, 2009)

3.2.3.3 Comunicación

Imagen corporativa

Los colores de la empresa serán el naranja y verde en función al análisis de la psicología del color

Color	Significado	Razón de la elección	Fuente
Naranja	Acción liberadora, transmite audacia, aventura, alegría, atracción energía y entusiasmo	Por las sensaciones que transmiten están alineadas con la emoción que se pretende hacer sentir a los clientes	(Heller, 2004)
Verde	Relacionado con lo natural y sensaciones de relajación	Para generar la sensación de equilibrio al mezclarlo con el naranja	(Heller, 2004)

Fuente: (Heller, 2004)

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Publicidad

La publicidad que se utilizara es a través de agentes que ya se mencionó anteriormente la cual aprovechando la generación de los clientes, desencadenara en una campaña de boca a boca y una fuerte campaña por redes sociales en especial Facebook

Este es la buyer persona que se ha definido como a la persona que debemos vender:

James



Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4 Estudio Financiero

3.2.4.1 Datos

El estudio financiero se realizó en base a los siguientes datos, generando un modelo.

CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN		DEMANDA TOTAL = 2.000.000,00		
AÑOS	PRODUCCIÓN EN CLIENTES	CAPACIDAD UTILIZADA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	demanda
1	180,00	50%	0,87%	20.786,00
2	187,00	52%	0,87%	21.646,00
3	195,00	54%	0,87%	22.539,00
4	203,00	56%	0,87%	23.471,00
5	203,00	56%	0,87%	24.440,85

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Este es el cronograma de producción tomado en base al análisis del tamaño del proyecto en el cual se determina que los volúmenes anuales de clientes dentro del primer año serán de ciento ochenta turistas provenientes de Estados Unidos de Norteamérica. Con un promedio bimensual de treinta turistas.

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL		
CARGO	NUMERO	SUELDO BÁSICO
Gerente General	0	500,00
Gerente Procesos	1	500,00
Gerente Financiero	1	375,00
Gerente de Marketing	0	500,00
Personal de Limpieza Planta	0	375,00
Vendedores - COMISIÓN	0	50,00
GUÍAS- POR EVENTO	0	50,00

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

En base a las necesidades detectadas en el estudio técnico se definió de esta forma el equipo de personas que llevaran a cabo la tarea de llevar la operadora turística a la vida.

INVERSIONES	
MAQUINARIA Y EQUIPO	COSTO
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	300,00
Vehículos -	13.000,00
Terreno	44.000,00
Obras Civiles - Nave Industrial	-
Muebles y enseres - por estación de trabajo	200,00
EQUIPO de Cómputo - POR ESTACIÓN DE TRABAJO	150,00
Software	1.200,00
Edificios	57.500,00

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

COSTOS Y GASTOS	
RUBRO	MONTO/MES
Útiles de oficina	50,00
LOGO (POR SOLO UNA VEZ)	40,00
PÁGINA WEB (ANUAL)	100,00
Seguros de Maquinaria (anual)	1,5%
Limpieza de oficinas	160,00
CELULAR INTELIGENTE POR GUÍA AC	150,00
COMISIÓN X TURISTA	30,00
TELÉFONO	100,00
Luz, agua,	100,00
Transporte POR TURISTA	
Permisos y patentes costo anual	100,00
Trámites (anual)	150,00
Estudios (por una sola vez)	-
Viáticos y movilización	500,00
HOSTING PAGINA WEB	10,00
PUBLICIDAD REDES SOCIALES	30,00
Servicios de Internet	85,00
Otros costos de producción	50,00
Gastos de representación por gestión de ventas POR TURISTA	50,00

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

OTROS COSTOS Y GASTOS			
RUBRO	MONTO/MES	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR
ENTRADA LA PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS	100		
TARJETA CONTROL MIGRATORIO	20		
USO DE MUELLES	10		
TRANSPORTE INTERNO	60		
EQUIPO DE SNORKEL	15		
OUTSORCING GALÁPAGOS	978	turista superior	OPTURGA
LODGE AMAZONIA	110		
PROMEDIO VUELO GALÁPAGOS	213		
PROMEDIO VUELO CUENCA	140		
TRANSPORTE CONTINENTAL	100	DIARIOS	MARCO TOUR
HOSPEDAJE CUENCA	82	NOCHE	ORO VERDE
LODGE CUENCA	180	DÍA TODO INCLUIDO	CUYABENO LODGE
COMIDAS CUENCA	50		
BEBIDAS CUENCA	10		
APERITIVOS CUENCA	7		
SERVICIO DE GUIANZA	65	DÍA	ECUGUIDE
OUTSORCING BAÑOS	180		
HOSPEDAJE QUITO	144		
COMIDAS QUITO	50		
BEBIDAS QUITO	10		
APERITIVOS QUITO	10		
HOSPEDAJE GALÁPAGOS	85		

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Estos valores fueron generados en base a las proformas de los ofertantes de servicios turísticos, los cuales nos entregaron la información con el fin entrar en negociaciones para generar alianzas estratégicas.

OTROS VALORES	
IMPREVISTOS	2%
PORCENTAJE DE VALOR RESIDUAL	10%
MESES AL AÑO	12
APORTE PATRONAL IESS	12,15%
SUELDO BÁSICO	375
QUINCENAS AL AÑO	24
FACTOR DE CRECIMIENTO	0,041321099
DESPERDICIO	0%
INFLACIÓN	0,96%
DÍAS AL AÑO	360
% DE ACCIONISTAS	100%
% DE CRÉDITO	0%
INTERÉS	7,37%
PLAZO	10
PERIODOS DE GRACIAS	2
TIPO DE AMORTIZACIÓN	2
PORCENTAJE DE EXPORTACIÓN	100%
PORCENTAJE MERCADO LOCAL	0,00%
PRECIO DE MERCADO LOCAL	80%
INFLACIÓN PAIS DE DESTINO	0,96%
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	15%
IMPUESTO A LA RENTA	22%
TASA PASIVA REFERENCIAL TPR	4,81%
TASA LIBRE DE RIESGO TLR	7,30%
IMPUESTOS NACIONALES	33,70%
GRUPOS AL MES	2
PERSONAS POR GRUPO	15

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

OTROS COSTOS Y GASTOS			
RUBRO	MONTO/MES	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR
ENTRADA LA PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS	100		
TARJETA CONTROL MIGRATORIO	20		
USO DE MUELLES	10		
TRANSPORTE INTERNO	60		
EQUIPO DE SNORKEL	15		
OUTSORCING GALÁPAGOS	978	turista superior	OPTURGA
LODGE AMAZONIA	110		
PROMEDIO VUELO GALÁPAGOS	213		
PROMEDIO VUELO CUENCA	140		
TRANSPORTE CONTINENTAL	100	DIARIOS	MARCO TOUR
HOSPEDAJE CUENCA	82	NOCHE	ORO VERDE
LODGE CUENCA	180	DÍA TODO INCLUIDO	CUYABENO LODGE
COMIDAS CUENCA	50		
BEBIDAS CUENCA	10		
APERITIVOS CUENCA	7		
SERVICIO DE GUIANZA	65	DÍA	ECUGUIDE
OUTSORCING BAÑOS	180		
HOSPEDAJE QUITO	144		
COMIDAS QUITO	50		
BEBIDAS QUITO	10		
APERITIVOS QUITO	10		
HOSPEDAJE GALÁPAGOS	85		

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

La inflación del país de destino se tomó la de Ecuador para poder mantener competitividad en cuanto a los precios de los paquetes turísticos.

3.2.4.2 Inversiones

INVERSIONES				
DETALLE	PARCIAL	TOTAL		TOTAL
				117.677,09
INVERSIONES-TANGIBLES-ACTIVOS FIJOS			115.624,00	
INVERSIONES-TANGIBLES-ACTIVOS FIJOS-OPERACIONALES		102.007,00		
TERRENOS	44.000,00			
EDIFICIOS	57.500,00			
Muebles y enseres - por estación de trabajo	204,00			
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	153,00			
EQUIPOS DE COMUNICACIÓN	150,00			
INVERSIONES-ACTIVOS FIJOS-ADMINISTRACIÓN		13.617,00		
Muebles y enseres - por estación de trabajo	153,00			
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	204,00			
VEHÍCULOS	13.260,00			
INVERSIONES-ACTIVOS FIJOS-VENTAS		-		
Muebles y enseres - por estación de trabajo	-			
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	-			
INVERSIONES INTANGIBLES - OTROS FIJOS		1.519,00		
Software	1.224,00			
Permisos y patentes costo anual	102,00			
Trámites (anual)	153,00			
LOGO (POR SOLO UNA VEZ)	40			
CREACIÓN DE LA EMPRESA (UNA SOLA VEZ)				
Estudios (por una sola vez)	-			
CAPITAL DE TRABAJO	534,09			
CAPITAL DE TRABAJO OPERACIONAL	-			
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRATIVO	509,44			
CAPITAL DE TRABAJO VENTAS	24,65			

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.3 Depreciaciones y Amortizaciones

AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES									
DETALLE	VALOR DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL CONTABLE	VIDA ÚTIL REAL	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	GASTO DEPRECIACIÓN	6594,06	VALOR RECUPERACIÓN ACTIVOS FIJOS
INVERSIONES-TANGIBLES-ACTIVOS FIJOS							5115,06		
INVERSIONES-TANGIBLES-ACTIVOS FIJOS-OPERACIONALES							2651,76		
TERRENOS	44000,00	0,00	0,00	0%	0,00	0,00	0,00		44000,00
EDIFICIOS	57500	20,00	20,00	5%	5750,00	51750,00	2587,50		31625,00
Muebles y enseres - por estación de trabajo	204	10,00	10,00	10%	20,40	183,60	18,36		20,40
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	153	3,00	3,00	33%	15,30	137,70	45,90		15,30
		10,00	10,00	10%	0,00	0,00	0,00		0,00
		10,00	10,00	10%	0,00	0,00	0,00		0,00
		3,00	3,00	33%	0,00	0,00	0,00		0,00
INVERSIONES-ACTIVOS FIJOS-ADMINISTRACIÓN							2463,30		
Muebles y enseres - por estación de trabajo	153,00	10,00	10,00	10%		153,00	15,30		137,70
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	204,00	3,00	3,00	33%	20,40	183,60	61,20		20,40
VEHICULOS	13260,00	5,00	5,00	20%	1326,00	11934,00	2386,80		1326,00
INVERSIONES-ACTIVOS FIJOS-VENTAS							0,00		
Muebles y enseres - por estación de trabajo	0,00	10,00	10,00	10%	0,00	0,00	0,00		0,00
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	0,00	3,00	3,00	33%		0,00	0,00		0,00
									1326,00
INVERSIONES INTANGIBLES - OTROS FIJOS							1479,00		
Software	1224	1	1	100%	0	1224,00	1224,00		
Permisos y patentes costo anual	102	1	1	100%	0	102,00	102,00		
Trámites (anual)	153	1	1	100%	0	153,00	153,00		
Estudios (por una sola vez)	0	1	1	100%	0	0,00	0,00		
TOTAL									78470,80

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.4 Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES	PRE OPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
DETALLE											
INVERSIONES-TANGIBLES-ACTIVOS FIJOS	115624,00	0,00	0,00	0,00	306,00	0,00	13260,00	306,00	0,00	0,00	306,00
INVERSIONES-TANGIBLES-ACTIVOS FIJOS-OPERACIONALES	102007,00	0,00	0,00	0,00	153,00	0,00	0,00	153,00	0,00	0,00	153,00
TERRENOS	44000,00										
EDIFICIOS	57500										
Muebles y enseres - por estación de trabajo	204										
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	153				153,00			153,00			153,00
EQUIPOS DE COMUNICACIÓN	150										
INVERSIONES-ACTIVOS FIJOS-ADMINISTRACIÓN	13617,00	0,00	0,00	0,00	153,00	0,00	13260,00	153,00	0,00	0,00	153,00
Muebles y enseres - por estación de trabajo	153				153,00			153,00			153,00
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	204,00										
VEHICULOS	13260,00						13260,00				
INVERSIONES-ACTIVOS FIJOS-VENTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres - por estación de trabajo	0,00										
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	0,00				0,00			0,00			0,00
INVERSIONES INTANGIBLES - OTROS FIJOS	1479,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Software	1224,00										
Permisos y patentes costo anual	102,00										
Trámites (anual)	153,00										
Estudios (por una sola vez)	0,00										
MARCA-LOGO	40,00										
CAPITAL DE TRABAJO	534,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAPITAL DE TRABAJO OPERACIONAL	0,00										
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRATIVO	509,44										
CAPITAL DE TRABAJO VENTAS	24,65										
TOTAL DE INVERSIONES	117637,09	0,00	0,00	0,00	306,00	0,00	13260,00	306,00	0,00	0,00	306,00

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.5 Análisis Salarial

ANÁLISIS SALARIAL											
	# DE PERSONAS	SUELDO ANUAL	APORTE PATRONAL IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL AÑO 1 POR PERSONA	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2 POR PERSONA	TOTAL AÑO 2
Detalle											
SUELDOS Y SALARIOS OPERACIONES									7229,00		7979,00
Mano de obra directa									7229,00		7979,00
Gerente Procesos	1	6000	729	500	0	500	250	7229,00	7229,00	7979	7979,00
Mano de obra indirecta									0,00		0,00
	0	0	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0	0,00
SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS									5796,75		6359,25
Gerente General	0	6000	729	500	375	500	250	7604,00	0,00	8354	0,00
Gerente Financiero	1	4500	546,75	375	375	375	187,5	5796,75	5796,75	6359,25	6359,25
									0,00	0	0,00
SUELDOS Y SALARIOS VENTAS									0,00		0,00
		6000	729	500	375	500	250	7604,00	0,00	8354	0,00
	0	0	0	0	375	0	0	375,00	0,00	375	0,00
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS									13025,75		14338,25

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.6 Materias Primas

MATERIAS PRIMAS VOLUMEN EN NÚMERO DE TURISTAS											
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
PRODUCCIÓN EN TURISTAS AL AÑO	180	187	195	203	203	203	203	203	203	203	

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Los siguientes valores detallados muestran los costos de las llamadas materias primas que en el caso de este servicio son el valor que se nos oferto para realizar los paquetes turísticos .

MATERIAS PRIMAS VOLUMEN EN DÓLARES										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PRODUCCIÓN EN TURISTAS AL AÑO	180,00	187,00	195,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00
VUELOS REDONDO	213,00	215,04	217,11	219,19	221,30	223,42	225,57	227,73	229,92	232,13
HOSPEDAJE	680,00	686,53	693,12	699,77	706,49	713,27	720,12	727,03	734,01	741,06
OUTSOURCING	978,00	987,39	996,87	1006,44	1016,10	1025,85	1035,70	1045,64	1055,68	1065,82
ENTRADA PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS	100,00	100,96	101,93	102,91	103,90	104,89	105,90	106,92	107,94	108,98
TARJETA CONTROL MIGRATORIO	20,00	20,19	20,39	20,58	20,78	20,98	21,18	21,38	21,59	21,80
TRANSPORTE	70,00	70,67	71,35	72,04	72,73	73,43	74,13	74,84	75,56	76,29
EQUIPOS PARA ACTIVIDADES	15,00	15,14	15,29	15,44	15,58	15,73	15,89	16,04	16,19	16,35
COSTO POR TURISTA GALÁPAGOS	2076,00	2095,93	2116,05	2136,36	2156,87	2177,58	2198,48	2219,59	2240,90	2262,41
TOTAL COSTO POR GALÁPAGOS	373680,00	391938,84	412629,85	433682,02	437845,36	442048,68	446292,35	450576,75	454902,29	459269,35
TRANSPORTE REDONDO	13,33	13,46	13,59	13,72	13,85	13,99	14,12	14,26	14,39	14,53
OUTSOURCING TODO INCLUIDO	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
COSTO POR TURISTA AMAZONIA	913,33	913,46	913,59	913,72	913,85	913,99	914,12	914,26	914,39	914,53
TOTAL COSTO POR AMAZONIA	164400,00	170817,27	178150,16	185485,37	185512,11	185539,11	185566,36	185593,88	185621,66	185649,71
VUELOS REDONDO	160,00	161,54	163,09	164,65	166,23	167,83	169,44	171,07	172,71	174,37
HOSPEDAJE	164,00	165,57	167,16	168,77	170,39	172,02	173,68	175,34	177,03	178,73
CITY TOUR	8,67	8,75	8,83	8,92	9,00	9,09	9,18	9,27	9,36	9,44
ACTIVIDADES NOCTURNAS	8,67	8,75	8,83	8,92	9,00	9,09	9,18	9,27	9,36	9,44
TRANSPORTE	20,00	20,19	20,39	20,58	20,78	20,98	21,18	21,38	21,59	21,80
CUYABENO LODGE	180,00	181,73	183,47	185,23	187,01	188,81	190,62	192,45	194,30	196,16
COMIDAS	150,00	151,44	152,89	154,36	155,84	157,34	158,85	160,37	161,91	163,47
APERITIVOS	14,00	14,13	14,27	14,41	14,55	14,69	14,83	14,97	15,11	15,26
BEBIDAS	20,00	20,19	20,39	20,58	20,78	20,98	21,18	21,38	21,59	21,80
COSTO POR TURISTA CUENCA	725,33	732,30	739,33	746,42	753,59	760,82	768,13	775,50	782,95	790,46
TOTAL COSTO POR CUENCA	130560,00	136939,45	144168,68	151524,10	152978,73	154447,32	155930,02	157426,94	158938,24	160464,05
VUELOS REDONDO	150,00	150,00	151,44	152,89	154,36	155,84	157,34	158,85	160,37	161,91
TRANSPORTE REDONDO	13,33	13,46	13,59	13,72	13,85	13,99	14,12	14,26	14,39	14,53
OUTSOURCING TODO INCLUIDO	360,00	363,46	366,95	370,47	374,02	377,61	381,24	384,90	388,60	392,33
COSTO POR TURISTA BAÑOS	373,33	376,92	380,54	384,19	387,88	391,60	395,36	399,16	402,99	406,86
TOTAL COSTO POR BAÑOS	67200,00	70483,54	74204,47	77990,34	78739,05	79494,95	80258,10	81028,57	81806,45	82591,79
TRANSPORTE	26,67	26,92	27,18	27,44	27,71	27,97	28,24	28,51	28,78	29,06
HOSPEDAJE	144,00	145,38	146,78	148,19	149,61	151,05	152,50	153,96	155,44	156,93
COMIDAS	200,00	201,92	203,86	205,82	207,79	209,79	211,80	213,83	215,89	217,96
BEBIDAS	40,00	40,38	40,77	41,16	41,56	41,96	42,36	42,77	43,18	43,59
APERITIVOS	40,00	40,38	40,77	41,16	41,56	41,96	42,36	42,77	43,18	43,59
ACTIVIDADES NOCTURNAS	130,00	131,25	132,51	133,78	135,06	136,36	137,67	138,99	140,33	141,67
CITY TOUR	130,00	131,25	132,51	133,78	135,06	136,36	137,67	138,99	140,33	141,67
TELEFÉRICO	12,00	12,12	12,23	12,35	12,47	12,59	12,71	12,83	12,95	13,08
MITAD DEL MUNDO	10,00	10,10	10,19	10,29	10,39	10,49	10,59	10,69	10,79	10,90
PULULAHUA	7,00	7,07	7,14	7,20	7,27	7,34	7,41	7,48	7,56	7,63
COSTO POR TURISTA QUITO	739,67	719,84	726,76	733,73	740,78	747,89	755,07	762,32	769,63	777,02
TOTAL COSTO POR QUITO	133140,00	134610,98	141717,29	148947,63	150377,53	151821,15	153278,63	154750,11	156235,71	157735,57
COSTO TOTAL POR TURISTA	4827,67	4838,45	4876,26	4914,43	4952,97	4991,88	5031,16	5070,82	5110,86	5151,28
TOTAL DE COSTOS MATERIA PRIMA	868980,00	904790,08	950870,45	997629,45	1005452,78	1013351,20	1021325,45	1029376,26	1037504,35	1045710,47

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

INSUMOS										
DÓLARES										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VOLUMEN E PRODUCCIÓN	180	187	195	203	203	203	203	203	203	203
COSTO X TURISTA	70	71,246	72,5141788	73,8049312	75,118659	76,4557711	77,8166838	79,2018208	80,6116132	82,0464999
COMISIÓN X TURISTA	30	30,534	31,0775052	31,6306848	32,193711	32,766759	33,3500073	33,9436375	34,5478342	35,1627857
RECUERDO	10	10,178	10,3591684	10,5435616	10,731237	10,922253	11,1166691	11,3145458	11,5159447	11,7209286
SOMBREO PAJA TOQUILLA	30	30,534	31,0775052	31,6306848	32,193711	32,766759	33,3500073	33,9436375	34,5478342	35,1627857
TOTAL DE COSTOS POR INSUMOS	12600	13323,002	14140,2649	14982,401	15249,0878	15520,5215	15796,7868	16077,9696	16364,1575	16655,4395

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.7 Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costos Directos										
Mano de Obra Directa	7229,00	8121,03	8265,58	8412,71	8562,45	8714,87	8869,99	9027,88	9188,57	9352,13
Materia Prima	868980,00	904790,08	950870,45	997629,45	1005452,78	1013351,20	1021325,45	1029376,26	1037504,35	1045710,47
Insumos	12600,00	13323,00	14140,26	14982,40	15249,09	15520,52	15796,79	16077,97	16364,16	16655,44
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	888809,00	926234,10	973276,29	1021024,56	1029264,32	1037586,59	1045992,23	1054482,10	1063057,08	1071718,04
Costos Indirectos										
Seguros de Maquinaria (anual)	2,25	2,29	2,33	2,37	2,41	2,46	2,50	2,55	2,59	2,64
Otros costos de producción		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	2,25	2,29	2,33	2,37	2,41	2,46	2,50	2,55	2,59	2,64
SUBTOTAL DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN	888811,25	926236,39	973278,63	1021026,93	1029266,73	1037589,05	1045994,73	1054484,65	1063059,67	1071720,68
IMPREVISTOS	17776,225	18524,7279	19465,5725	20420,5387	20585,3346	20751,7809	20919,8946	21089,693	21261,1934	21434,4135
Gastos Depreciaciones	2651,76	2651,76	2651,76	2651,76	2651,76	2651,76	2651,76	2651,76	2651,76	2651,76
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN	909239,24	947412,88	995395,96	1044099,23	1052503,83	1060992,59	1069566,39	1078226,10	1086972,62	1095806,85

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.8 Gastos de Administración

DETERMINACIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS	5796,75	6472,44	6587,65	6704,91	6824,26	6945,73	7069,37	7195,20	7323,28	7453,63
Útiles de oficina	600,00	610,68	621,55	632,61	643,87	655,34	667,00	678,87	690,96	703,26
Limpieza de oficinas	1920	1954,18	1988,96	2024,36	2060,40	2097,07	2134,40	2172,39	2211,06	2250,42
TELÉFONO	1200,00	1221,36	1243,10	1265,23	1287,75	1310,67	1334,00	1357,75	1381,91	1406,51
Luz, agua,	1200,00	1221,36	1243,10	1265,23	1287,75	1310,67	1334,00	1357,75	1381,91	1406,51
Permisos y patentes costo anual	100,00	101,78	103,59	105,44	107,31	109,22	111,17	113,15	115,16	117,21
Trámites (anual)	150,00	152,67	155,39	158,15	160,97	163,83	166,75	169,72	172,74	175,81
Servicios de Internet	1020,00	1038,16	1056,64	1075,44	1094,59	1114,07	1133,90	1154,08	1174,63	1195,53
SUBTOTAL	11986,75	12772,63	12999,98	13231,38	13466,90	13706,61	13950,59	14198,91	14451,65	14708,89
IMPREVISTOS	239,74	255,45	260,00	264,63	269,34	274,13	279,01	283,98	289,03	294,18
Depreciaciones y Amortizaciones	3942,30	2463,30	2463,30	2463,30	2463,30	2463,30	2463,30	2463,30	2463,30	2463,30
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	16168,79	15491,38	15723,28	15959,31	16199,54	16444,04	16692,90	16946,18	17203,98	17466,36

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.9 Gastos de Ventas

DETERMINACIÓN DE GASTOS DE VENTAS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
SUELDOS Y SALARIOS VENTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PÁGINA WEB (ANUAL)	100	101,78	103,59	105,44	107,31	109,22	111,17	113,15	115,16	117,21
HOSTING PAGINA WEB	120	122,14	124,31	126,52	128,77	131,07	133,40	135,77	138,19	140,65
PUBLICIDAD REDES SOCIALES	360	366,41	372,93	379,57	386,32	393,20	400,20	407,32	414,57	421,95
SUBTOTAL	580,00	590,32	600,83	611,53	622,41	633,49	644,77	656,24	667,92	679,81
IMPREVISTOS	11,60	11,81	12,02	12,23	12,45	12,67	12,90	13,12	13,36	13,60
Depreciaciones y Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	591,60	602,13	612,85	623,76	634,86	646,16	657,66	669,37	681,28	693,41

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.10 Capital de Trabajo

En cuanto al ciclo de caja se determinan quince días porque es el tiempo medio que me permite provisionar diferencias de liquidez.

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR DÍA	CAPITAL DE TRABAJO
CAPITAL DE TRABAJO OPERACIONAL	0,00	0,00	0,00
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRATIVO	12226,49	33,96	509,44
CAPITAL DE TRABAJO VENTAS	591,60	1,64	24,65
TOTAL CAPITAL DEL TRABAJO	12818,09	35,61	534,09

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.11 Fuentes y usos

ESTADO DE FUENTES Y USOS			
USOS/FUENTES	MONTO TOTAL	APORTE ACCIONISTAS	CREDITO
INVERSIONES TANGIBLES-ACTIVOS-FIJOS	115624,00	115624,00	
INVERSIONES INTANGIBLES- OTROSACTIVOS	1519,00	1519,00	
CAPITAL DE TRABAJO	534,09	534,09	
TOTAL DE INVERCIONES	117677,09	117677,09	0,00
DIFERENCIA			0,00

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Como se puede observar en la matriz de fuentes y usos debido a que la mayoría de activos fijos tangibles ya están dentro de la propiedad de los accionistas; el uso de crédito queda descartado.

3.2.4.12 Resumen de Costos y Gastos

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN	909239,24	947412,88	995395,96	1044099,23	1052503,83	1060992,59	1069566,39	1078226,10	1086972,62	1095806,85
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	16168,79	15491,38	15723,28	15959,31	16199,54	16444,04	16692,90	16946,18	17203,98	17466,36
TOTAL GASTOS DE VENTAS	591,60	602,13	612,85	623,76	634,86	646,16	657,66	669,37	681,28	693,41
TOTAL DE GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	925999,62	963506,39	1011732,09	1060682,30	1069338,22	1078082,79	1086916,95	1095841,66	1104857,89	1113966,62
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN TURISTAS	180,00	187,00	195,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00
COSTOS Y GASTOS UNITARIOS	5.144,44	5.152,44	5.188,37	5.225,04	5.267,68	5.310,75	5.354,27	5.398,23	5.442,65	5.487,52

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.13 Ingresos

DETERMINACION DE INGRESOS										
DETALLE	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3	YEAR 4	YEAR 5	YEAR 6	YEAR 7	YEAR 8	YEAR 9	YEAR 10
INGRESOS PRODUCTO										
VOLUMEN DE VENTA MERCADO LOCAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRECIO X Kg	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IGRESOS POR MERCADO LOCAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VOLUMEN EXPORTACION	180,00	187,00	195,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00
PRECIO POR TURISTA	5400,00	5451,84	5504,18	5557,02	5610,37	5664,22	5718,60	5773,50	5828,93	5884,88
INGRESO POR EXPORTACION	972000,00	1019494,08	1073314,64	1128074,61	1138904,12	1149837,60	1160876,04	1172020,45	1183271,85	1194631,26
TOTAL DE INGRESOS PRODUCTO	972000,00	1019494,08	1073314,64	1128074,61	1138904,12	1149837,60	1160876,04	1172020,45	1183271,85	1194631,26
TOTAL INGRESOS PROYECTO	972000,00	1019494,08	1073314,64	1128074,61	1138904,12	1149837,60	1160876,04	1172020,45	1183271,85	1194631,26

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.14 Balance General

ACTIVOS		\$ 117.677,09
ACTIVOS CORRIENTE		534,09
CAJA-BANCOS	534,09	
ACTIVOS FIJOS		
INVERSIONES-TANGIBLES-ACTIVOS FIJOS-OPERACIONALES	0	102007
TERRENOS	44000	
EDIFICIOS	57500	
Muebles y enseres - por estación de trabajo	204	
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	153	
EQUIPOS DE COMUNICACIÓN	150	
INVERSIONES-ACTIVOS FIJOS-ADMINISTRACIÓN	0	13617
Muebles y enseres - por estación de trabajo	153	
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	204	
VEHICULOS	13260	
	0	0
INVERSIONES-ACTIVOS FIJOS-VENTAS	0	0
Muebles y enseres - por estación de trabajo	0	
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	0	
OTROS ACTIVOS		
Software	1224	1519
Permisos y patentes costo anual	102	
Trámites (anual)	153	
LOGO (POR SOLO UNA VEZ)	40	
CREACIÓN DE LA EMPRESA (UNA SOLA VEZ)	0	

PASIVOS		\$ 0,00
PASIVOS CORTO PLAZO		
PORCIÓN CORRIENTE DE CREDITO A LARGO PLAZO		
PASIVOS LARGO PLAZO		\$ 0,00
CREDITO	0,00	
PATRIMONIO		\$ 117.677,09
CAPITAL	117677,09	
PASIVOS + PATRIMONIO		\$ 117.677,09

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

Como se puede observar el balance cuadra al centavo.

3.2.4.15 Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS	\$ 972.000,00	\$ 1.019.494,08	\$ 1.073.314,64	\$ 1.128.074,61	\$ 1.138.904,12	\$ 1.149.837,60	\$ 1.160.876,04	\$ 1.172.020,45	\$ 1.183.271,85	\$ 1.194.631,26
- COSTO PRODUCCIÓN	-\$ 906.587,48	-\$ 944.761,12	-\$ 992.744,20	-\$ 1.041.447,47	-\$ 1.049.852,07	-\$ 1.058.340,83	-\$ 1.066.914,63	-\$ 1.075.574,34	-\$ 1.084.320,86	-\$ 1.093.155,09
=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 65.412,53	\$ 74.732,96	\$ 80.570,45	\$ 86.627,14	\$ 89.052,06	\$ 91.496,78	\$ 93.961,42	\$ 96.446,11	\$ 98.950,99	\$ 101.476,17
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-\$ 12.226,49	-\$ 13.028,08	-\$ 13.259,98	-\$ 13.496,01	-\$ 13.736,24	-\$ 13.980,74	-\$ 14.229,60	-\$ 14.482,88	-\$ 14.740,68	-\$ 15.003,06
(-) GASTO DE VENTAS	-\$ 591,60	-\$ 602,13	-\$ 612,85	-\$ 623,76	-\$ 634,86	-\$ 646,16	-\$ 657,66	-\$ 669,37	-\$ 681,28	-\$ 693,41
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 52.594,44	\$ 61.102,75	\$ 66.697,62	\$ 72.507,37	\$ 74.680,96	\$ 76.869,87	\$ 79.074,16	\$ 81.293,86	\$ 83.529,02	\$ 85.779,70
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) DEPRECIACIONES	-\$ 6.594,06	-\$ 5.115,06	-\$ 5.115,06	-\$ 5.115,06	-\$ 5.115,06	-\$ 5.115,06	-\$ 5.115,06	-\$ 5.115,06	-\$ 5.115,06	-\$ 5.115,06
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS y participaciones	\$ 46.000,38	\$ 55.987,69	\$ 61.582,56	\$ 67.392,31	\$ 69.565,90	\$ 71.754,81	\$ 73.959,10	\$ 76.178,80	\$ 78.413,96	\$ 80.664,64
(-) 15% Participación de trabajadores	-\$ 6.900,06	-\$ 8.398,15	-\$ 9.237,38	-\$ 10.108,85	-\$ 10.434,89	-\$ 10.763,22	-\$ 11.093,86	-\$ 11.426,82	-\$ 11.762,09	-\$ 12.099,70
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 46.000,38	\$ 47.589,54	\$ 52.345,17	\$ 57.283,46	\$ 59.131,02	\$ 60.991,59	\$ 62.865,23	\$ 64.751,98	\$ 66.651,87	\$ 68.564,94
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	-\$ 10.120,08	-\$ 10.469,70	-\$ 11.515,94	-\$ 12.602,36	-\$ 13.008,82	-\$ 13.418,15	-\$ 13.830,35	-\$ 14.245,44	-\$ 14.663,41	-\$ 15.084,29
= UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 46.000,38	\$ 37.119,84	\$ 40.829,24	\$ 44.681,10	\$ 46.122,19	\$ 47.573,44	\$ 49.034,88	\$ 50.506,54	\$ 51.988,46	\$ 53.480,65

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción
Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.16 Flujo de Caja indirecto

FLUJO DE CAJA											
DETALLE	PRE OPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO		46000,38	37119,8378	40829,2365	44681,1024	46122,193	47573,4421	49034,8819	50506,5436	51988,4576	53480,6533
(-) INVERSIONES	-117637,09	0,00	0,00	0,00	-306,00	0,00	-13260,00	-306,00	0,00	0,00	-306,00
(+) CRÉDITOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) AMORTIZACIONES DEL CRÉDITO / PAGO DE CAPITAL DEL CRÉDITO				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES		6594,06	5115,06	5115,06	5115,06	5115,06	5115,06	5115,06	5115,06	5115,06	5115,06
(+) RECUPERACIÓN DE ACTIVOS FIJOS							1326,00				78470,80
(+) RECUPERACIÓN K DE TRABAJO											534,09
FLUJO DE CAJA NETO ENTREGADO	-117637,087	52594,44	42234,8978	45944,2965	49490,1624	51237,253	40754,5021	53843,9419	55621,6036	57103,5176	137294,6

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

3.2.4.17 Indicadores

INDICADORES DE RENTABILIDAD	
COSTO DE OPORTUNIDAD	12,11%
TIR	41%
VAN	\$186.934,23
PRI	DOS AÑOS DOS MESES

Fuente: Ecuador Senior Tours empresa en construcción

Elaborado por: Agustín Cruz Andrade

el proyecto es viable porque la tasa interna de retorno es mayor al costo de oportunidad, el valor actual neto es positivo y el periodo de retorno de la inversión está dentro del periodo del negocio.

Capítulo 4

4.1 Conclusiones

- La investigación de mercados demostró que el nicho al que se intenta acceder está en crecimiento, es decir los turistas año con año aumentan su llegada al Ecuador. Los turistas norteamericanos de la tercera edad están muy dispuestos a viajar a Ecuador ya que su atractivo se está difundiendo en el mundo con su emblema Quito.
- Se puede concluir que el mercado turístico ecuatoriano y los prestadores de servicios turísticos están en condiciones adecuadas para atender el crecimiento de la demanda turística, y los servicios que serán por nosotros requeridos. También hay que tomar en cuenta que pesar de no encontrar una competencia directa en el tipo de servicio que se analizó se encontró muchas opciones parecidas en ciertos componentes de servicio, pero no llegan a ofrecer el paquete completo ni las ventajas en este expuesto.
- Se logró verificar que el Ecuador como destino turístico está en condiciones de proveer suficientes turistas de la tercera edad provenientes de estado unidos de Norteamérica para el flujo mínimo requerido para la operadora turística, la logística que necesita este giro de negocio puede ser perfectamente desarrollada en las condiciones que fue diseñado gracias a las características de operación que se pueden tomar en centro de operaciones.
- En la ejecución del plan seguramente surgirán riesgos, por lo tanto, se requiere alternativas, es decir planes de contingencia en caso de que algún proceso pueda no seguir los lineamientos establecidos.
- Una vez realizado el análisis financiero de la operadora turística se comprobó mediante los indicadores de rentabilidad muestran que es factible realizar el proyecto debido a que su periodo de retorno de la inversión está dentro de los tres años y la tasa interna de retorno es mucho mayor que el costo de oportunidad, es decir es mejor que invertir en otro proyecto.

4.2 Recomendaciones

- Se debe generar un plan para aprovechar el segmento de personas de la tercera edad de Estados Unidos de Norteamérica debido a que este segmento del mercado no es explotado de una forma adecuada, llegando solo a un número reducido del total de clientes.
- Aprovechar las cualidades de los proveedores de servicios turísticos con una operadora turística capaz de coordinar todos los servicios de estos para así generar un plan en el cual se explore de forma eficiente el potencial turístico de la República del Ecuador.
- Explotar las condiciones privilegiadas del Ecuador como destino turístico con una operadora la cual entienda el mercado de productos turísticos que se ofrece y las necesidades especiales marcadas de la tercera edad, identificadas gracias a un análisis generacional y una investigación de campo.
- Implementar una operadora turística que dadas las condiciones del giro de negocio, utilice las ventajas de ingeniería ya expuestas para así diferenciarse sobre otros emprendimientos y minimice el riesgo; identificando la cadena de procesos se establece un procedimiento emergente en caso que los proveedores de servicios turísticos no lograren satisfacer los requerimientos, de esta forma se reducen posibles errores dentro de la dinámica de la operadora.
- Crear una operadora turística en concordancia con las características plasmadas en el estudio financiero, el cual determino la factibilidad de este proyecto

Bibliografía

- Diario el Universo (2014), *Turismo dejó 1,487 millones en ingresos a Ecuador en 2014*, Recuperado el 09 de abril de 2015. <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/09/nota/4749676/turismo-dejo-14872-millones-ingresos-ecuador-2014>
- Gary Flor, Guía para elaborar planes de negocios, 2006, Graficas Pa
- Mundo Negocios. (n.d.). *Ventajas y desventajas de la venta personal | Mundo Negocios*. Retrieved from Mundonegocios.net: <http://mundonegocios.net/ventajas-y-desventajas-de-la-venta-personal/>
- Antonio, T. M. (2007). Manual de investigación documental. In T. Antonio, *Manual de investigación documental* (p. 19). México: Editorial Plaza y Valdés.
- Cabeza, M. (2001). LA LOGÍSTICA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*.
- Chirinos, N. (2009). características generacionales y los valores. Su impacto en lo laboral. *Observatorio laboral revista Venezolana*.
- Comercio, P. v. (2014). Revista francesa publica artículo sobre Ecuador como destino turístico. *Portal virtual el Comercio* .
- Cuencaecuador.com.ec. (2017, 4 20). *Cuencaecuador.com.ec*. Retrieved from Turismo Cuenca Ecuador: <http://cuencaecuador.com.ec/>
- Día, R. v. (2012). Turismo y adultos mayores, el destino sos vos. *Revista virtual Dia a Día*, parr 1.
- Día, R. v. (2012). Turismo y adultos mayores, el destino sos vos. *Revista virtual Dia a Día*, parr 3.
- Ec.viajandox.com. (2017, 7 20). *Ec.viajandox.com*. Retrieved from Turismo - Galápagos - "Las Islas Encantadas" - Ecuador: <http://www.ec.viajandox.com/galapagos-R9>
- Ecuador, B. T. (2015). Boletín Trimestral . *información relevante del Turismo en el Ecuador*, 1.

- Ecuador, R. A. (2015). Quito-Ecuador, un destino turístico destacado en el 2015. *Revista ALL you need is Ecuador* , part 2.
- Epler, B. (2007). Turismo, Economía, Crecimiento.
- Eslava, J. d. (2010). las claves del análisis económico-financiero de la empresa. In J. d. Eslava, *las claves del análisis económico-financiero de la empresa* (p. 23). Madrid: Gráficas Dehon.
- García, G. F. (2006). Guía para elaborar planes de negocios. In G. F. García, *Guía para elaborar planes de negocios*. Graficas Paola.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón* . España: Editorial Gustavo Gili.
- Lideres, R. (2015). Ecuador tiene la mayor tasa de incremento de turistas extranjeros en la Región. *Revista Lideres* .
- Malhotra, N. K. (2004). Investigación de mercados . In N. K. Malhotra, *Investigación de mercados* (p. 7). México: Pearson Educación.
- Mario, T. (2014). El proceso de la investigación científica. In T. Mario, *El proceso de la investigación científica* (p. 46). México: editorial Limusa.
- Ministerio de Comercio, I. y. (2010). Manual para la elaboración de Planes de Negocio. In I. y. Ministerio de Comercio, *Manual para la elaboración de Planes de Negocio*. Colombia.
- OMS. (2015). La salud mental y los adultos mayores. *OMS*, 1.
- Renato, Q. (2000). Elementos del Turismo. In R. Quesada, *Elementos del Turismo* (p. 8). Costa Rica : Universidad Editorial Estatal a distancia.
- Reportaje: El Reto del turismo senior. (2006).
- Sanyres, R. G. (2015). Ventajas y consejos para viajar a la tercera edad. *Revista Grupo Sanyres* .
- Soriano, C. (1990). Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones. In C. Soriano, *Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones* (p. 5). España: Diaz de Santos.

Staff Códice Informativo. (2016, 11 22). Quito, destino idílico de América Latina. *Códice Informativo*. Retrieved 4 20, 2017, from <https://codiceinformativo.com/2016/11/quito-destino-idilico-de-america-latina/>

Stettinius, W. (2009). Plan de Negocio, cómo diseñarlo e implementarlo. In W. Stettinius, *Plan de Negocio, cómo diseñarlo e implementarlo*. Barcelona: Profit Editorial.

Turismo en cifras. (2017). *servicios Turisticos*. Retrieved 03 29, 2017, from Turismo en cifras: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turisticos/247>

Turismo, O. M. (2008). Entender el Turismo: Glosario Básico. *Organización Mundial del Turismo*.

Universo, e. (n.d.).

Universo, e. (2015, octubre 11). Ecuador gana premio 'Destino Verde de Sudamérica' en los 'Óscar del Turismo'. *Ecuador gana premio 'Destino Verde de Sudamérica' en los 'Óscar del Turismo'*, p. parr 1.

Universo, e. (2015, abril 09). Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014. *Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014*, p. parr 1.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Vanguardia, R. (2014). Viajar en la Tercera Edad . *Revista Vanguardia* , parr 1.

ola, 1era edición, Ecuador.

Diario el Universo (2014), *Ecuador gana premio “Destino Verde de Sudamérica” en los Óscar del Turismo”* Recuperado 11 de octubre de 2015. <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/10/11/nota/5178614/ecuador-gana-premio-destino-verde-sudamerica-oscar-turismo>

Wallace. Stettinius (2009), *Plan de Negocio, cómo diseñarlo e implementarlo*, Barcelona, Profit Editorial
Revista Vanguardia (2014), *Viajar en la Tercera Edad*, Recuperado 12 de septiembre de 2014. <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20140912/54415860191/viajar-en-la-tercera-edad.html>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia (2010), *Manual para la elaboración de Planes de Negocio*, Bogotá Recuperado 2010 [http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/files/Facultades/Admoinistraci%C3%B3n/2 -
Manual para la elaboracion de planes de negocios.pdf](http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/files/Facultades/Admoinistraci%C3%B3n/2_-_Manual_para_la_elaboracion_de_planes_de_negocios.pdf)

Revista virtual Dia a Día (2012), *Turismo y adultos mayores, el destino sos vos*, Recuperado 14 de Noviembre de 2012. <http://www.diaadia.com.ar/tu-dia/tus-abuelos/turismo-adultos-mayores-destino-sos-vos>

Revista virtual Dia a Día (2012), *Turismo y adultos mayores, el destino sos vos*, Recuperado 14 de Noviembre de 2012. <http://www.diaadia.com.ar/tu-dia/tus-abuelos/turismo-adultos-mayores-destino-sos-vos>

Gráfico 1: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/11390-mapa-del-ecuador-con-sus-provincias-y-capitales>

Revista ALL you need is Ecuador (2015), *Quito-Ecuador, n destino turístico destacad en el 2015*, Recuperado 25 de febrero de 2015. <http://www.quito.com.ec/la-ciudad/noticias/boletines/2362>

Portal virtual el Comercio (2014), *Revista francesa publica artículo sobre Ecuador como destino turístico*, Recuperado 2014. <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-destino-turistico-revista-francesa.html>

Organización Mundial del Turismo (2008), *Entender el Turismo: Glosario Básico*, Recuperado 2008. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Revista Lideres (2015), *Ecuador tiene la mayor tasa de incremento de turistas extranjeros en la Región*, Recuperado 30 de Septiembre de 2015. <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-mayor-tasa-crecimiento-turistas.html>

Revista Grupo Sanyres (2009), *Ventajas y consejos para viajar a la tercera edad*, Recuperado 09 de Septiembre de 2015. <http://gruposanyres.es/ventajas-consejos-para-viajar-en-la-tercera-edad/>

Reportaje: *El Reto del turismo Senior*, Recuperado <http://www.uhu.es/uhtur/documentos/npturisticos2/Turismo%20senior.pdf>

Randall Geoffrey, *Principios de Marketing»*, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2003

Mario, Tamayo (2014), *El proceso de la investigación científica*, México, editorial Limusa,

Antonio, Tena(2007), *Manual de investigación documental*, Editorial Plaza y Valdés, México

Mundo Negocios. (s.f.). *Ventajas y desventajas de la venta personal | Mundo Negocios*.
Obtenido de Mundonegocios.net: <http://mundonegocios.net/ventajas-y-desventajas-de-la-venta-personal/>

Antonio, T. M. (2007). Manual de investigación documental. En T. Antonio, *Manual de investigación documental* (pág. 19). México: Editorial Plaza y Valdés.

Cabeza, M. (2001). LA LOGÍSTICA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*.

Chirinos, N. (2009). características generacionales y los valores. Su impacto en lo laboral. *Observatorio laboral revista Venezolana*.

Comercio, P. v. (2014). Revista francesa publica artículo sobre Ecuador como destino turístico. *Portal virtual el Comercio* .

Cuencaecuador.com.ec. (20 de 4 de 2017). *Cuencaecuador.com.ec*. Obtenido de Turismo Cuenca Ecuador: <http://cuencaecuador.com.ec/>

Día, R. v. (2012). Turismo y adultos mayores, el destino sos vos. *Revista virtual Dia a Día*, parr 1.

Día, R. v. (2012). Turismo y adultos mayores, el destino sos vos. *Revista virtual Dia a Día*, parr 3.

Ec.viajandox.com. (20 de 7 de 2017). *Ec.viajandox.com*. Obtenido de Turismo - Galápagos - "Las Islas Encantadas" - Ecuador: <http://www.ec.viajandox.com/galapagos-R9>

Ecuador, B. T. (2015). Boletín Trimestral . *información relevante del Turismo en el Ecuador*, 1.

Ecuador, R. A. (2015). Quito-Ecuador, un destino turístico destacado en el 2015. *Revista ALL you need is Ecuador* , parr 2.

- Epler, B. (2007). Turismo, Economía, Crecimiento.
- Eslava, J. d. (2010). las claves del análisis económico-financiero de la empresa. En J. d. Eslava, *las claves del análisis económico-financiero de la empresa* (pág. 23). Madrid: Gráficas Dehon.
- García, G. F. (2006). Guía para elaborar planes de negocios. En G. F. García, *Guía para elaborar planes de negocios*. Graficas Paola.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón* . España: Editorial Gustavo Gili.
- Lideres, R. (2015). Ecuador tiene la mayor tasa de incremento de turistas extranjeros en la Región. *Revista Lideres* .
- Malhotra, N. K. (2004). Investigación de mercados . En N. K. Malhotra, *Investigación de mercados* (pág. 7). México: Pearson Educación.
- Mario, T. (2014). El proceso de la investigación científica. En T. Mario, *El proceso de la investigación científica* (pág. 46). México: editorial Limusa.
- Ministerio de Comercio, I. y. (2010). Manual para la elaboración de Planes de Negocio. En I. y. Ministerio de Comercio, *Manual para la elaboración de Planes de Negocio*. Colombia.
- OMS. (2015). La salud mental y los adultos mayores. *OMS*, 1.
- Renato, Q. (2000). Elementos del Turismo. En R. Quesada, *Elementos del Turismo* (pág. 8). Costa Rica : Universidad Editorial Estatal a distancia.
- Reportaje: El Reto del turismo senior. (2006).
- Sanyres, R. G. (2015). Ventajas y consejos para viajar a la tercera edad. *Revista Grupo Sanyres* .
- Soriano, C. (1990). Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones. En C. Soriano, *Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones* (pág. 5). España: Diaz de Santos.

- Staff Códice Informativo. (22 de 11 de 2016). Quito, destino idílico de América Latina. *Códice Informativo*. Recuperado el 20 de 4 de 2017, de <https://codiceinformativo.com/2016/11/quito-destino-idilico-de-america-latina/>
- Stettinius, W. (2009). Plan de Negocio, cómo diseñarlo e implementarlo. En W. Stettinius, *Plan de Negocio, cómo diseñarlo e implementarlo*. Barcelona: Profit Editorial.
- Turismo en cifras. (2017). *servicios Turísticos*. Recuperado el 29 de 03 de 2017, de Turismo en cifras: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turisticos/247>
- Turismo, O. M. (2008). Entender el Turismo: Glosario Básico. *Organización Mundial del Turismo*.
- Universo, e. (s.f.).
- Universo, e. (11 de octubre de 2015). Ecuador gana premio 'Destino Verde de Sudamérica' en los 'Óscar del Turismo'. *Ecuador gana premio 'Destino Verde de Sudamérica' en los 'Óscar del Turismo'*, pág. parr 1.
- Universo, e. (09 de abril de 2015). Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014. *Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014*, pág. parr 1.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Vanguardia, R. (2014). Viajar en la Tercera Edad . *Revista Vanguardia* , parr 1.

Anexos

Anexo 1 Encuesta

Universidad Tecnológica Equinoccial

Facultad de Ciencias Administrativas

Ingeniería en Empresas y Negocios

El propósito principal de esta encuesta es suministrar información sobre las tenencias de adultos mayores activos para la evaluación de la factibilidad de una operadora turística especializada en la tercera edad de Estados Unidos de Norteamérica para una tesis de fin de Carrera.

1. ¿Es mayor de 65 años?		
Si ()	No ()	
De haber elegido no fin de la encuesta		
2. Sexo:		
Masculino ()	Femenino ()	
3. ¿Es este su primer viaje fuera de su país?		
Si ()	No ()	
4. Se siente satisfecho con su viaje al Ecuador		
Si ()	No ()	
¿Por qué?		
5. ¿Qué se sugeriría usted que se debe mejorar para generar una mejor experiencia en el Ecuador para los turistas adultos mayores?		
6. ¿Tiene usted algún requerimiento especial que deba ser tomado en cuenta?		
Dieta ()	condición física ()	Otro ()
¿Cual?		
7. ¿Cuál ha sido su frecuencia de viajes últimos 2 años?		

Una vez por año ()	dos veces por año ()	tres veces por año ()	más tres veces por año ()
8. ¿Cuáles son sus principales motivos para viajar?			
9. Cuando usted viaja al destino de su elección usted utiliza:			
Operadora turística ()		De forma libre ()	
¿Por qué?			
10. ¿Cómo elije su lugar de destino?			
Costo ()	Clima ()	trascendencia ()	Recomendación ()
11. Su viaje ideal duraría:			
Una semana ()	15 días ()	21 días ()	
12. ¿Usted pertenece a una asociación o club de adultos mayores?			
Si ()		No ()	
13. Si su asociación o club de adultos mayores planificaría un Viaje a Ecuador dentro de un tour todo incluido usted se uniría al viaje			
Si ()		No ()	
14. Se uniría al viaje de un club o asociación de adultos mayores de su comunidad en un Viaje a Ecuador dentro de un tour todo incluido			
Si ()		No ()	