



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADEMICA ADMINISTRATIVA Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
LICENCIADO(A) EN TURISMO**

TITULO DEL PROYECTO:

**DISEÑO DE UN CIRCUITO TURISTICO PARA CONTRIBUIR AL
DESARROLLO DEL TURISMO GERONTOLOGICO EN LA CIUDAD DE
MILAGRO Y NARANJITO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.**

AUTORAS:

Aigaje Astudillo Ingrid Paola

López Velastegui Lissette Katherine

TUTOR:

MSC. RIGOBERTO ZAMBRANO BURGOS

Milagro, Septiembre 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Lissette Katherine López Velastegui y la Srta. Ingrid Paola Aigaje Astudillo, para optar al título de LICENCIADO EN TURISMO y que acepto tutoriar a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 27 días del mes de Septiembre del 2013

Msc. Rigoberto Zambrano Burgos

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 27 días del mes de Septiembre del 2013

Lisette López Velastegui

CI: 092842251-8

Ingrid Aigaje Astudillo

CI: 092233470-1

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIADO EN TURISMO, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

Msc. Rigoberto Zambrano Burgos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Msc. Enrique Vélez Celá
PROFESOR DELEGADO

Msc. Dolores Mieles Cevallos
SECRETARIO TRIBUNAL

DEDICATORIA

Nuestra tesis es dedicada a Dios todo poderoso ya que siempre supo guiarnos por el buen camino para llegar a alcanzar una de tantas metas, siendo el comienzo de muchas más por cumplir.

A cada uno de nuestros padres por su esfuerzo y sacrificio, a las personas que siempre estuvieron impulsándonos para seguir adelante y preparándonos día a día para ser mejores en cada etapa de nuestra vida profesional.

Sin olvidar que solo en Dios hay futuro y si quieres ser alguien en la vida primero tienes que poner primero a Dios.

Aigaje Astudillo Ingrid
López Velastegui Lissette

AGRADECIMIENTO

Nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad Estatal de Milagro que fue una segunda casa durante muchos años, donde tuvimos la oportunidad de adquirir conocimientos, destrezas y mucho más por medio de Docentes capacitados en cada una de las áreas, sin olvidar a cada una de las personas e instituciones que compartieron sus conocimientos y aportaron con ideas de una u otra manera para la elaboración de la presente tesis de grado

- Msc. Rigoberto Zambrano – Tutor de Tesis
- Ing. Dolores Miele Cevallos- Directora de la Carrera de Turismo – Milagro (UNEMI)
- Dr. Tomas Andino-Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Milagro (ÍESS)
- Lcda. Yaneth Cáceres – Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)
- Lcdo. Jacobo Valero – Guía Turístico de los Adultos Mayores (ÍESS)
- Ministerio de Turismo de Cuenca
- Cámara de Comercio de Cuenca
- Ing. Leopoldo Ochoa Zamora – Presidente de la Asociación de Jubilados y Pensionistas del ÍESS y Empresas Privadas de la Ciudad de Milagro.
- Lcda. Piedad Fernández – Presidenta de los Adultos Mayores de la Cruz Roja Milagro
- Dr. Telmo Fernández coordinador de los Adultos Mayores de la Cruz Roja
- Arq. William González Herrera

Aigaje Astudillo Ingrid
López Velastegui Lissette

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Licenciado.

Jaime Orozco Hernández, MSC.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer la entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema es **DISEÑO DE UN CIRCUITO TURISTICO PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL TURISMO GERONTOLOGICO EN LA CIUDAD DE MILAGRO Y NARANJITO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 27 de Septiembre del 2013

Lisette López Velastegui

CI: 092842251-8

Ingrid Aigaje Astudillo

CI: 092233470-1

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Problematización	1
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.1.3 Formulación del problema	3
1.1.4 Sistematización del problema	3
1.1.5 Determinación del tema	4
1.2 OBJETIVOS	4
1.2.1 Objetivo General de la Investigación	4
1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación	4
1.3 JUSTIFICACIÓN	4

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1 MARCO TEÓRICO	6
2.1.1 Antecedentes Históricos	6
2.1.2 Antecedentes Referenciales	16
2.2 MARCOLEGAL	30
2.3 MARCO CONCEPTUAL	33
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	38
2.4.1 Hipótesis General	39
2.4.2 Hipótesis Particulares	39

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	41
3.2 La Población y la Muestra	41
3.2.1 Características de la población	41
1.2.2 Delimitación de la población	42
3.2.3 Tipo de Muestra	42
3.2.4 Tamaño de la Muestra	42
3.2.5 Proceso de selección	43
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	44
3.3.1 Métodos teóricos	44
3.3.2 Técnicas e instrumentos	44
3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	45

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	47
4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS	59

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA	62
5.2 FUNDAMENTACIÓN	62
5.4 OBJETIVOS.....	64
5.4.1 Objetivo General de la propuesta	64
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	65

5.5 UBICACIÓN	65
5.6 FACTIBILIDAD	65
5.7.1 Administración	81
5.7.1.1 Organización.....	81
5.7.1.2 Funciones	82
5.7.1.2.1 Administrador	82
5.7.1.2.2 Agente de Ventas	84
5.7.1.2.3 Contador	86
5.7.1.2.5 GUÍA TURÍSTICO	87
5.7.1.2.6 ENFERMERA	89
5.7.2 Técnico.....	90
5.7.3 Estudio Financiero	91
BIBLIOGRAFÍA	105
LINKOGRAFIA	108
ANEXOS	109

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Personas adultos mayores según necesidades básicas insatisfechas por grupos de edad (Porcentaje).....	15
Cuadro 2. Presupuesto “Investigación Y Salud En Vilcabamba En El Cantón Loja, Ecuador, Sudamérica”	19
Cuadro 3. Teorías del producto turístico	24
Cuadro 4. Producto Turístico.....	28
Cuadro 5. Tasa de la Licencia Única Anual de Funcionamiento	33
Cuadro 6. Declaración de Variables	39
Cuadro 7. Operacionalización de las Variables	40
Cuadro 8. Principales Regiones que le gustaría viajar	66
Cuadro 9. Ciudades del Ecuador	67
Cuadro 10. Playas del Ecuador.....	67
Cuadro 11. Viajes acompañado de guías	69
Cuadro 12. Tipo de Turismo.....	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Grupo de edades de las personas mayores.....	10
Figura 2. Mapa Provincias que Tienen Mayor Cantidad de las Personas Adultas Mayores.....	11
Figura 3. Porcentaje de Adultos Mayores por grupo étnico.....	12
Figura 4. Evolución de la Pirámide Poblacional del Ecuador	13
Figura 5. Esperanza de vida Tasa Global	14
Figura 6. Grupo de edades de las personas mayores.....	45
Figura 7. Ubicación de la Oficina.....	65
Figura 8. Principales Regiones que les gustaría visitar	66
Figura 9. Playas del Ecuador	67
Figura 10. Playas del Ecuador	68
Figura 11. Viajes acompañado de guías	69
Figura 12. Tipo de Turismo	70
Figura 13. Población de Milagro y Naranjito.....	72
Figura 14. Circuito Quito en todo su Esplendor.....	74
Figura 15. Circuito Sol, Arena y Mar	77

Figura 16. Logotipo de la Microempresa Adultos Mayores en Acción.....	80
Figura 17. Administración.....	81
Figura 18. Plano de la Oficina	90
Figura 19. Interior de la Oficina	91
Figura 20. Área de las Oficinas	91
Figura 21. Activos fijos.	92
Figura 22. Depreciación de Activos fijos	93
Figura 23. Inversión del Proyecto.....	93
Figura 24. Financiamiento del Proyecto	93
Figura 25. Tasa de Interés	94
Figura 26. Préstamo Bancario.....	94
Figura 27. Tabla de Amortización Mensual	94
Figura 28. Tabla de Amortización Anual	95
Figura 29. Detalles Gastos.....	96
Figura 30. Costo de Ventas.....	97
Figura 31. Presupuesto de Ingresos	97
Figura 32. Punto de Equilibrio.	98

Figura 33. Análisis de Costos.....	98
Figura 34. Punto de Equilibrio	99
Figura 35. Estado de Pérdidas y Ganancias.	100
Figura 36. Balance General.....	101
Figura 37. Flujo de Caja Proyectado.	102
Figura 38. Gastos Administrativo	103

RESUMEN

El turismo gerontológico enfocado en las personas adultas mayores es decir personas de 65 años en adelante, busca desarrollar nuevos circuitos turísticos dirigidos a este segmento del mercado.

El presente proyecto tiene como finalidad ofrecer al adulto mayor una opción de descanso, entretenimiento y diversión a través de los diferentes servicios turísticos que se ofrecen, se ofertan dos nuevas alternativas a la hora de viajar como lo son.

El circuito Quito en su mayor esplendor donde tendrán la oportunidad de visitar la ciudad y sus principales atractivos en lo relacionado al arte y cultura y el circuito turístico sol arena y mar la misma que promociona las principales playas de la provincia de Santa Elena debido a las propiedades y beneficios del agua del mar contando con personal gerontológicamente capacitado, lo cual permitirá ofrecer un servicio de calidad para la atención de adultos mayores, jubilados entre otros.

Los adultos mayores requieren una adecuada atención a la hora de realizar sus viajes considerando como factores indispensable la seguridad, la alimentación y contar con una infraestructura libre de barreras. Éste tipo de turismo da la oportunidad de satisfacer las necesidades requeridas por este mercado.

El turismo gerontológico es también una oportunidad para integrar a los adultos mayores en la sociedad ya que podrán ser parte de diversas actividades, sus principales características son la puntualidad, compromiso, paciencia y lealtad así como también la transmisión de valores y conocimientos, se pretende motivar a las autoridades municipales a ofrecer un turismo más justo, equitativo y solidario a este segmento.

Palabras claves: Producto turístico, adultos mayores, turismo gerontológico, circuito y servicios turísticos

ABSTRACT

Gerontological tourism focused on older people ie people 65 and older, seeks to develop new tourist circuits targeting this market segment.

This project aims to offer the elderly an option of rest, entertainment and fun through different tourist services offered, are offered two new alternatives when traveling as they are; Quito circuit in its splendor where they will have the opportunity to visit the city and its main attractions as it relates to art and culture and the tourist circuit sun sand and sea the same as promoting the main beaches of the province of Santa Elena due to the properties and benefits of seawater gerontológicamente having trained staff, which will provide a quality service for the care of older adults, retirees and others.

Older adults require adequate attention to when making their travel essential considering safety factors, food and have a barrier-free infrastructure. This type of tourism given the opportunity to meet the needs required by this market.

Gerontological Tourism is also an opportunity to integrate the elderly in society and that may be part of various activities, its main features are punctuality, commitment, patience and loyalty as well as also the transmission of values and knowledge, is intended to motivate municipal authorities to provide tourism more just, equitable and supportive to this segment.

Keywords: Product tourism, seniors, tourism gerontology, circuit And tourism services

INTRODUCCIÓN

El diseño de los circuitos turísticos para los adultos mayores se ha convertido en un tema de interés en varios países considerando que en su mayoría ya están jubilados, es decir han trabajado durante su juventud y hasta cuando su cuerpo se los permitía por lo cual hoy reciben pensiones jubilares en base a su esfuerzo y sacrificio. Este segmento del mercado no está limitado a las fechas vacacionales, feriados y temporadas sean altas o bajas esperando recibir la seguridad necesaria, información oportuna, transportación y hospedaje confortable con el único objetivo de satisfacer las necesidades requeridas a la hora de viajar.

En el Ecuador existen 940.905 personas adultos mayores los mismos que son personas cuya edad va desde los 65 años en adelante, siendo las playas los lugares más visitados por los beneficios que ofrece el agua del mar donde se puede resaltar el mejoramiento de la salud, aliviar dolores reumáticos y reducir el estrés entre otros.

El turismo gerontológico se ha convertido en un eje de vital importancia para la reactivación económica de nuestro país ya que interviene en la generación de fuentes de empleo, inversión local y extranjera además de ayudar al fomento y desarrollo del turismo gerontológico a través del diseño de circuitos turísticos que beneficien a los adultos mayores de la ciudad de Milagro y Naranjito con el objetivo de motivar a las autoridades municipales en la ejecución de programas turísticos dirigidos a los adultos para incentivar la participación en diversas actividades en el ámbito social y familiar

Actualmente las personas adultas mayores tienen acceso a programas del Ministerio de Inclusión Económica y Social los mismos que promueven el desarrollo de nuevas estrategias para el cuidado y atención de sus necesidades.

La ciudad de Cuenca es una de las ciudades escogidas por adultos mayores Europeos para hacer de esta su lugar de residencia sin dejar de mencionar que la ciudad cuenta con uno de los programas más importantes como lo es Cuenca For expats.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

A nivel mundial, en todos los países del mundo existen adultos mayores, las mismas que por su condición tienen la necesidad de realizar actividades durante el tiempo libre ya sea por motivos de salud, conocimiento y ocio. Este segmento es considerado un mercado objetivo en crecimiento, para promocionar el turismo, ya que el sistema de viaje en grupo parcialmente bonificado tiene como meta lograr potenciar la atracción de un destino turístico durante todo el año.

En el Ecuador hay 14'483.499 habitantes, de ellos, 940.905 son mayores de 65 años, es decir el 6,5 % de la población nacional son personas adultas mayores según datos estadísticos del INEC, (Censo de Población y Vivienda 2010). La distribución por género de la población nacional adulta mayor es de 53% para las mujeres y de 47% para los hombres. Sin embargo se ha llegado a establecer que no existen atractivos turísticos ni rutas apropiadas para los adultos mayores, no sin antes mencionar que uno de los destinos más visitados en el Ecuador son las playas ya que el agua del mar les brinda la oportunidad de aliviar y mejorar la salud, en particular de las enfermedades reumáticas, sin dejar de mencionar lugares como: Andes, Amazonia y Galápagos.

En la ciudad de Milagro y Naranjito perteneciente a la Provincia del Guayas se observa limitada oferta y desarrollo de circuitos turísticos para los adultos mayores.

Las consultas realizadas demuestran que las causas que están originando este problema son las siguientes:

- Reducido número de circuitos turísticos.
- Desinterés por parte de las autoridades municipales en las personas de la tercera edad.
- No existen paquetes ni paquetes turísticos adecuados para la tercera edad.

Las causas antes mencionadas, obviamente tienen como consecuencia los siguientes efectos

- Escasa promoción de los circuitos turísticos en las ciudades de Milagro y Naranjito para los adultos mayores.
- Aislamiento social y familiar.
- Adultos mayores desmotivados y deprimidos.

Pronostico

De no analizarse a fondo cada uno de las causas planteadas con sus respectivos efectos, tendremos como consecuencia adultos mayores abandonados además de ser excluidos del núcleo familiar, no existirán lugares turísticos teniendo como resultado que se eleve el nivel de estrés y otras enfermedades además de no contribuir al desarrollo turístico, económico y social es decir no se generarían fuentes de ingresos para el Cantón Milagro y sus alrededores.

Control de Pronóstico

Al elaborar y promocionar los productos turísticos para los adultos mayores tendremos como resultado adultos mayores protegidos e integrados en la sociedad considerándolos como parte fundamental del núcleo familiar, contando con lugares turísticos y rutas apropiadas para este grupo de personas disminuyendo el nivel de estrés y otras enfermedades además de contribuir al desarrollo turístico, económico y social generando fuentes de ingreso para el Cantón Milagro y sus alrededores.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador
Región: Costa
Provincia: Guayas
Ciudad: Milagro y sus alrededores (Naranjito)
Población: 203.820
Sector: Urbano y urbano marginal
Área: Servicios.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera el diseño de un circuito turístico contribuirá al desarrollo del turismo gerontológico de la ciudad Milagro y Naranjito?

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿De qué manera afecta el reducido número de circuitos turístico para los adultos mayores en la promoción del turismo gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito?
- ¿Cuáles son las razones por las que existe desinterés por parte de las autoridades municipales en la integración social y familiar para los adultos mayores?
- ¿Cuáles son las causas de la inexistencia de los paquetes turísticos que no permite disminuir el número de adultos mayores desmotivados y deprimidos?

1.1.5 Determinación del tema

Diseño de un circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la provincia del Guayas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Diseñar un circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas.

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Identificar los circuitos turísticos para los adultos mayores que contribuyan a la promoción del turismo gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito
- Identificar las razones por las que existe poco interés por parte de las autoridades municipales en la integración social y familiar para los adultos mayores
- Conocer las causas de la inexistencia de los paquetes turísticos que permita disminuir el número de adultos mayores desmotivados y deprimidos.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Debido a que cada día crece el número de adultos mayores alrededor del mundo, es indispensable realizar un estudio de los productos turísticos ya que este mercado es considerado como el de mayor importancia en el sector turístico por su importante aporte de fuentes de ingresos para agencias de viajes, aerolíneas, hoteles, transporte entre otros, el mismo que por su condición tiene la necesidad de realizar actividades durante el tiempo libre ya sea por motivos de salud, conocimiento y ocio. Ecuador cuenta con 14'483.499 habitantes. De ellos, 940.905 son mayores de 65 años, es decir el 6,5 % de la población nacional son personas adultas mayores según datos estadísticos del INEC, (Censo de Población y Vivienda 2010, uno de los destinos más visitados en el Ecuador son las playas ya que el agua del mar nos

brinda la oportunidad de aliviar la circulación y contribuir a mejorar las enfermedades reumáticas considerando que además cuenta con varias regiones naturales tales como: Andes, Amazonia y Galápagos las mismas que son visitadas por turistas nacionales y extranjeros .

La ciudad de Milagro perteneciente a la Provincia del Guayas y considerada una de las más importantes de la región 5 la misma que cuenta con varias Asociaciones y Club de adultos mayores como:

- Asociación de Jubilados y Pensionistas del IESS y Empresas Privadas de la Ciudad de Milagro
- Club de la Cruz Roja
- Club de Diabéticos del Hospital León Becerra
- Asociación de Profesores Jubilados
- Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

La propuesta ayudara a promocionar productos turísticos adecuados para adultos mayores con el objetivo de ofrecer mejores oportunidades de conocer y disfrutar nuevos destinos turísticos, teniendo como prioridad enfocarse en lograr el desarrollo turístico para lo cual es indispensable el Estudio de los Productos Turísticos y su efecto en los adultos mayores para contribuir en el desarrollo económico y social del Cantón Milagro y sus alrededores.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Según el origen y carácter del turismo se menciona que en el siglo VIII A.C se acostumbraba en todo el mundo a participar o presenciar las competencias deportivas que tenían lugar cada 4 años en Olimpia Grecia, los cuales hasta la actualidad se conoce como los juegos Olímpicos.

Adicionalmente, las aguas de propiedades curativas de algunos manantiales, eran muy apreciadas ya desde la antigüedad con gran número de visitas, en especial de personas de tercera edad. Estos son solo dos ejemplos de incentivo para numerosas personas, con la esperanza de aliviar sus dolencias. (DE LA TORRE PADILLA, 2012, pág. 10)

La edad media, se destaca por sus célebres viajes, el veneciano Marco Polo (1254-1323), quien llegó a convertirse en una figura legendaria ya que por motivos religiosos partían con regularidad hacia lugares santos densos grupos de peregrinos hindúes, budistas, cristianos y musulmanes, así como de otras religiones, los cuales nos han legado crónicas y narraciones que indudablemente en su tiempo constituyeron, no solo una fuente de importantes informaciones, sino prácticas guías para emprender esos viajes.

Hasta el siglo XVII cuando empezó a incrementarse el número de visitantes a los centros culturales y las grandes poblaciones; desde entonces se produjo un

sensible movimiento migratorio entre los diferentes países de Europa. (DE LA TORRE PADILLA, 2012)

En el siglo XVIII ya se empleaba en Inglaterra la frase de origen Francés foire le Grand tour, para referirse aquellos jóvenes que, tanto para complementar su educación como por preocupaciones culturales, efectuaban largos recorridos por diferentes países del continente Europeo. A tales viajes se les empezó denominar "turistas", término que se utilizó después en Francia para designar a toda persona que viajaba por placer, publicidad o motivos culturales. (DE LA TORRE PADILLA, 2012)

Otros países adoptaron en su propia lenguas el termino "turismo", en el sentido del viaje hecho sin objeto lucrativo y tan sólo para distraerse, descansar o por curarse de salud o quizás solamente por satisfacer alguna curiosidad cultural, conocer otros lugares y costumbres. (DE LA TORRE PADILLA, 2012)

Según Philips Kotler (2004) Producto Turístico "es todo aquello susceptible de ser ofrecida para satisfacer una necesidad o un deseo". (Philips)

A lo largo de la historia, viajar ha sido una actividad que se ha relacionado con una clase social determinada. Los gastos destinados a ella dependen de la capacidad económica de las personas. Lógicamente, si se dispone de unos recursos limitados solo es posible gastar una pequeña parte de ellos para viajar y pasar las vacaciones fuera de lugar de residencia habitual. (SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, 2000)

Por el contrario cuantos más recursos hay, más posibilidades de invertirlos en viajar. En la actualidad, visitar lugares lejanos depende del nivel de renta, la educación, la edad, la profesión, el lugar de residencia y el estilo de vida de cada uno. (CARDENAS, Atlas Geográfico De La República Del Ecuador, Primera Edición Ecuador, 2010)

La sociedad actual y en particular en las grandes ciudades hay una tendencia en aislar a las generaciones, lo cual lleva como contrapartida, la ruptura del sentido de

solidaridad entre distintas generaciones y en consecuencia cuando y el adulto mayor ya sea solo o con su cónyuge, desea integrarse a la familia, no logra hacerlo ya que son considerados una carga o estorbo. El profesor Thomas de la Asoc. Alemana de Gerontología concluye que el envejecimiento es hoy en día en primer lugar, un destino social y solo en segundo lugar una transformación funcional y orgánica". (LOVELOCK, 2009)

Actividad Turística y tercera edad

Actualmente a nivel mundial el envejecimiento a nivel mundial es uno de los fenómenos de más difícil manejo y solución técnico-económica, en especial los países en desarrollo, según el Informe de las Naciones Unidas, en 1950 había en el mundo 200 millones de personas de 60 años y más. (Noemi)

La tercera edad de los países desarrollados dispone de tiempo libre, de los medios necesarios para viajar, de sistemas de pensiones que al jubilarse les permite acceder a ingresos estables ahorrar y desde luego viajar. (Noemi)

En los países del subdesarrollo la mayor parte de las personas, incluyendo a la tercera edad, se quedan en casa durante las vacaciones lo hacen porque no sientan la necesidad de escapar transitoriamente al cuadro de su existencia cotidiana, sino porque no pueden pagarse un viajar. La alternativa de estos países sería entonces el desarrollo del turismo social (Boullon, R 1990:81). Para lo cual el turismo debe enmarcarse en una política general de desarrollo social. (Noemi)

El envejecimiento es un proceso denominado de cambios ya que no sólo afecta a las personas, sino que también ocurre en las poblaciones alrededor del mundo, y es lo que se llama el envejecimiento demográfico, este proceso es un cambio en generaciones el mismo que está ocurriendo en varios países y en Ecuador de una manera mucho más rápida que la ocurrida en países desarrollados sin dejar de mencionara que Ecuador cuenta con la ciudad de Wilcabamba perteneciente a la provincia de Loja la misma que es considerada como el valle de la longevidad ya que los que habitan viven muchos mas años que la población . (social, 2013)

El Ecuador es un país en plena fase de transición demográfica, este fenómeno demuestra que los adultos/as mayores al 2010 representan el 7% de la población del Ecuador y al 2050, la tendencia indica que serán aproximadamente el 18% de la población. El envejecimiento poblacional es uno de los fenómenos de mayor impacto de nuestra época lo que ocasiona un aumento de personas de 65 años de edad. (social, 2013)

Se han invertido recursos para conocer, pensar y proponer acciones tendientes a preparar a la población para llegar a esta edad, incorporar a los adultos mayores a la sociedad y finalmente ofrecer posibilidades de una vejez digna, tranquila y saludable. (JIMENEZ ABAD, 2013)

En la segunda mitad del siglo pasado, la población ecuatoriana mejoró su esperanza de vida, pues pasó de 48,3 años en 1950-55 a 75,6 años en 2010-15 (CEPAL, 2012). Esto permitió que muchos ecuatorianos aumentaran su calidad de vida y alcanzaran edades mayores. (social, 2013)

La gran mayoría de las personas adultas mayores no conocen o tienen acceso limitado a programas del Estado, por lo que se promueve el desarrollo de nuevas estrategias para la atención de sus necesidades de salud, trabajo, cuidados, protección social y convivencia, entre otras. (SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, 2000)

Al momento Ecuador cuenta con 77 Centros Gerontológicos públicos y privados en todo el País, subvencionados con aportes económicos para gastos de operación con una cobertura de 3.822 adultos mayores sin dejar de mencionar que existen 38 organizaciones que trabajan con personas de la tercera edad beneficiando a 1.900 adultos mayores con el equipamiento a diversas instituciones.

La ciudad de Milagro cuenta con el Ministerio de Inclusión Económica y Social el mismo que apoya a los adultos mayores a través de centros de atención de cuidado diario y permanente.

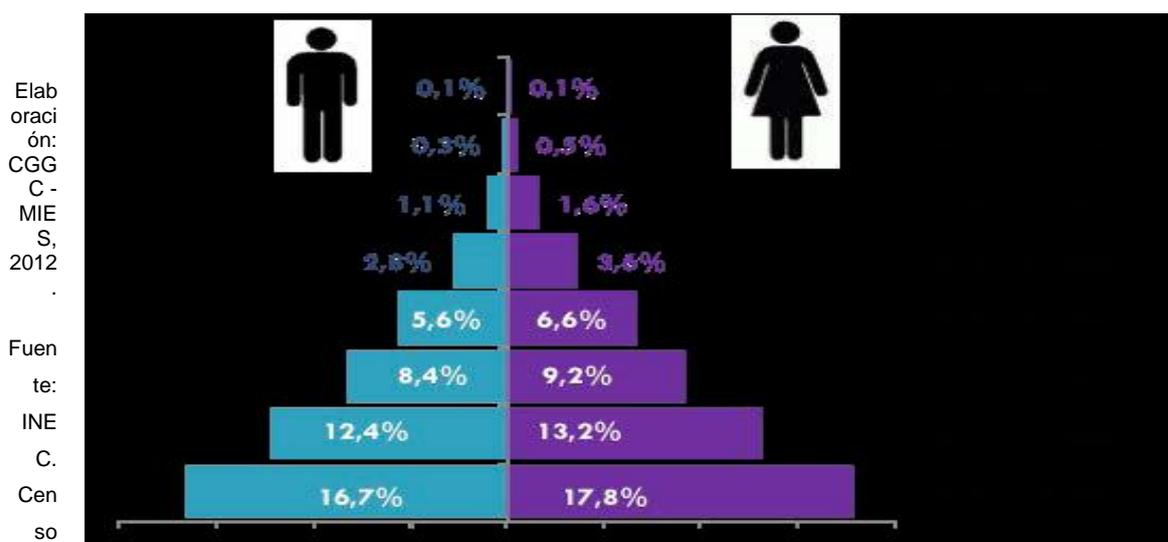
El centro de atención y cuidado permanente es adecuado para los adultos mayores que no tienen vínculo familiar es decir viven sin familia viven alrededor de 15 personas en calidad de residentes los mismos que son visitados por promotores donde el principal objetivo es la integración a través de talleres y actividades las mismas que son coordinadas con el hospital León Becerra mediante los coordinadores y promotores, los adultos mayores reciben talleres de nutrición una vez al mes.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social tiene como principal objetivo velar por el cuidado y bienestar del adulto mayor además de discapacitados con un porcentaje del 70% brindándole como beneficio el bono Joaquín Gallegos Lara de \$240,00 americanos. Además de realizar varias actividades se ejecutan mesas de adultos mayores con temáticas de servicios sociales y derechos del adulto mayor.

Análisis situacional

Situación de las personas adultas mayores en el Ecuador

Figura 1. Grupo de edades de las personas mayores

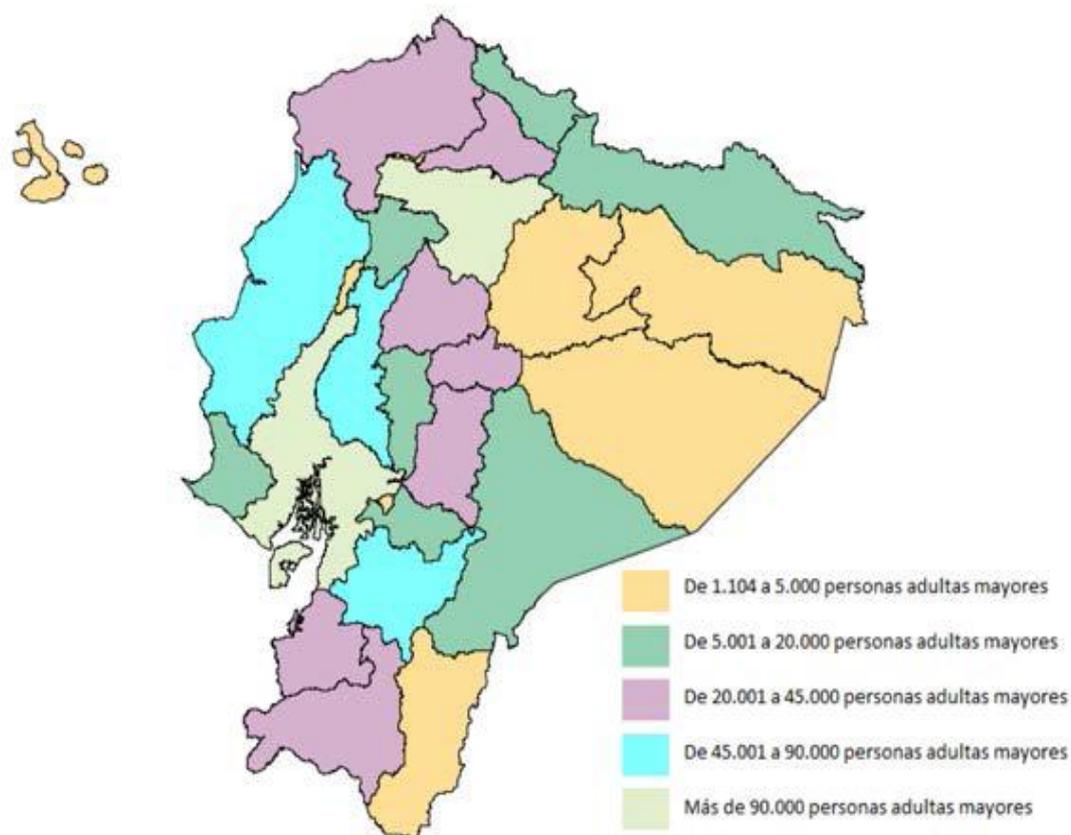


Elaboración:
CGG
C -
MIE
S,
2012
Fuente:
INEC.
Censo

El gráfico muestra la distribución por género de los diferentes grupos de edad. (SOCIAL, 2013, pág. 35)

En el Ecuador actualmente existe 14'483.499 habitantes. De los cuales, 940.905 son mayores de 65 años, correspondientes al 6,5 % de la población nacional las mismas que son personas adultas mayores según datos obtenidos a través del INEC, (Instituto Nacional de Estadística y Censo de Población y Vivienda 2010). Su distribución por género es de 53% mujeres y 47% hombres. (social, 2013)

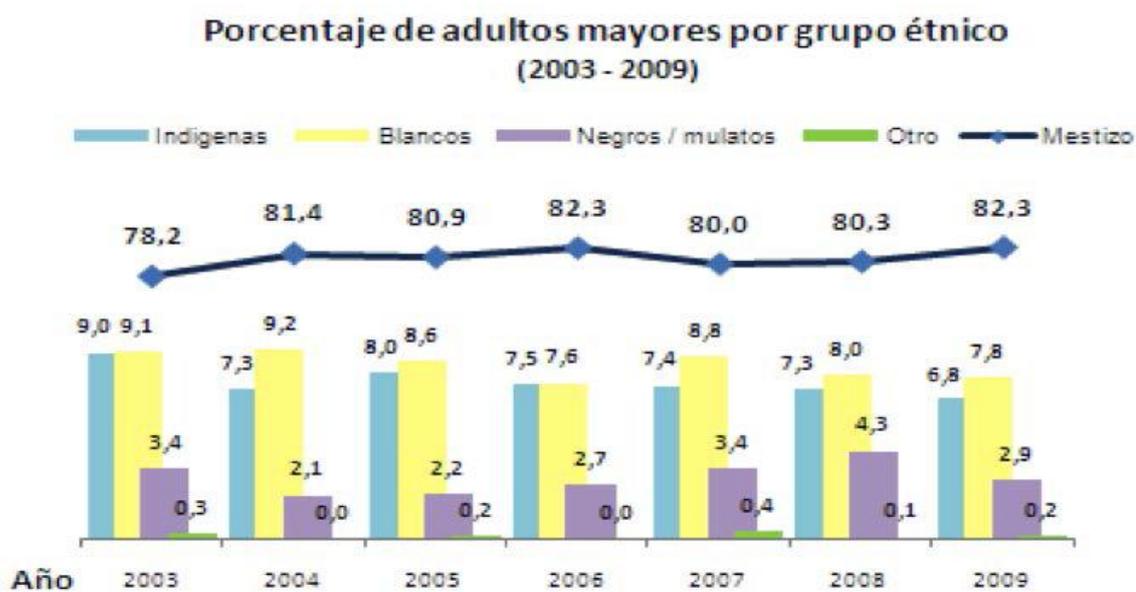
Figura 2. Mapa Provincias que Tienen Mayor Cantidad de las Personas Adultas Mayores.



Elaboración: CGGC - MIES, 2012.
Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda 2010

El Mapa del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas Y Censos muestra que las provincias de Pichincha y Guayas son las que tienen mayor población adulta mayor en el último censo realizado en el año 2010, lo cual supera los 90.000 habitantes. (social, 2013)

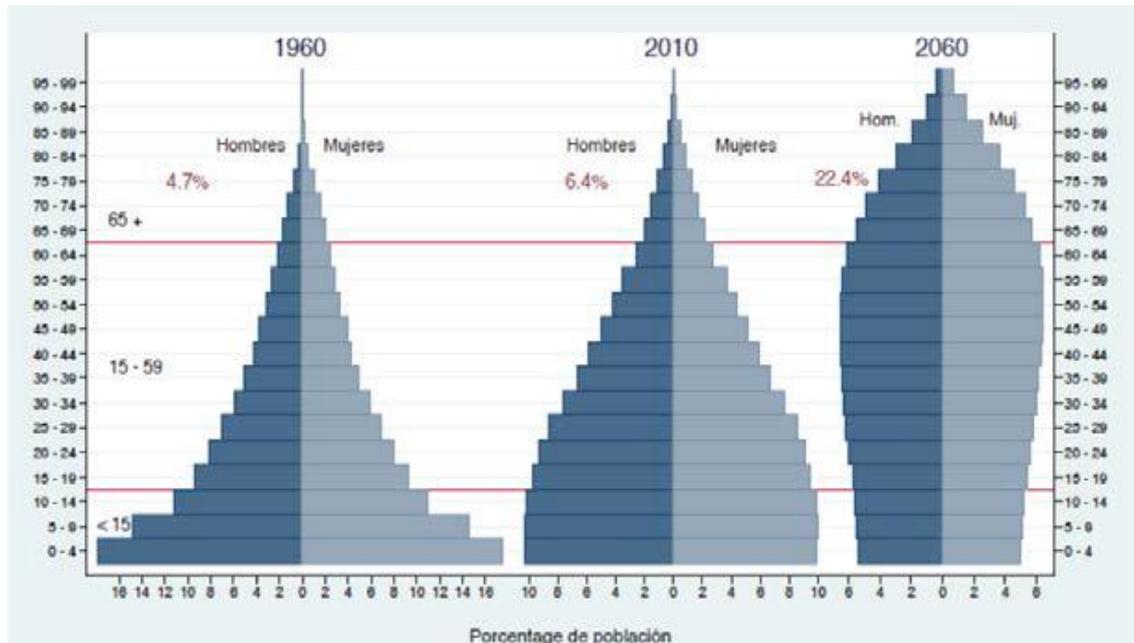
Figura 3. Porcentaje de Adultos Mayores por grupo étnico



Fuente: INEC. ENEMDUR 2003-2009, diciembre.
Elaboración: DIPES, EPV

El Gráfico muestra que en el país la identificación étnica que predomina en las personas adultas mayores es la mestiza, seguida por auto consideración blanca y en tercer lugar, la indígena. (social, 2013)

Figura 4. Evolución de la Pirámide Poblacional del Ecuador



Fuente: CEPAL. Proyecciones de población.

Elaboración: INIGER MIES 2011

En los últimos estudios demográficos a escala nacional, se estima que en las próximas décadas la pirámide poblacional perderá su forma triangular (con jóvenes en la base) para adquirir un perfil rectangular abultado en la cúspide, propio de sociedades envejecidas. (social, 2013)

Esperanza de vida

Para el 2010-2015 la CEPAL ha estimado que la esperanza de vida al nacer en el Ecuador llega a los 75,6 años de edad: 72,7 para los hombres y 78,7 años para las mujeres (CEPAL, 2012). (social, 2013) Esta esperanza de vida, que es de casi un año mayor a la de Latinoamérica, en su conjunto de nota una mejora extraordinaria, ya que a mediados del siglo anterior los ecuatorianos esperaban vivir tan sólo 48,3 años. En seis décadas este indicador fundamental de las condiciones de vida de la población aumentó en cerca de 30 años. Esto es explicado en el Gráfico 5, junto a la tasa de fecundidad. (social, 2013)

Figura 5. Esperanza de vida Tasa Global

Esperanza de vida y tasa global de fecundidad de la población
(1970 - 2010)



Fuente: Proyecciones de población 1950-2005, octubre 2003.
Elaboración: DIPES, EPV.

Condiciones socioeconómicas

De acuerdo a la información censal (INEC. Censo de Población y Vivienda 2010), las condiciones socioeconómicas en las que viven los adultos mayores en nuestro país son, en su mayoría, deficitarias. Se estima que el 57,4%, correspondiente a 537.421 personas, se encuentra en condiciones de pobreza y extrema pobreza. (social, 2013)

Cuadro 1. Personas adultos mayores según necesidades básicas insatisfechas por grupos de edad (Porcentaje)

Características		Adultos mayores 65 a 69 años	Adultos mayores 70 a 74 años	Adultos mayores 75 a 79 años	Adultos mayores 80 años y más	Total
Hombre	Pobreza	34,6	34,6	33,5	32,0	33,8
	Extrema Pobreza	23,4	25,7	26,6	28,2	25,6
Mujer	Pobreza	32,3	31,6	30,6	29,5	31,2
	Extrema Pobreza	22,9	24,8	26,0	25,7	24,6
Área Urbana	Extrema Pobreza	11,1	11,6	11,5	11,3	11,3
Área Rural	Pobreza	43,8	42,1	39,9	37,0	41,2
	Extrema Pobreza	40,0	43,0	45,6	48,2	43,6
Nacional	Extrema Pobreza	23,1	25,2	26,3	26,8	25,0

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.
Elaboración: Coordinación de Gestión del Conocimiento MIES.

El Cuadro señala las condiciones de las personas adultas mayores por área y género. Los datos permiten observar que la condición de pobreza es significativamente mayor en el área rural, donde 8 de cada 10 personas adultas mayores padecen de pobreza y extrema pobreza. (social, 2013)

La causa de esta situación expuesta es la dificultad que enfrentan los adultos mayores para generar ingresos monetarios, debido principalmente a que, con el envejecimiento y a medida que aumenta la edad, la posibilidad de ser parte de la población económicamente activa disminuye por no existir plazas laborales adecuadas a su condición. (social, 2013)

Según estudios realizados, el 13,6% de las personas adultas mayores cuentan con una ocupación según su edad y sexo (Encuesta ENEMDUR). La encuesta SABE revela que 132.365 adultos mayores viven solos, de este total, 41.000 lo hacen en

condiciones malas e indigentes, lo que evidencia poca responsabilidad de la familia por sus adultos mayores, a quienes consideran “poco útiles” y abandonan a su suerte. (social, 2013)

2.1.2 Antecedentes Referenciales

CUENCA FOR EXPATS

Servicios de apoyo y para los extranjeros que viven en Cuenca

Cuenca para los expatriados es un programa creado por la Cámara de Comercio de Cuenca para los extranjeros que viven en Cuenca para hacer la transición y de la vida en nuestra ciudad sea más fácil y para que se sientan como en casa.

Nuestro objetivo es apoyar y ayudar a la comunidad de expatriados en Cuenca para la integración con la comunidad proporcionando información y ofreciendo oportunidades para aprender acerca de la ciudad, sus tradiciones y las personas, y los espacios de generación de trabajo en red con los miembros locales y extranjeros.

(Cuenca For Expats)

Sea parte de nuestro programa cada vez mayor de miembros satisfechos.

Beneficios

- Asistencia e información.
- Traducciones básicas.
- Tours en la ciudad y sus aldeas surrounding.
- Las visitas a empresas locales.
- Conferencias y Seminarios
- Bienvenido Meeting Center.
- Clases de Español.
- Clases de fitness.
- Día Expat en noviembre.
- Entérese de Cuenca y ser parte de su cultura.

Turismo gerontológico o geriátrico

El turismo gerontológico se enfoca en las personas adultas mayores, el cual permitirá abrir un segmento muy significativo de placer, ocio y recreación para la atención especialmente adultos mayores jubilados, pensionados, entre otros. (La Union)

La ciudad de Morelos una de las principales ciudades caracterizada por su excelente clima, es una opción de turismo para las personas adultas mayores ya que se fijó como objetivo entre los segmentos y dependencias vinculados a dicho segmento en consideración que podrá ampliarse a todo el país de México . (La Union)

Dentro de las agendas públicas de Mexico uno de los puntos más importantes el turismo, es el gran aumento de la población de mayores de 60 años, el cual debe dirigirse a empresas e instituciones geriátricas, donde se proyecta posicionar a la ciudad de Morelos como uno de los destinos especializados en el trato de personas adultas mayores.

El proyecto tiene como principal objetivo de ofrecer al adulto mayor una opción de descanso, entretenimiento a través de los diferentes servicios turísticos que se ofrecen con personas capacitadas en áreas gerontológicas, esto permitirá abrir un segmento muy significativo en el turismo para la atención de grupos jubilados, pensionados, entre otros. (La Union)

El sector público como empresas privadas que están dedicadas a la actividad turística, deberán pensar en realizar alianzas de coordinación para poder poner en marcha diferentes proyectos, con el propósito de brindar un servicio eficiente, mejorando la calidad y la atención turística para los adultos mayores. (La Union)

Uno de los punto más importante es en el momento en que los adultos mayores desean viajar, piensan en lo difícil que es estar en algún lugar donde existen demasiadas escaleras, ni cuidadoras, enfermeras y mucho menos doctores que puedan atenderlos en caso de una emergencia. (La Union)

En la ciudad de Morelos se abrió Xidami, residencia y club geriátrico en Tlayacapan, es un lugar donde las personas vacacionan un fin de semana o lo utilizan residencia definitiva. (La Union)

El cual cuenta con médicos (dos) y enfermeras las 24 horas. Donde se realizaran actividades durante todo el día, para que los adultos mayores permanezcan activos todo el tiempo, disfrutando de un clima cálido y sobre todo de la calidez de las personas que les atienden. (La Union)

Este proyecto se lo realizo con la población adulta mayor, Mórelo es una de las ciudades con el clima más adecuado para ellos, México tiene todas las posibilidades para comenzar una forma diferente de vacacionar. (La Union)

a) Estudios Realizados:

1. **Título:** “Investigación y Salud En Vilcabamba en el Cantón Loja, Ecuador, Sudamérica”

1. JUSTIFICACION

Este proyecto se inscribe en lo planteado en el documento “INVESTIGACIÓN Y SALUD EN VILCABAMBA EN EL CANTÓN LOJA, ECUADOR, SUDAMERICA”, y responde al Objetivo específico, resultado. (GOBIERNO DE LOJA)

Con el ánimo de trabajar coordinadamente con las instituciones responsables de asegurar mejores condiciones de vida para la población, el Municipio de Loja propone establecer una agenda conjunta con el INIGER para trabajar en el tema de Geriatría y Gerontología. (GOBIERNO DE LOJA)

Para esto, se plantea la readecuación de la infraestructura ya existente en el Parador Turístico de Vilcabamba para que se convierta en un centro de cuidado diario del adulto mayor, donde los ancianos reciban terapias ocupacionales, recreativas, educativas, culturales, turísticas y de rehabilitación.

La segunda adecuación es la del parque de Yamburara para que pueda ser utilizado por los adultos mayores para recreación y algunas terapias. (GOBIERNO DE LOJA)

OBJETIVO GENERAL.

Convertir a Vilcabamba en un centro de investigación geriátrica y gerontológica con incidencia mundial, que contribuya a mejorar las condiciones de vida de los adultos mayores.

OBJETIVO ESPECIFICO

A. Generar condiciones de atención, recreación y turismo adecuados para lograr integrar el INIGER de manera coherente con la realidad de Vilcabamba.
(GOBIERNO DE LOJA)

RESULTADOS

Programa Internacional de Turismo Gerontológico impulsado por el Ministerio de Turismo y el Municipio de Loja, elaborado en el 2011. Ejecución de obras para la atención y recreación Gerontológica de acuerdo a planificación establecida entre Gobierno Municipal y Gobierno Nacional. Establecido y puesta en marcha del plan de acción turística y de salud para el sector. (GOBIERNO DE LOJA)

TIEMPO DE EJECUCION

Dos años

PRESUPUESTO

Cuadro 2. Presupuesto “Investigación Y Salud En Vilcabamba En El Cantón Loja, Ecuador, Sudamérica”

	INVERSIÓN HECHA	INVERSIÓN FALTANTE	SUBTOTAL
Infraestructura Parador Turístico	\$ 500.000,00	\$ 260.000,00	\$ 760.000,00
Equipamiento Parador	\$ 0.00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00

Turístico			
Infraestructura Parque Yamburara	\$ 1.000.000	\$ 800.000,00	\$1.080.000,00
TOTAL	\$1.500.000	\$ 540.000,00	\$ 2.040.000,00

Análisis:

La “INVESTIGACIÓN Y SALUD realizada en la ciudad de VILCABAMBA perteneciente al CANTÓN LOJA, ECUADOR, contiene los programas de Geriátría y Gerontología, además de plantear la readecuación de la infraestructura ya existente en el Parador Turístico de Vilcabamba con el objetivo de convertir en un centro de cuidado diario del adulto mayor, donde los ancianos reciban terapias ocupacionales, recreativas, educativas, culturales, turísticas y de rehabilitación, incluyendo dentro de este proyecto la adecuación del parque de Yamburara para ser utilizado por los adultos mayores en actividades de recreación y terapias. Teniendo como prioridad convertir a la ciudad de Vilcabamba en un centro de investigación geriátrica y gerontológica con incidencia mundial, que contribuya a mejorar las condiciones de vida de los adultos mayores además de generar condiciones de atención, recreación y turismo adecuados para lograr integrar el INIGER de manera coherente con la realidad de Vilcabamba.

Mediante el siguiente estudio se pretende lograr obtener resultados que beneficien a los adultos mayores.

Programa Internacional de Turismo Gerontológico el mismo que será impulsado por el Ministerio de Turismo y el Municipio de Loja, elaborado en el 2011.

La ejecución de obras para la atención y recreación Gerontológica de acuerdo a planificación establecida entre Gobierno Municipal y Gobierno Nacional.

1. **Título:** Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador
2. **Autor:** Elaborado por el CELADE división de la población de la CEPAL dirigido por el Señor Dirk Jaspers la redacción del documento fue realizada por Susana Schkolink bajo la coordinación técnica de Sandra Huenchuan, profesional de CEPAL/CELADE y la supervisión estuvo a cargo de José

Miguel Guzmán Jefe del Área de Población y Desarrollo de CEPAL/CEDALE
Fernanda Stang colaboro con la revisión editorial del documento.

Introducción

El envejecimiento, tanto de las personas y la población, es un proceso generalizado en algunos países, resaltando que presenta distintas características según cada sociedad. (Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador)

Algunos países van poco a poco encaminándose en convertirse en sociedades más envejecidas. Proceso que se acelerará en las próximas décadas, imponiéndose el desafío y la obligación de desarrollar nuevas estrategias para captar la atención en varias necesidades tales como: salud, trabajo, servicios, protección social y convivencia intergeneracional, es decir entre otras necesidades. (social, 2013)

Existe un sin número de perspectivas para analizar el envejecimiento. En este estudio realizado el tema se examina a partir de dos perspectivas: el envejecimiento poblacional y la situación de las personas de edad avanzada. (Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador)

El envejecimiento poblacional se caracteriza por ser un fenómeno macro social que alude al cambio tanto en la estructura por edades de la población, producto de la relativa disminución de las personas más jóvenes y el aumento de la proporción de adultos mayores y sobre todo de personas de avanzada edad. (Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador)

El proceso de envejecimiento de las personas varía significativamente de un país a otro según el ritmo de transición demográfica por la que atraviesan: unos están actualmente en una etapa de envejecimiento acelerado, en otros intermedia, mientras que algunos países están en una fase aún incipiente. Por ello, si bien los desafíos a corto y mediano plazo pueden ser similares, ya que las prioridades pueden diferir (CEPAL, 2004a). (Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador)

A nivel micro social el tema del envejecimiento se trata desde la perspectiva de los individuos que lo protagonizan. En este sentido, cabe recordar que en varios países de América Latina el envejecimiento ocurre en un contexto caracterizado por una gran índice de pobreza, alta y creciente además de la participación laboral en el mercado informal, persistente y aguda inequidad social, escaso desarrollo institucional y baja protección de la seguridad social. (Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador)

La mayor dificultad que habría en el futuro es que si los hijos de las personas más jóvenes que serían los prestadores de apoyo a las generaciones adultas mayores no logran reunir los recursos suficientes para compensar el hecho de que son parte de una red familiar reducida, considerando que si el gobierno de cada país no apoya al núcleo familiar en la prestación de los servicios que entregan a las personas mayores (CEPAL, 2004a). (Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador)

Las perspectivas de análisis a nivel macro y micro social deben ser consideradas en forma simultánea y complementaria, ya que son interdependientes. De hecho, la situación de las personas adultas mayores en gran medida se encuentran en una sociedad joven o en una sociedad ya envejecida. (Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador)

Teniendo en cuenta ambos aspectos, la CEPAL (2004a) recomienda:

- Estudiar los temas del envejecimiento poblacional e individual en forma coordinada.
- Monitorear el envejecimiento de la población y analizar indicadores específicos que sirvan de referencia en el seguimiento y evaluación de la situación de las personas mayores.
- Desarrollar y promocionar investigaciones sobre los principales aspectos del envejecimiento (tanto macro como micro) a nivel nacional y regional.
- Incorporar el tema del envejecimiento en las políticas públicas, con el propósito de adecuar las intervenciones del Estado al cambio demográfico y a la construcción de una sociedad para todas las edades.

Considerando tales recomendaciones, este documento contiene el informe final del “Estudio sobre Protección Social de las Personas de Tercera Edad”, que ha sido elaborado en el marco del Convenio entre la Secretaría Técnica del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social de Ecuador y la CEPAL. El primer capítulo presenta los aspectos que sustentan la comprensión del proceso de envejecimiento y el enfoque apropiado ; el segundo se ocupa de la transición demográfica y el proceso de envejecimiento de la población adulta mayor ecuatoriana. El tercer apartado realiza un análisis sobre la situación social y económica de los adultos mayores en el país, y el cuarto presenta el marco de programas y políticas con el que cuenta Ecuador para la población de estas edades. Un último capítulo propone una síntesis y las respectivas conclusiones . (Estudio sobre la protección social de la tercera edad en Ecuador)

Análisis:

En el Estudio sobre la protección social de la tercera edad en el Ecuador se considera el envejecimiento, tanto de las personas mayores de 65 años como de la población en su conjunto, como un proceso generalizado en varios países.

En este estudio el tema se examina a partir de dos variables: el envejecimiento poblacional y la situación de las personas de edad avanzada.

El envejecimiento poblacional es un fenómeno que alude al cambio en la estructura por edades de la población, producto de la relativa disminución de las personas más jóvenes y el aumento de la proporción de adultos y, sobre todo, de personas de avanzada edad.

El envejecimiento es un proceso en los adultos mayores según la fase de transición demográfica por la que atraviesan: están pueden ser el envejecimiento avanzado y en otros la situación es intermedia.

Entre las problemáticas por las que atraviesan los adultos mayores son las socioeconómicas, inequidades de género y étnicas por ejemplo, inserción en el mercado laboral, que a futuro redundará en situaciones de pobreza y exclusión de los servicios y beneficios en cuanto a la protección en la vejez.

Actualmente la situación de los adultos mayores difiere en gran medida según se encuentren en una sociedad joven o en una sociedad ya envejecida.

Uno de los principales objetivos es estudiar los temas del envejecimiento poblacional e individual en forma coordinada, monitorear el envejecimiento de la población y analizar indicadores específicos que sirvan de referencia en el seguimiento y evaluación de la situación de las personas mayores. Además de llegar a desarrollar y promocionar investigaciones sobre los principales aspectos del envejecimiento (tanto macro como micro) a nivel nacional y regional, es indispensable mencionar que el Estudio sobre Protección Social de las Personas de Tercera Edad”, que ha sido elaborado en el marco del Convenio entre la Secretaría Técnica del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social de Ecuador y la CEPAL.

b) Fundamentación

El Dr. C Jorge Ramón González Ferrer (2007) (Ramon) en el trabajo investigativo realizado sobre la conceptualización del Producto Turístico entre el viaje, bienes y servicios además muestra como referencia diferentes conceptos de diversos autores, algunos de los cuales se exponen a continuación. (Ramon)

Cuadro 3. Teorías del producto turístico

Autor	Definición
Cárdenas, (1986)	«Está conformado por bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para así lograr un confort material o de espíritu, ya sea de forma individual o satisfaciendo las necesidades, requerimientos del consumidor en este caso el turista». (Ramon)
Gilber, (1990)	«...amalgama de diferentes bienes y servicios ofrecidos como experiencia de actividad al turista... » (Ramon)
Perelló, (1991)	«Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos turísticos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actitudes recreativas, e imágenes y valores simbólicos que ofrecen determinados beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, para que satisfagan las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo de ocio». (Ramon)
Muñoz de Escalona (1992)	«...el producto turístico debe estar conformado por aquel producto de uso exclusivo de los turistas que es todo plan programado de viaje de ida y vuelta...» (Ramon)

Consejo Federal de Turismo (1992)	«...integración de los recursos naturales y/o culturales con los respectivos servicios, en una unidad que justifique un desplazamiento turístico...» (Ramon)
Acerenza (1993)	«Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso». (Ramon)
Bordas, (1994)	«...un sistema capaz de hacer viajar a la gente para actividades de ocio que le satisfagan determinadas necesidades». (RUANO MARTIN, 2012)
Middlenton, (1994)	«...el producto turístico tiene su principal insumo en el atractivo, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado. En un sentido más amplio el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida». (Ramon)
Smith (1994)	El autor indica que si se da en el producto turístico una adecuada combinación de implicación, libertad de elección, hospitalidad, servicio correcto, junto a una buena planta física, que incluya buen tiempo, entorno agradable y accesibilidad, virtualmente queda garantizada la calidad y satisfacción para el cliente final. (Ramon)
OMT, (1998)	«El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores».
Valls, (1996)	«...el producto turístico se presenta como un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, las infraestructuras y los equipamientos; entre los intangibles, se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio». (Ramon)
Furió, (2000)	«...una característica del producto turístico es que no es estrictamente elaborado por un único sector de actividad, sino por diferentes sectores productivos, y que no existe una actividad que realice, de modo completo, el ensamblaje final del producto turístico. Aunque muchos agentes, especialmente los tour operadores, ofrezcan productos finales bajo la forma de paquetes turísticos, es el propio consumidor turístico quien, en última instancia, elabora su propio producto sobre la base de los ingredientes que le ofrecen los agentes productores turísticos». (Ramon)
Zárate y Lugo, (2003)	«...son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas». (Ramon)
Bouillon (2004)	«...un paquete turístico, alguno de los componentes del servicio básico como una noche de hotel, algún atractivo que toma entidad propia, un país, una región, un continente, o propiamente dicho un centro turístico».
López, (2004)	«...el producto turístico engloba varios subproductos, una marca con una completa cartera de productos. Esos subproductos representan el verdadero valor añadido del producto...compuesto de una serie de recursos que lo hacen atractivos (playas, clima agradable...) y una serie de servicios y equipamientos que permiten al turista disfrutar de los recursos...dotados de infraestructuras adecuadas para que sus atractivos puedan ser disfrutados» (Ramon)
Kotler (2004)	«Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas». (Ramon)
Barroso González y Flores Ruiz (2006)	«...aquella realidad integral que percibe y capta el turista durante su viaje y estancia fuera de su residencia habitual –experiencia turística-, el cual está formado por una serie de bienes y servicios, tanto públicos como privados...» (Ramon)
SECTUR, (2006)	«Un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades, que satisfacen sus necesidades, otorgándole beneficios y satisfacción de manera integral». (Ramon)

Fuente: Dr. Jorge Ramón González Ferrer, 2007 a partir de los autores citados (Ramon).

Dr. Jorge Ramón González Ferrer (2007) (Ramon) concluye que las aproximaciones conceptuales del producto turístico se debaten entre los bienes y servicios que demande el turista y el desplazamiento en un viaje de ida y vuelta. (Ramon)

Smith (1994) (Ramon), el autor indica que si se da en el producto turístico una adecuada combinación de implicación, libertad de elección, hospitalidad, servicio correcto, junto a una buena planta física, que incluya buen tiempo, entorno agradable y accesibilidad, virtualmente queda garantizada la calidad y satisfacción para el cliente final. (PEREZ MARTINEZ)

El autor Smith en su teoría expuesta en el año 1994 nos indica que es posible diferenciar la calidad del servicio. Si el servicio se presta de forma correcta de acuerdo con las especificaciones establecidas en la gestión del establecimiento, es decir esto se habrá hecho con calidad, además de ofrecer una sonrisa, amabilidad más allá del cumplimiento de ofrecer un valor agregado al turista a la hora de elegir un determinado producto turístico.

El turista tiene la libertad de elección para acceder a un abanico de opciones que le permitan hacer satisfactoria la experiencia. Tomando en cuenta el tipo de viaje que se realice, el presupuesto disponible, la experiencia previa del consumidor y de la disponibilidad de tiempo, todo producto turístico debería ofrecer cierto grado de elección al consumidor, con el objetivo de hacer satisfactoria la experiencia del viaje (KOTLER P.).

El turista tiene un mayor beneficio a la hora de viajar como: disponer de diferentes opciones para escoger, resaltando la característica básica más importante del servicios que el consumidor busca ante de adquirir un producto o servicio. OMT, (1998) «El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico ya sean por grupos determinados de consumidores». (Ramon)

Según la organización mundial de turismo un producto turístico es considerado un bien o servicio el que comprende una gama de actividades para un determinado grupo o consumidores el mismo que realizan las personas durante sus viajes y

estancias en lugares distintos del entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año ya sea por fines de ocio, negocios, salud, religión entre otros. (Ramon)

Kotler (2004) «Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas». (Ramon)

Al analizar la teoría del autor Philip Kotler se puede resaltar como principal objetivo la satisfacción de los individuos en sus deseos y necesidades a la hora de elegir un producto incluyendo también las experiencias, personas, destinos, información de revistas e internet. (KOTLER, 2011)

Dentro de la teoría del autor Philip Kotler señala tres niveles de producto:

- Genérico
- Esperado
- Mejorado

Producto genérico: es el que está destinado a satisfacer la necesidad más importante del turista. (Philips)

Producto esperado: es el que cumple con todos los atributos que el consumidor espera recibir en relación con las expectativas y necesidades del mismo. (Philips)

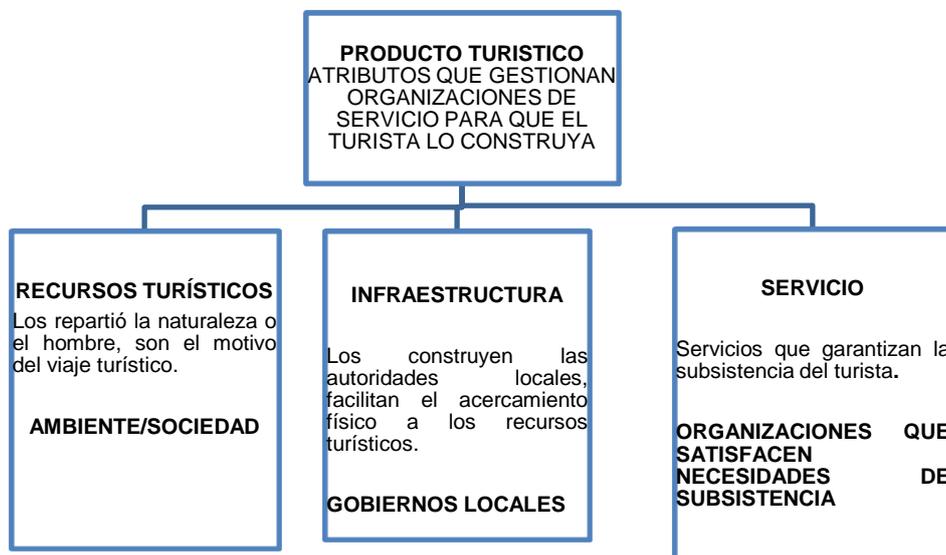
Producto mejorado: tiene como principal objetivo diferenciarse de la competencia. (Philips)

El producto turístico es una combinación de bienes y servicios que se ofrecen a un determinado tipo de mercado objetivo. El precio es el esfuerzo que tendrán que realizar los clientes o consumidores para obtener el producto. La distribución incluye las actividades que realiza la empresa para que el producto esté disponible para su mercado objetivo. La promoción son las actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los consumidores objetivos para que lo compren. (Philips)

El producto turístico está conformado por un grupo de elementos tangibles e intangibles que se identifican en el instante exacto del consumo.

El producto turístico no solo debe estar conformado por los elementos esenciales como son la alimentación, el hospedaje, todo esa amalgama de bienes y servicios también deberá estar ligado a emociones y realización personal las expectativas previamente planteadas sobre el desarrollo del mismo. (PEREZ MARTINEZ)

Cuadro 4. Producto Turístico



Fuente: Dr. Jorge Ramón González Ferrer. (2007) (Ramon)

Los gustos o preferencias

Los gustos o preferencias son una variable psicológica que responde a las necesidades o deseos básicos de los seres humanos. No obstante, que sin duda los gustos y las preferencias de los individuos son influenciados a través de la publicidad, de tal manera que éstos no son fijos sino que se pueden alterar, cuando los gustos por un determinado bien cambian, las pautas de demanda de los consumidores también lo harán. (KOTLER, 2011)

El mercado turístico es otro de los factores importantes el mismo que lo componen un conjunto de empresas e instituciones que ofrecen bienes y servicios a los

demandantes o turistas para que éstos satisfagan sus necesidades de consumo turístico. (Philips)

CLASIFICACIÓN DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS

El mercado turístico, precisamente por la complejidad del producto que se intercambia se puede clasificar en varios tipos atendiendo a distintos criterios. Esta clasificación general nos permitirá acercarnos a un conocimiento más amplio del mercado turístico: (CASTEJON MONTIJANO, 2009)

- Por su vigencia. Atendiendo a la existencia de mercados que no han cambiado con el tiempo los mercados pueden ser: tradicionales (propios de poblaciones elitistas), modernos (los dirigidos a la clase media) o potenciales.
- Por la demanda. Los mercados pueden ser: de tránsito (los que llegan al país porque hacen escala), de excursionismo (formado por los viajeros que llegan al lugar con el propósito de visitar una zona, pero no pernoctan), y de permanencia (formado por los que pasan al menos una noche en el lugar de llegada).
- Por el ámbito territorial. Los mercados pueden ser: locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Por el contenido. Los mercados pueden ser: directos, cuando los bienes y servicios turísticos son ofrecidos a viajeros o turistas, e indirectos, cuando los bienes o servicios turísticos son demandados por las entidades que sirven a las empresas que atienden a los turistas.
- Por las modalidades. Este criterio se refiere al tipo o motivación que impulsa al demandante a trasladarse de un sitio a otro. El mercado turístico puede ser: vacacional, de trabajo y/o negocios, de estudio, de deportes, etc.

Después de haber analizado las teorías existentes de los productos turísticos concluimos que el 100% de nuestro tema radica en el autor Philip Kloter en su teoría expuesta en el año de 1990 el cual considera que «Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede

ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas» coincidimos que los productos turísticos son bienes y servicios los mismos que son demandados por turistas.

El producto turístico se puede decir que son un conjunto de componente tangible e intangible los cuales benefician a los turistas, con el estudio de los productos turísticos y su efecto en los adultos mayores para contribuir en el desarrollo social y económico del Cantón Milagro y sus alrededores. (LOVELOCK, 2009)

2.2 MARCOLEGAL

Título IV

DE LA OBLIGACIÓN DE REGISTRO Y DE LA OBTENCIÓN DE LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO SEGÚN EL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 141.- Obligación de registro y licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

Art. 142.- Solicitud de registro.- Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;

- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,
- d) Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si ésta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

Art. 146.- Momento de la solicitud.- El registro y la licencia anual de funcionamiento de nuevos establecimientos de alojamiento deberá solicitarse por lo menos con treinta días de anticipación a la fecha prevista para iniciar sus actividades.

Art. 147.- Pago por una sola vez.- El valor por concepto de certificado de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga el tipo y la actividad principal. En caso de cambio de la actividad, se pagará un nuevo registro como si se tratara de la primera vez.

Si un establecimiento debidamente registrado en el Ministerio de Turismo se traspaasa o arrienda, el titular del establecimiento tendrá la obligación de informar al Ministerio de Turismo dentro de treinta días de efectuada la transferencia o arrendamiento, y el nuevo propietario o arrendatario presentará los documentos que le acrediten como tal; en caso contrario, pagará un nuevo registro como si se tratara de la primera vez.

Art. 148.- Valor a pagarse por registro.- El valor de registro será una cantidad igual a la que corresponda por Licencia Anual de Funcionamiento, calculada ésta para todo el año calendario.

Art. 149.- Licencia anual de funcionamiento.- La licencia anual de funcionamiento constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a los

establecimientos o empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá validez durante el año en que se la otorgue y los sesenta primeros días del año siguiente.

Cuando se trate de empresas cuyas operaciones no se inicien en los primeros treinta días de cada año, el pago por Licencia de Funcionamiento será por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario.

Art. 151.- Facultad de realizar inspecciones.- El Ministerio de Turismo tiene plena facultad para en cualquier día y hora realizar, sin notificación previa, inspecciones a las empresas y establecimientos turísticos, para constatar si cumplen con todas y cada una de las condiciones y obligaciones estipuladas en la clasificación que se le otorgó. En la inspección se comprobará la información que requiere el Ministerio de Turismo y que constará en los formularios y documentos que se elaboren. El acto de inspección se lo ejecutará con la sola presentación del documento que acredite que la persona es funcionario o empleado de la institución y con la orden que al respecto dicte el Ministro de Turismo.

El funcionario o empleado en el acto de inspección guardará el respeto al derecho de la persona y propiedad ajena y será responsable de la veracidad de los datos que consigne en su informe.

La inspección deberá realizarse con la presencia del propietario o Administrador de la empresa inspeccionada.

Los propietarios, administradores, representantes legales o la persona que al momento de la inspección aparezca como 1a Administradora o Directora, están en la obligación de aceptar la intervención del Ministerio de Turismo y brindar todas las facilidades y la información requerida para que se cumpla con lo dispuesto en el presente artículo.

Art. 152.- Variación de condiciones.- La empresa o establecimiento turístico, para el caso de que hayan variado las condiciones y obligaciones que se le impuso en la clasificación, podrá cumplir las observaciones hechas por el Ministerio de Turismo en virtud de la inspección a la que se refiere el artículo anterior, conservando de esta

manera la categoría o pedir la reclasificación justificando las razones de su petición y siguiendo el trámite de ley.

Si del acto de inspección se comprobare que en la empresa o establecimiento turístico han variado las condiciones y obligaciones constantes en la clasificación que se otorgó, el Ministerio de Turismo procederá de oficio a reclasificarlo, siguiendo el trámite que corresponde para el caso de registro.

Art. 153.- Uso de denominaciones.- Ningún establecimiento o empresa turística podrá usar denominación o razón social o nombre comercial y categoría distintas a las que fueron asignadas por el Ministerio de Turismo.

Art. 154.- Transferibilidad.- Los registros y licencias a los que se refiere este título, son intransferibles.

Art. 155.- Permiso hasta por noventa días.- El Ministerio de Turismo concederá permiso anual de funcionamiento hasta por noventa días a los establecimientos y empresas turísticas, cuando las circunstancias lo ameriten.

Bajo ninguna circunstancia se autorizará el funcionamiento temporal de casinos o salas de juego (bingo-mecánicos).

Cuadro 5. Tasa de la Licencia Única Anual de Funcionamiento

CATEGORÍA	POR PLAZA	VALOR MÁXIMO
PRIMERA	\$2.30	\$230
SEGUNDA	\$1.60	\$160
TERCERA	\$0.80	\$80
FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO		

2.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Actividad turística:** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se la conoce con el turismo o puede influir sobre él, siempre y cuando con lleve la prestación de servicios a un turista ya sean de acogida por extensiones, actividad

turística se entiende no solamente cualquier acción desarrollado por los agentes turísticos sino también por el propio turista con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

- **Adultos mayores:** Término que surge en nuestro país para denominar a la población de 60 y/o 65 años o más.
- **Afluencia turística:** Llegada masiva de turistas a un determinado núcleo receptor considerado, gente con los periodos de temporada alta y manifestación de flujo constante de llegadas y salidas.
- **Amnesia:** psiquiatría pérdida total o parcial de la habilidad para memorizar a pesar de haber claridad de conciencia, capacidad de comprensión o lenguaje conservados, existiendo un problema de retención, rememoración y reproducción de los hechos aprendidos. La amnesia puede ser secundaria o traumatismo físico o psíquico, enfermedad o drogadicción.
- **Ancianidad:** vejez.
- **Anciano, na:** dicese de la persona de mucha edad.
- **Angustia:** aflicción, congoja.
- **Área turística:** Están contenidas en las zonas turísticas, pero en su conjunto debe estar contemplado al menos un centro turístico y estar dotado de infraestructura mínima.
- **Atención:** aplicación de la mente a un objeto
- **Beneficio:** bien hecho o recibido: colmar a uno de beneficios (utilidad, provecho)
- **Bienestar:** estado del que está bien.
- **Circuito Turístico:** Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan recursos naturales, culturales y humanos,

así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista. El punto de inicio y de fin del circuito es el mismo.

- **Corredor turístico:** Vía de interconexión o ruta de viaje que une en forma natural dos o más centros turísticos dotados de infraestructura y otras facilidades que permitan su uso y desarrollo.

- **Deprimido:** que sufre depresión

- **Demanda turística:** es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor.

- **Demencia:** Deterioro progresivo y crónico de las funciones institucionales, memoria, juicio y capacidad de razonamiento. Siempre es la causa orgánica. Se caracteriza por la alteración de la memoria, cambio de personalidad, pérdida de la capacidad para razonar.

- **Destino turístico:** Territorio delimitado por el turista, donde se oferta un producto turístico en diferentes sitios y agrupa 3 tipos de organizaciones turísticas: empresariales, territoriales, institucionales

- **Envejecimiento:** Conjunto de modificaciones que sufre el organismo con los años y que consiste en una serie de alteraciones susceptibles de aumentar las probabilidades de muerte.

- **Género:** grupo formado por seres u objetos que tienen entre ellos características comunes

- **Geriatria:** es la rama de la medicina que se ocupa de diagnóstico y del tratamiento de los trastornos producto en la vejez y de los cuidados de la tercera edad.

- **Gerontología:** estudio de los fenómenos fisiopatológicos propios de la vejez y de los problemas que se asocian a los mismos.

- **Guía interprete:** Guía capaz de comunicarse con el turista en su propia lengua. Requiere un amplio conocimiento de idiomas y dialectos.
- **Guía de ruta:** Profesional turístico cuya misión es atender al grupo de turistas que acompaña durante un viaje o circuito turístico, debiendo contratar guías locales para la visita de cada población integrada en el itinerario. Se le denomina también acompañante de grupo.
- **Guía de turismo:** Profesional turístico cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita, viaje u otro servicio técnico-informativo turístico. Según las normas legales españolas la actividad propia del guía de turismo es aquella que va encaminada a la prestación, de manera habitual y retribuida, de servicios de orientación, información, asistencia al turista, tanto en material monumental, artístico o histórico.
- **Guía turística de viajes:** Obra escrita (folleto o libro) que informa y aconseja al lector sobre los recursos turísticos, servicios y otros datos de interés de un lugar geográfico determinado.
- **Itinerario:** Sistematización de los desplazamientos turísticos, que determina los modelos de uso y consumo del espacio geográfico en función del tipo de desplazamiento, el objeto del mismo y el uso realizado del destino.
- **Mercado Turístico:** Área geográfica definida que presenta un negocio potencial.
- **Ocio:** es el tiempo que el hombre puede disponer fuera de sus horas de trabajo, es un elemento compensador de las condiciones de trabajo de la vida moderna. El ocio permite, mediante la evasión reparar los desgastes psicofísicos.
- **Paquete turístico:** conjuntos de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.

- **Planificación estratégica de Turismo:** Actividad que consiste en la integración de los recursos y servicios turísticos de interés de un territorio con el fin de construir productos a partir de la calidad e identidad del destino, optimizando la comercialización conjunta, el nivel de satisfacción de la demanda, y el desarrollo económico-social integral del territorio.
- **Planta turística:** Conformada por organizaciones encargadas de producir y explotar servicios turísticos básicos y directos demandados por los turistas para satisfacer sus necesidades y deseos.
- **Producto turístico:** Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que son percibidos como una experiencia turística y permiten satisfacer motivaciones y expectativas.
- **Pobreza:** condición del que no tiene lo necesario para vivir.
- **Producto turístico:** Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.
- **Promoción turística:** conjunto de actividades y acciones propagandísticas a través de campañas publicitarias y relaciones públicas o privadas, para dar a conocer un producto o servicio en el mercado.
- **Promotores:** que promueve da impulso a una cosa.
- **Rentabilidad:** Se refiere a las ganancias que tiene un negocio mientras más utilidad genere más rentable es la empresa.
- **Salud:** Perfecto bienestar a nivel físico, mental y social de un individuo, mientras que enfermedad es la presencia de un mal o afección puntual.
- **Segmento:** Agrupamiento socio psicológico de clientes con características similares en su comportamiento de consumidor / viajero.

- **Solvencia:** Capacidad financiera de una empresa para endeudarse a largo plazo y cubrir los costos inherentes.
- **Sostenibilidad:** Debe de tener calidad, equilibrio y continuidad, es la de poder continuar por si mismo, sin ayuda de otros y sin acabar con los recursos existentes.
- **Transición:** cambio de un estado a otro.
- **Turista:** persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación; alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etcétera
- **Variable Económica:** Nombre que se le da a los agregados macroeconómicos tales como inversión ahorro gasto, etc.
- **Variabilidad:** Su calidad depende de quién, cuando y donde los suministre es producido por diferentes motivos. Los servicios producen y se consumen de manera simultánea, lo que limita el control de calidad.
- **Variable dependiente:** Son los proyectos que para ser realizados requiere que se haga otra inversión.
- **Vejez:** Edad semir, senetud periodo de la vida humana cuyo comienzo se fija comúnmente a los 65 años, caracterizado por la legislación de todas las facultades.
- **Viajar:** ida a un sitio a otro bastante alejado
- **Zona turística:** Territorio donde se oferta diversos productos turísticos, en diferentes destinos, que agrupan a 3 tipos de organizaciones turísticas: empresariales, territoriales, institucionales.

.2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Si diseñamos el circuito turístico, entonces contribuirá en el desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas.

2.4.2 Hipótesis Particulares

1. Si identificamos los circuitos turísticos para los adultos mayores, entonces contribuirá a la promoción del turismo Gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito.
2. Si identificamos las razones del desinterés por parte de las autoridades municipales para los adultos mayores, entonces lograremos su integración social y familiar.
3. Si conocemos las causas de la inexistencia de los paquetes turísticos, entonces tendremos adultos mayores motivados y contentos.

2.4.3. Declaración de Variables

Cuadro 6. Declaración de Variables

CONCEPTO	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
HIPOTESIS GENERAL Si diseñamos el circuito turístico, entonces contribuirá en el desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas.	Circuitos turísticos	Turismo gerontológico

<p>HIPOTESIS PARTICULAR 1</p> <p>Si identificamos los circuitos turísticos para los adultos mayores, entonces contribuirá a la promoción del turismo Gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito.</p>	<p>Circuitos turísticos</p>	<p>Promoción del turismo gerontológico</p>
<p>HIPOTESIS PARTICULAR 2</p> <p>Si identificamos las razones del desinterés por parte de las autoridades municipales para los adultos mayores, entonces lograremos su integración social y familiar.</p>	<p>Autoridades municipales</p>	<p>Integración social y familiar</p>
<p>HIPOTESIS PARTICULAR 3</p> <p>Si conocemos las causas de la inexistencia de los paquetes turísticos, entonces tendremos adultos mayores motivados y contentos</p>	<p>Inexistencia de paquetes turísticos</p>	<p>Adultos mayores motivados y contentos</p>

Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 7. Operacionalización de las Variables

HIPOTESIS GENERAL	CONCEPTO	INDICADORES
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Circuitos turísticos</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Desarrollo del turismo gerontológico</p>	<p>Circuito Turístico es la suma de varios corredores que unen los servicios y productos de un destino turístico con otro(s) destino(s); para el beneficio de las zonas turísticas y para quienes disfrutan del turismo.</p>	<p>I1 número de circuitos turísticos comprado por los adultos mayores</p> <p>I1 numero de circuitos turísticos ofertados por las operadoras de turismo</p>

Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Para el presente estudio, se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

Investigación teórica: Porque se utilizó libros de diferentes autores sobre los diferentes productos turísticos y su efecto en los adultos mayores además de aplicar los conocimientos adquiridos.

Investigación Aplicada: Utilizamos todos los conocimientos de la información sobre el estudio de los productos turísticos y su efecto en los adultos mayores para llevarlos a la práctica y aplicarlos en el diseño del circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas.

Investigación de campo: porque para la investigación recolectamos datos a través de una encuesta la misma que se presentan los resultados obtenidos.

Investigación no experimental: porque se aplicó métodos estadísticos para el tratamiento y análisis del estudio de los productos turísticos y su efecto en los adultos mayores.

Investigación es Histórica: porque para la investigación se recopiló antecedentes históricos, sobre el origen y evolución de los productos históricos

El diseño de la investigación es cuantitativo porque se analizó desde lo general a lo particular con el objetivo de probar las hipótesis y reconocer la importancia del proyecto planteado

3.2 La Población y la Muestra

3.2.1 Características de la población

La población que se tomó para la investigación de este proyecto son los habitantes del Cantón Milagro y Naranjito de acuerdo con el censo realizado por el Instituto

Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en el año 2010 en el Cantón Naranjito 37.186 y finalmente en la ciudad de Milagro con un total de de 166.634 habitantes (83.393 mujeres y 83.241 hombres) con un total de 264.778.

1.2.2 Delimitación de la población

La población que se tomó para la investigación de este proyecto son los habitantes del Cantón Milagro y Naranjito de acuerdo con el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en el año 2010 en el Cantón Naranjito 37.186 y finalmente en la ciudad de Milagro con un total de de 166.634 habitantes (83.393 mujeres y 83.241 hombres) con un total de 264.778.

3.2.3 Tipo de Muestra

La muestra que se aplicó fue probabilística ya que se utilizó la fórmula de probabilidades considerando que la población es finita donde se obtuvo como resultado que se debe aplicar 384 personas.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{N + pq}{\frac{(N - 1) E^2}{K^2} + pq}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población= 166634

p: posibilidad de que ocurra un evento, **p** = 0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, **q** = 0,5

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

$$n = \frac{203.820 (0.5) (0.5)}{\frac{(203.820-1)(0.05)^2 + (0.5) (0.5)}{(1.96)^2}}$$

$$n = \frac{50955}{\frac{(203.820)(0.0025) + 0.25}{3.8416}}$$

$$n = \frac{50955}{\frac{509.5479}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{50955}{132.6394992 + 0.25}$$

$$n = \frac{50955}{132.8894992}$$

$$n = 383.4388745$$

$n = 383$

3.2.5 Proceso de selección

Para el proceso de selección se aplicarán 384 encuestas las mismas que se realizaran en las ciudades de Milagro y Naranjito estará dirigida a 280 adultos mayores y 104 hijos de jubilados.

200 adultos mayores y 50 hijos de jubilados en el Cantón de Milagro.

100 adultos mayores y 33 hijos de jubilados en el Cantón Naranjito.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Los métodos utilizados para el Diseño de un Circuito Turístico para Contribuir al Desarrollo del Turismo Gerontológico en la Ciudades de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas fueron los siguientes:

Método Histórico- Lógico: Porque se tuvo que recurrir a los antecedentes lo cual nos ayudó a comprender la historia, su entorno, además se recopilaron estudios realizados para poder tener una idea clara del Turismo gerontológico

Método Analítico-Sintético: Se estudió cada uno de los problemas para poder sintetizar y llegar a una conclusión.

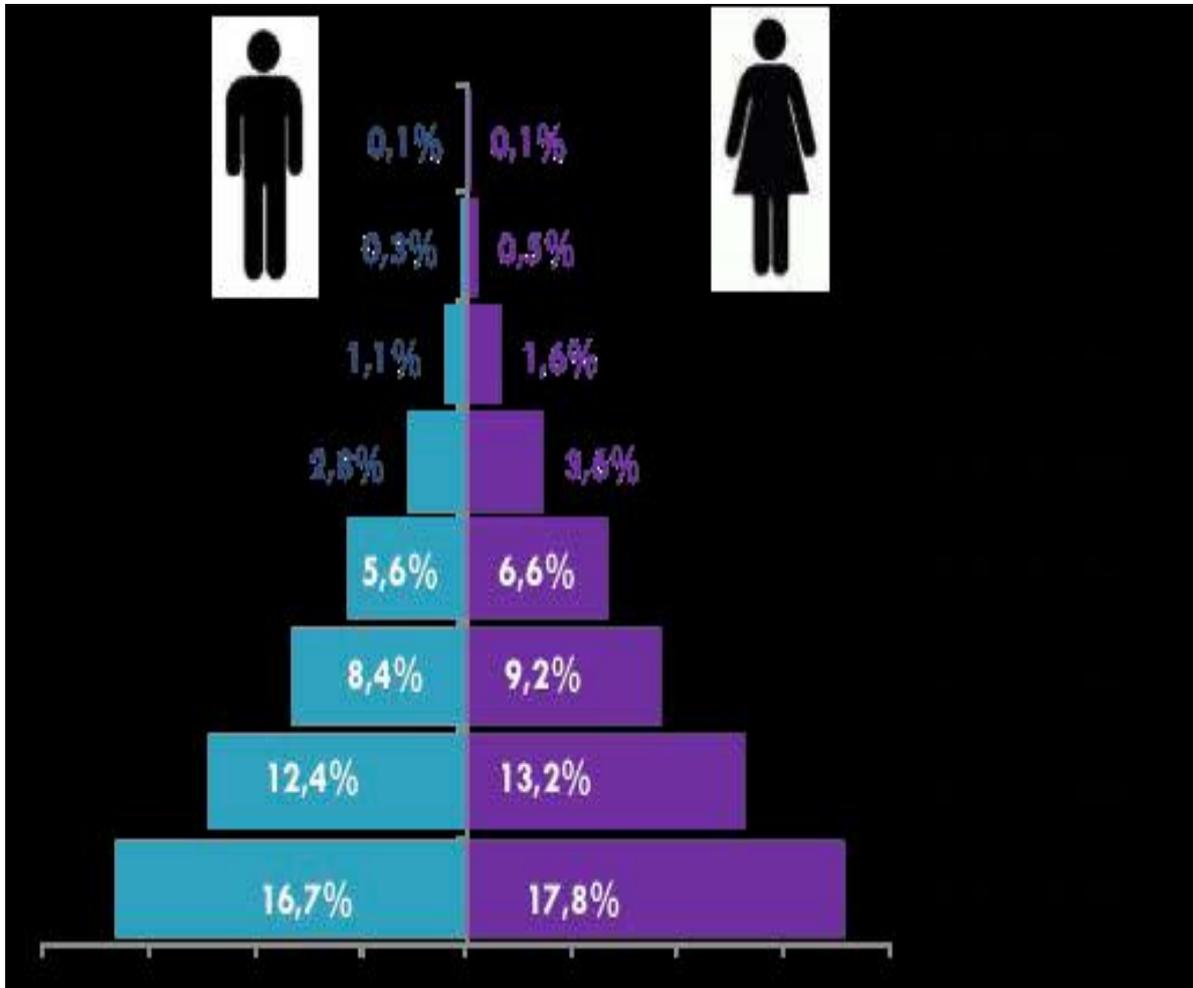
Método Inductivo-Deductivo: Se analizó el problema de manera general a lo particular.

Hipotético-Deductivo: Permitted comprobar las hipótesis y que tengan relación con el problema planteado.

3.3.2 Técnicas e instrumentos

La encuesta.- Estará dirigida a las personas mayores de 65 años con total capacidad de las ciudades de Milagro y Naranjito, la misma que tendrá un cuestionario de 12 preguntas con varias alternativas teniendo como principal objetivo la comprobación y verificación de las hipótesis planteadas.

Figura 6. Grupo de edades de las personas mayores



El gráfico muestra la distribución por género de los diferentes grupos de edad. (SOCIAL, 2013, pág. 35)

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

La técnica que se utilizará en la investigación es la estadística con la cual se recolectará información para ser evaluada y ordenada para tomar decisiones y poder determinar el problema, con la finalidad de explicar los resultados obtenidos.

Con la información de las Encuestas se realizara la tabulación y representación gráfica mediante pasteles, además de la numeración y pie de página a través del

programa informático Microsoft Excel que tiene las características funcionales de analizar información, y visualizar datos en hojas de cálculo, y nos facilitará el análisis e interpretación de resultados.

La información recabada tiene el siguiente proceso:

- Recopilación de los resultados de los instrumentos aplicados
- Diseño de gráficos.
- Análisis y Resultados.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Se Considera que el presente proyecto es factible porque se da a conocer nuevas alternativas a la hora de viajar enfocándonos básicamente en que no existen circuitos turísticos para adultos mayores de las ciudades de Milagro y Naranjito. El instrumento utilizado fue la encuesta dirigida a jubilados y sus hijos de las diferentes asociaciones de las ciudades de Milagro y Naranjito los mismos que están de acuerdo en el Diseño de un circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico.

El diseño de los circuitos turísticos brindara un aporte fundamental al desarrollo turístico y económico ya que se dará a conocer los atractivos turísticos, históricos, naturales y culturales que se encuentran en el Ecuador.

Pregunta 1

¿Cree usted que los productos turísticos para los adultos mayores deben contribuir, en la integración familiar y aportar al desarrollo económico del Cantón Milagro y sus alrededores?

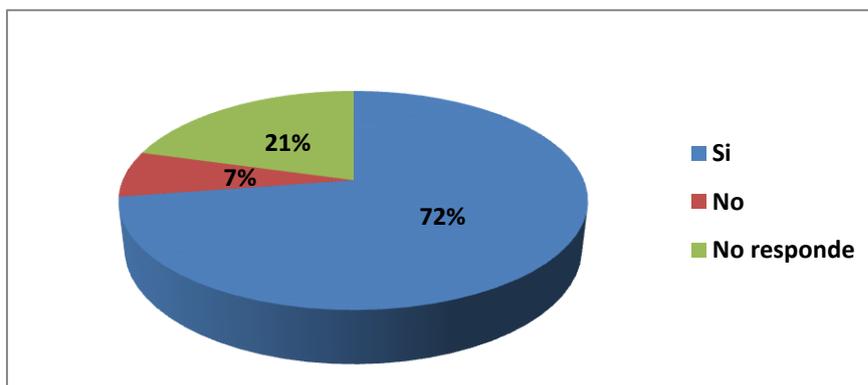
CUADRO #1 Los productos turísticos para los adultos mayores

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
----------	----------	--------------

Si	278	72%
No	26	7%
No responde	79	21%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #1 Porcentaje de Los productos turísticos para los adultos mayores



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, EL 72% respondieron que si están de acuerdo de que los productos turísticos para los adultos mayores contribuirán en la integración familiar y aportaran al desarrollo económico del Cantón Milagro y sus alrededores, el 7% no y el 21% no respondieron.

Este resultado comprueba que la hipótesis general que dice:” Si diseñamos el circuito turístico, entonces contribuirá en el desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas” ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 2.

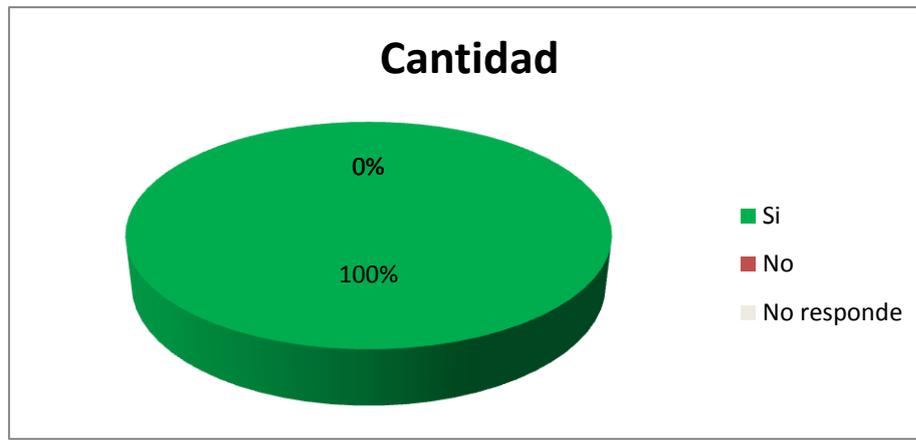
¿Considera Ud. necesario que la integración al núcleo familiar es importante en la sociedad?

CUADRO # 2 La integración al núcleo familiar

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	383	100%
No	0	0
No responde	0	0
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #2 Porcentaje en La integración al núcleo familiar



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, El 100% respondieron que es importante la integración en el núcleo familiar y la sociedad.

Este resultado comprueba que la hipótesis que dice: " Si diseñamos el circuito turístico, entonces contribuirá en el desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 3.

¿Cree usted que se deba implementar una ruta de destinos turísticos para adultos mayores?

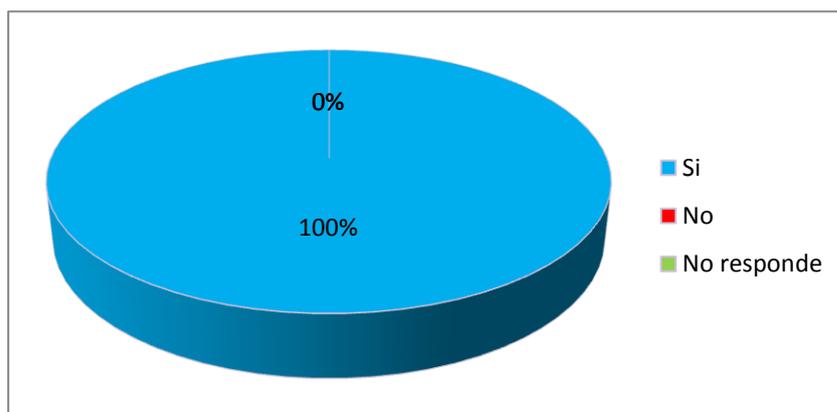
CUADRO #3 Implementar una ruta de destinos turísticos para adultos mayores

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
----------	----------	--------------

Si	383	100%
No	0	0
No responde	0	0
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #3 Porcentaje Implementar una ruta de destinos turísticos para adultos mayores



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta para esta pregunta, El 100% respondieron que si se debe implementar una ruta de destinos turísticos para adultos mayores.

Este resultado comprueba que la hipótesis que dice: " Si diseñamos el circuito turístico, entonces contribuirá en el desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 4.

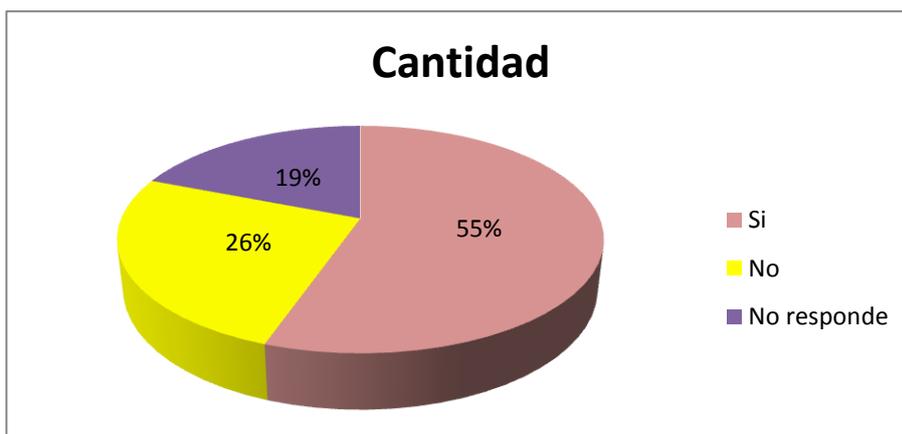
¿Cree Ud. que los adultos mayores deberían realizar sus viajes acompañados de un guía profesional?

CUADRO #4 Viajes acompañados con guías

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	212	55%
No	98	26%
No responde	73	19%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #4 Porcentaje de Viajes acompañados con guías



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta. El 55% están de acuerdo los adultos mayores deberían realizar sus viajes acompañados de un guía profesional, el 26% no y el 19% no respondieron.

Este resultado comprueba que la hipótesis que dice: "Si diseñamos el circuito turístico, entonces contribuirá en el desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente

Pregunta 5.

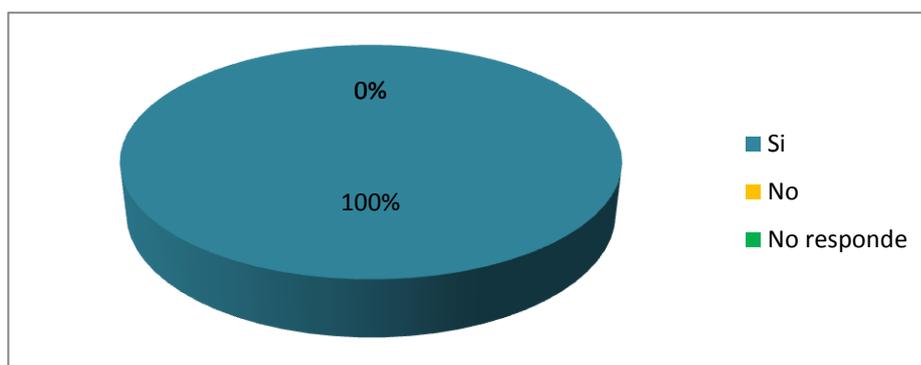
¿Considera Ud. que es necesario tener un número determinado de programas turísticos para los adultos mayores?

CUADRO #5 Número determinado de programas turísticos para adultos mayores

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	383	100%
No	0	0
No responde	0	0
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #5 Porcentaje de Número determinado de programas turísticos para adultos mayores



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta. El 100% consideran necesario tener un número determinado de programas turísticos para los adultos mayores.

Este resultado comprueba que la hipótesis que dice: "Si identificamos los circuitos turísticos para los adultos mayores, entonces contribuirá a la promoción del turismo Gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 6.

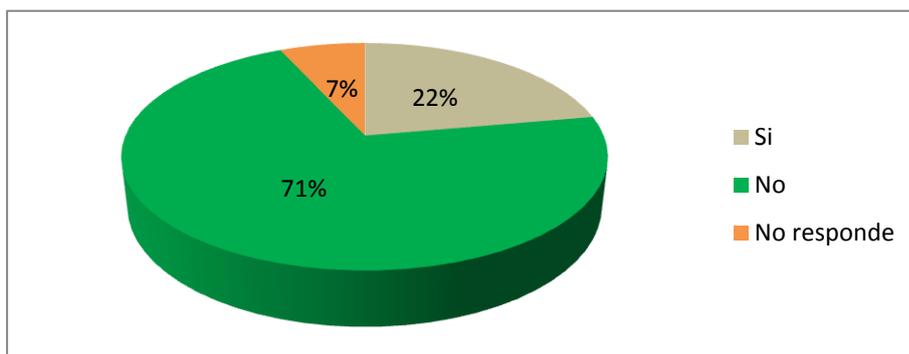
¿Cree Ud. que la ciudad de Milagro cuenta con suficientes programas turísticos para los adultos mayores?

CUADRO #6 Programas turísticos en la ciudad de Milagro

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	85	22%
No	272	71%
No responde	26	7%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #6 Porcentaje de Programas turísticos en la ciudad de Milagro



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, El 77% están de acuerdo de que la ciudad de Milagro no cuenta con suficientes programas turísticos para los adultos mayores, el 22% si y el 7% no respondieron.

Este resultado comprueba que la hipótesis que dice: " Si identificamos los circuitos turísticos para los adultos mayores, entonces contribuirá a la promoción del turismo Gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 7.

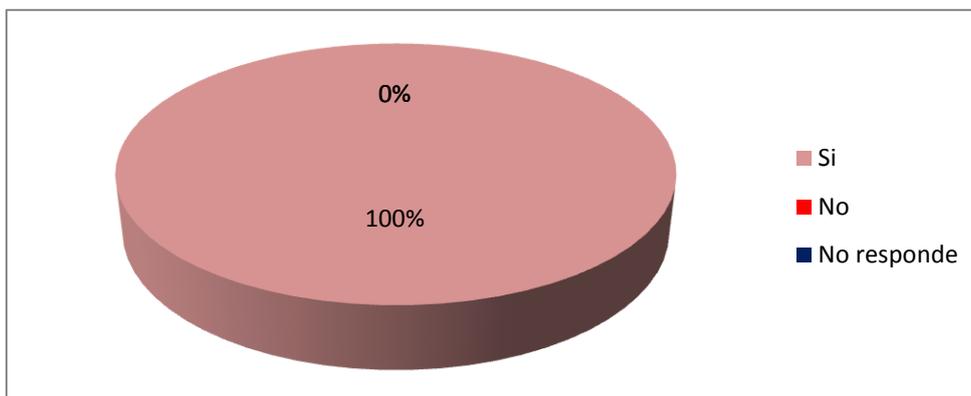
¿Considera Ud. importante que el ministerio de turismo debería promover el turismo para los adultos mayores?

CUADRO #7 Promoción del turismo para los adultos mayores

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	383	100%
No	0	0
No responde	0	0
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #7 Porcentaje de Promoción del turismo para los adultos mayores



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, El 100% consideran importante que el ministerio de turismo debería promover el turismo para los adultos mayores.

Este resultado comprueba lo que dice la hipótesis que: "Si identificamos los circuitos turísticos para los adultos mayores, entonces contribuirá a la promoción del turismo Gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 8.

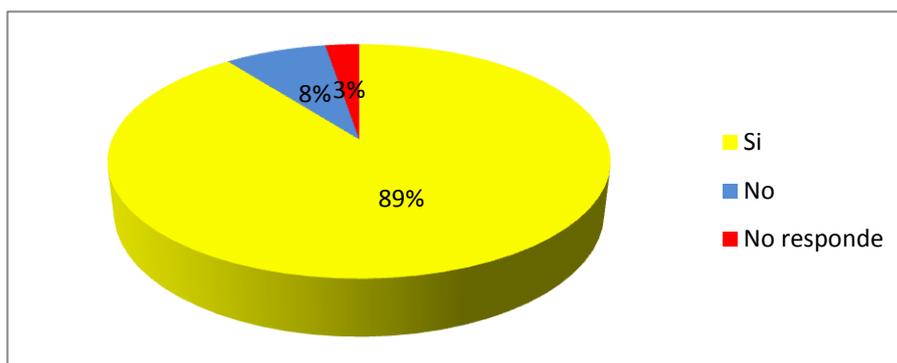
¿Cree Ud. que si las autoridades municipales crearan productos turísticos para los adultos mayores, estos lograrían la integración social y familiar?

CUADRO #8 Integración social y familiar a través de programas turísticos

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	343	89%
No	30	8%
No responde	10	3%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #8 Porcentaje Integración social y familiar a través de programas turísticos



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, El 89% los mismos que están de acuerdo de que si las autoridades municipales crearán productos turísticos para los adultos mayores, lograrían la integración social y familiar, el 8% no y el 3% no respondieron.

Este resultado comprueba lo que dice la hipótesis que: "Si identificamos las razones del desinterés por parte de las autoridades municipales para los adultos mayores, entonces lograremos su integración social y familiar" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 9.

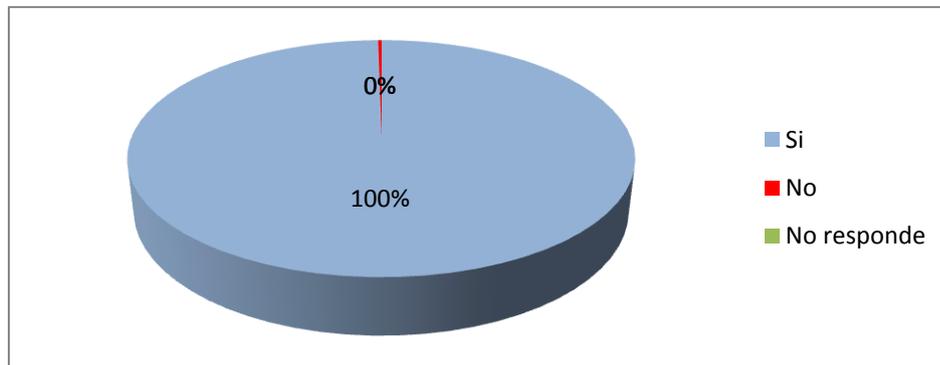
¿Considera Ud. que existe desinterés por parte de las autoridades municipales en sector turístico?

CUADRO #9 Desinterés en el sector turístico

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	382	100%
No	1	0
No responde	0	0
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #9 Porcentaje de Desinterés en el sector turístico



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, El 100% los mismos que consideran el desinterés por parte de las autoridades municipales en el sector turístico.

Este resultado comprueba lo que dice la hipótesis que: "Si identificamos las razones del desinterés por parte de las autoridades municipales para los adultos mayores, entonces lograremos su integración social y familiar" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 10.

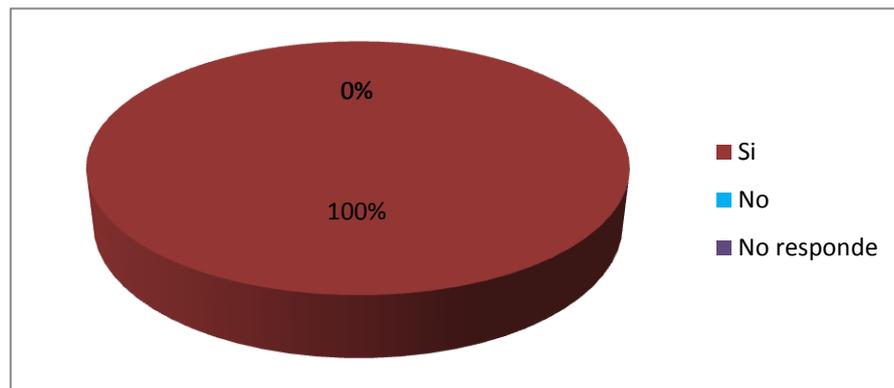
¿Cree Ud. que las autoridades municipales deben implementar programas para lograr una integración social y familiar?

CUADRO #10 Implementación de programas turísticos por parte de las autoridades municipales

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	383	100%
No	0	0
No responde	0	0
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #10 Porcentaje Implementación de programas turísticos por parte de las autoridades municipales



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, El 100% los mismos que consideran que las autoridades municipales deben implementar programas para lograr una integración social y familiar.

Este resultado comprueba lo que dice la hipótesis que: "Si identificamos las razones del desinterés por parte de las autoridades municipales para los adultos mayores, entonces lograremos su integración social y familiar" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 11.

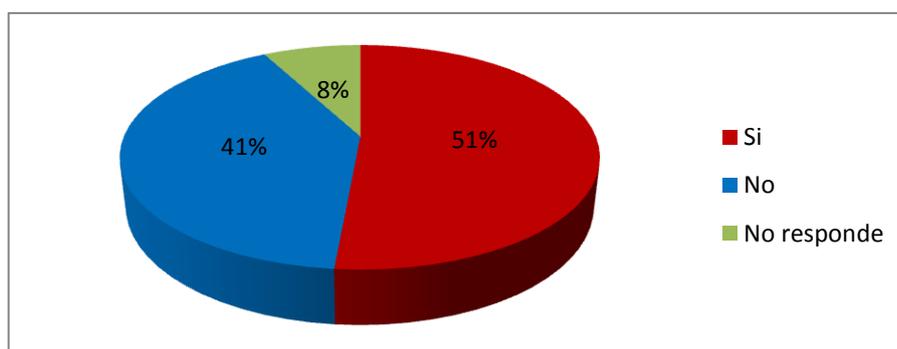
¿Considera Ud. que si se conocen las causas de la inexistencia de los productos turísticos para los adultos mayores se definirán nuevos destinos que los motive e integre a la familia?

CUADRO #11 Inexistencia de productos turísticos

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
Si	197	51%
No	156	41%
No responde	30	8%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Gráfico #11 Porcentaje de Inexistencia de productos turísticos



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
 Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, El 51% los cuales consideran que si se conocen las causas de la inexistencia de los productos turísticos para los adultos mayores se definirán nuevos destinos que los motive e integre a la familia, el 41% no y el 8% no respondieron.

Este resultado comprueba lo que dice la hipótesis que: "Si conocemos las causas de la inexistencia de los paquetes turísticos, entonces tendremos adultos mayores motivados y contentos" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

Pregunta 12.

¿Considera Ud. importante el estudio de las causa de la inexistencia de los productos turísticos para los adultos mayores?

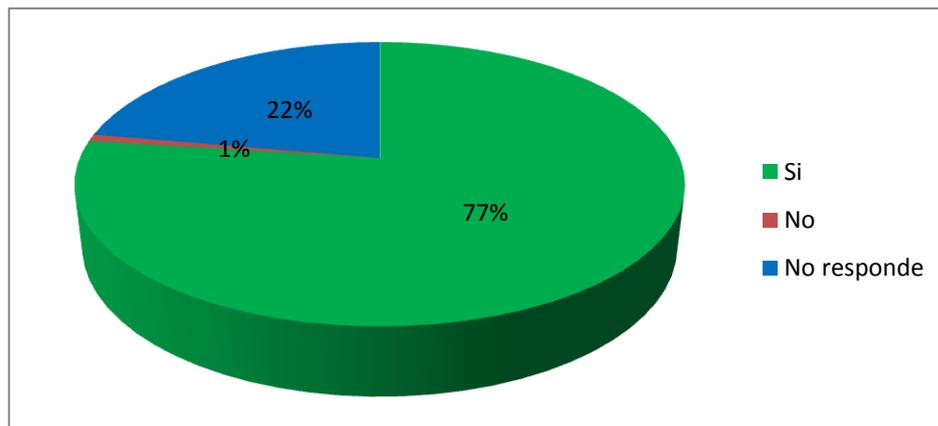
CUADRO #12 Causas de la inexistencia de los productos turísticos

Opciones	Cantidad	% Porcentaje
----------	----------	--------------

Si	295	77%
No	3	1%
No responde	85	22%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Grafico #12 Porcentaje de Causas de la inexistencia de los productos turísticos



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Como resultados de la encuesta, para esta pregunta, El 77% considera importante el estudio de las causas de la inexistencia de los productos turísticos para los adultos mayores, el 1% no y el 22% no respondieron.

Este resultado comprueba lo que dice la hipótesis que: "Si conocemos las causas de la inexistencia de los paquetes turísticos, entonces tendremos adultos mayores motivados y contentos" ya que los adultos mayores e hijos respondieron positivamente.

4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS

4.4.1 Hipótesis General

La hipótesis general queda probada con las respuestas dadas a las preguntas 1, 2, 3 y 4, cuyo resultado fueron 72, 100, 100 y 55% afirmativa, demostrando el hecho que "Si diseñamos el circuito turístico, entonces contribuirá en el desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del

Guayas". Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigadoras que según Philip Kotler en su teoría expuesta en el año de 1990 el cual considera que «Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas».

4.1.2 Hipótesis particulares

Hipótesis particular 1

La hipótesis particular uno queda probada con las respuestas dadas a las preguntas 5, 6, y 7, cuyo resultado fueron 100, 71, y 100% afirmativa, demostrando el hecho que "Si identificamos los circuitos turísticos para los adultos mayores, entonces contribuirá a la promoción del turismo Gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito". Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigadoras que según Philip Kloter en su teoría expuesta en el año de 1990 el cual considera que «Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas».

Hipótesis Particular 2

La hipótesis particular dos queda probada con las respuestas dadas a las preguntas 8, 9, y 10, cuyo resultado fueron 89, 100, y 100% afirmativa, demostrando el hecho que "Si identificamos las razones del desinterés por parte de las autoridades municipales para los adultos mayores, entonces lograremos su integración social y familiar". Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigadoras que según Philip Kotler en su teoría expuesta en el año de 1990 el cual considera

que «Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas».

Hipótesis Particular 3

La hipótesis particular tres queda probada con las respuestas dadas a las preguntas 11, y 12, cuyo resultado fueron 51, y 77% afirmativa, demostrando el hecho que "Si conocemos las causas de la inexistencia de los paquetes turísticos, entonces tendremos adultos mayores motivados y contentos". Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigadoras que según Philip Kotler en su teoría expuesta en el año de 1990 el cual considera que «Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas».

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de un circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia del Guayas.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Los circuitos turísticos para los adultos mayores consisten en brindar una nueva alternativa a la hora de realizar sus viajes, teniendo la oportunidad de disfrutar de cada uno de los destinos que ofrece nuestro país.

Los circuitos turísticos para los adultos mayores ayudaran a promocionar destinos y rutas adecuadas para este segmento del mercado turístico con el objetivo de ofrecer mejores oportunidades además de conocer y disfrutar cada uno de los rincones que ofrece el Ecuador, teniendo como prioridad contribuir al desarrollo social y económico del Cantón Milagro y sus alrededores.

El Ecuador es un país con gran biodiversidad ya que cuenta con 4 regiones Costa, Andes, Oriente y Región Insular Galápagos:

Región Costa uno de los lugares más visitado por los adultos mayores son las playas ya que el agua del mar tiene como principal beneficio aliviar la circulación y contribuir al mejoramiento de las enfermedades reumáticas, uno de los destinos más visitados por los turistas nacionales y extranjeros son las Islas Galápagos ya que la misma mantiene su ecosistema y biodiversidad sin alteraciones además de ser reconocidas a nivel mundial por su flora y fauna.

Región Andes se caracteriza por una tendencia beneficiosa y responsable la misma que se está desarrollando con fuerza; se trata de turismo comunitario que diversifica las necesidades del visitante ya que cumple con las expectativas esperadas de varias familias, la región cuenta con un sin número paisajes montañosos y naturales además de un clima acogedor.

La ciudades de Cuenca, Salinas y Vilcabamba son las ciudades más visitadas por los adultos mayores Europeos para hacer de estos lugares su residencia sin dejar

de mencionar que la ciudad de Cuenca cuenta con uno de los programas más importantes como es Cuenca For expats el mismo que es un programa creado por la Cámara de Comercio para los extranjeros que residen en la capital Azuaya.

La región amazonia llamada también Oriental, se caracteriza por poseer el más extenso conjunto de vegetación del mundo, regado por un sistema fluvial el cual permite la conservación de la biodiversidad natural el mismo que es visitado por turistas quienes buscan un encuentro con la naturaleza además de conocer la parte étnica de cada región .

Puerto Misahuallí también visitado por personas que gustan realizar el turismo gerontológico en la provincia de Orellana es una selva virgen llena de cultura de las comunidades indígenas costumbres, tradiciones y artesanías.

El Parque Nacional Yasuni, posee un ecosistema variado y una diversidad en flora y fauna siendo atravesado por los caudalosos ríos como el Napo, Yasuní, Tiputini, Nashiño, Cononaco y varios afluentes del Curaray por medio de estas afluentes se puede tener acceso a ciertos sectores del Parque y realizar recorridos.

5.3 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a las recomendaciones y resultados de la investigación se estableció que es necesario la creación de una ruta turística adecuada para los adultos mayores, ya que este mercado es considerado como el de mayor importancia en el sector turístico por su importante aporte de fuentes de ingresos para agencias de viajes, aerolíneas, hoteles, transporte entre otros, el mismo que por su condición

tiene la necesidad de realizar actividades durante el tiempo libre ya sea por motivos de salud, conocimiento y ocio.

Ecuador es un país mega diverso conocido y promocionado a nivel mundial por sus innumerables atractivos turísticos además de contar con grandes perspectivas de desarrollo.

El turismo se ha convertido en un eje de vital importancia para la reactivación económica de nuestro país, ya que interviene en la generación de fuentes de empleo, inversión local y extranjera además de ayudar al fomento y desarrollo de ciertas infraestructuras del campo turístico, pretendiendo diseñar productos turísticos que beneficien a los adultos mayores teniendo como principal objetivo motivar a las autoridades municipales en la ejecución de programas turísticos dirigidos a los adultos para incentivar la participación en las diversas actividades que se desarrollan.

Los productos turísticos para adultos mayores se basa en un segmento de personas cuya edad oscila desde los 65 años de edad los cuales realizan viajes en forma individual o grupal. Este segmento ha tomado mayor importancia en el sector turístico siendo una importante fuente de ingresos para el campo turístico es decir en agencias de viajes, aerolíneas, hoteles etc.

Los adultos mayores realizan sus viajes para conocer las costumbres, tradiciones de los diferentes pueblos y ciudades que visitan además de desestresarse y salir de la rutina cotidiana.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Integrar a los adultos mayores en el núcleo familiar, mediante la creación de una ruta turística la misma que promueva la participación de los mismos para la contribución

en su bienestar, además del desarrollo económico del Cantón Milagro y sus alrededores.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Promover el turismo gerontológico mediante una ruta turística adecuada para los adultos mayores.
- Incentivar a la integración de los adultos mayores en el núcleo familiar, mediante programas que contribuyan a su bienestar.

5.5 UBICACIÓN

La oficina de información turística para promover la ruta turística adultos mayores en acción estará ubicada en el edificio Villavicencio en las calle Juan Montalvo y 9 de octubre.

Figura 7. Ubicación de la Oficina



Fuente: Google maps

5.6 FACTIBILIDAD

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se lo realizo a las personas mayores de 65 años de las ciudades de Milagro y Naranjito donde se dio a conocer los lugares que les gustaría visitar, que regiones les gustaría conocer, cuáles son sus necesidades y

requerimientos a la hora de viajar y cuál es el clima adecuado para ellos al conocer los beneficios de los mismos.

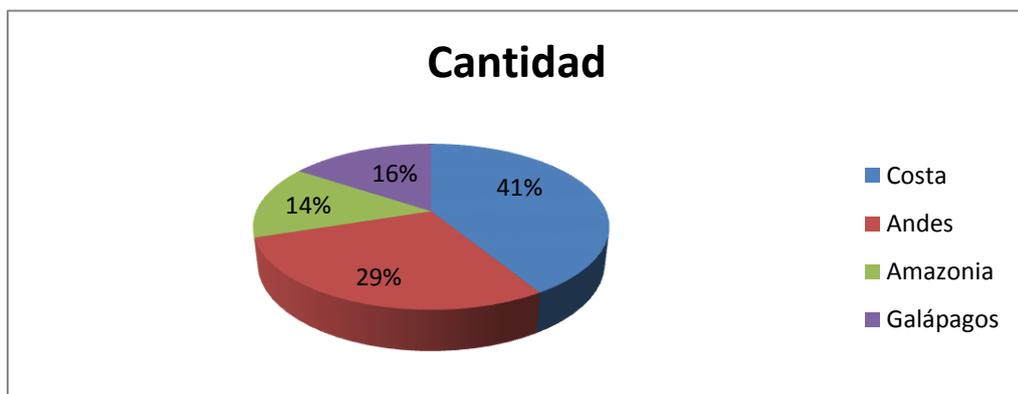
1.- ¿Cuáles de las regiones le gustaría conocer?

Cuadro 8. Principales Regiones que le gustaría viajar

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Costa	158	41%
Andes	110	29%
Amazonia	55	14%
Galápagos	60	16%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Figura 8. Principales Regiones que les gustaría visitar



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Análisis:

Como resultados de la encuesta realizada en el presente estudio de mercado se obtuvieron los siguientes resultados el 41 % considera que les gustaría viajar a la región Costa, el 29 % a la región Andes , 16% región Insular o Galápagos y el 14% la región Amazónica resaltando que se encuestaron 383 personas adultas mayores de las ciudades de Milagro y Naranjito

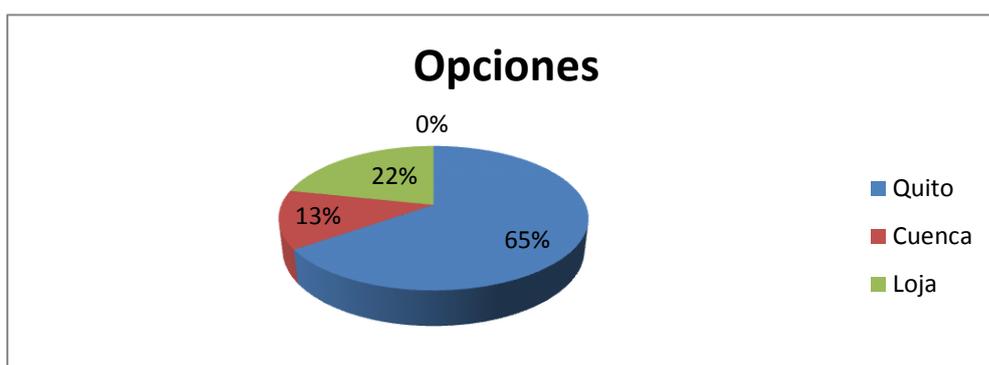
2.- ¿Qué provincias del Ecuador le gustaría viajar?

Cuadro 9. Ciudades del Ecuador

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Quito	250	65%
Cuenca	50	13%
Loja	83	22%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Figura 9. Playas del Ecuador



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Análisis:

Como resultados de la encuesta realizada en el presente estudio de mercado se obtuvieron los siguientes resultados el 65 % considera que les gustaría viajar a la ciudad de Quito, el 22 % a la ciudad de Loja y el 13 % a la ciudad de Cuenca resaltando que se encuestaron 383 personas adultas mayores de las ciudades de Milagro y Naranjito con el objetivo de conocer cuál sería la principal ciudad para formar parte del Circuito turístico a ofrecer.

3. ¿Qué playas del Ecuador le gustaría viajar?

Cuadro 10. Playas del Ecuador

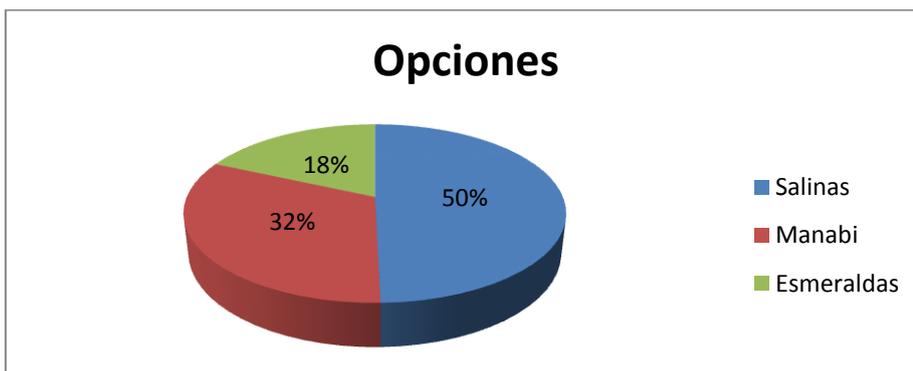
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Salinas	190	50%

Manabí	123	32%
Esmeraldas	70	18%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito

Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Figura 10. Playas del Ecuador



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito

Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Análisis:

Como resultados de la encuesta realizada en el presente estudio de mercado se obtuvieron los siguientes resultados el 50 % considera que les gustaría viajar a las playas de Salinas, el 32 % a las playas de Manabí y el 18 % a las playas de Esmeraldas resaltando que se encuestaron 383 personas adultas mayores de las ciudades de Milagro y Naranjito con el objetivo de conocer cuál sería la playa que les gustaría visitar a la hora de viajar.

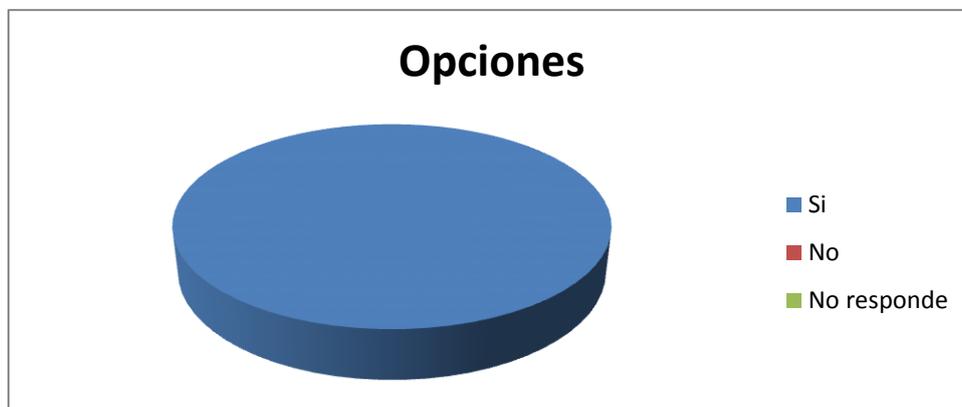
4. ¿Cree necesario realizar los viajes acompañados de un guía profesional?

Cuadro 11. Viajes acompañado de guías

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0
No responde	0	0
Total	100	0

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Figura 11. Viajes acompañado de guías



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Análisis:

Como resultados de la encuesta realizada en el presente estudio de mercado se obtuvieron los siguientes resultados el 100 % considera que les gustaría viajar acompañados de un guía profesional en el sector turístico resaltando que se encuestaron 383 personas adultas mayores de las ciudades de Milagro y Naranjito con el objetivo de conocer las necesidades, gustos y preferencias de nuestro mercado objetivo en este caso de las personas adultas mayores

5. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

Cuadro 12. Tipo de Turismo

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Cultural	135	35%
Ecológico	90	24%
Playa	158	41%
Total	383	100%

Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Figura 12. Tipo de Turismo



Fuente: Población de la ciudad de Milagro y Naranjito
Autores: Ingrid Aigaje y Lissette López

Análisis:

Como resultados de la encuesta realizada en el presente estudio de mercado se obtuvieron los siguientes resultados el 35 % considera que les gustaría conocer y aprender del turismo cultural, el 41 % visitar las playas de nuestro país y el 24 % turismo ecológico resaltando que se encuestaron 383 personas adultas mayores de las ciudades de Milagro y Naranjito.

Análisis General

Como análisis general del estudio de mercado realizado se obtuvo como resultado que los adultos mayores consideran que les gustaría visitar las regiones Costa y Sierra. Dentro de los tipos de viajes que les gustaría realizar son: el turismo cultural y el turismo de sol y playa.

Los adultos mayores concuerdan que es necesario realizar los viajes en compañía de un auxiliar de enfermería, además consideran que los viajes deben realizarse en compañía de un guía turístico ya que serían mejor planificados.

Los adultos mayores consideran que les gustaría visitar Quito la capital de Ecuador ya que cuenta con un sin número de atractivos turísticos resaltando el turismo cultural.

Los adultos mayores les gusta viajar a la provincia de Santa Elena - Salinas por las propiedades y beneficios del agua del mar ya que contribuyen al mejoramiento de las enfermedades reumáticas.

1. ASPECTOS DE MERCADO

a. Mercadeo (Investigación de Mercadeo)

I. Análisis e investigación de mercados

El estudio de mercado en el cual nos concentramos son los jubilados de las ciudades de Milagro y Naranjito además de la Asociaciones e instituciones que cuentan con adultos mayores.

II. Análisis del entorno

Milagro por ser una Ciudad con mayor cantidad de adultos mayores que la ciudad de Naranjito.

III. Análisis del micro-entorno

Los adultos mayores de la Ciudad de Milagro y Naranjito están conscientes de que será de gran apoyo que exista un Circuito Turístico dirigido a los Adultos Mayores, ya que contribuirá al desarrollo social y económico.

IV. Análisis de demanda cualitativa

Se tiene en consideraciones cuales son las necesidades en el campo turístico para los adultos mayores

V. Segmentación de mercados

Trabajamos con los adultos mayores de la Ciudad de Milagro y Naranjito.

Figura 13. Población de Milagro y

Naranjito



Fuente: Instituto Nacional Estadístico y Censo (2010)

VI. Definición de estrategia competitiva

- Por cada 15 adultos mayores, uno tendrá hospedaje y alimentación free

VII. Definición de estrategias de mercadeo (Marketing mix)

- Periódicos
- Revista

b. Demanda (Los productos y servicios que el mercado requiere para la satisfacción de una necesidad específica a un precio accesible).

I. ¿Quiénes son los clientes?

Nuestros clientes son los Adultos Mayores de la Ciudad de Milagro y Naranjito.

II. ¿Cuáles son sus características?

- Son mayores de 65 años
- Algunos ya se jubilaron
- Viven con su familia
- Otros viven solo
- Subsidiados por el estado

III. ¿Cómo llegar a ellos?

Mediante promociones y publicidad a través de diversos medios de comunicación y trabajando conjuntamente con Asociaciones e instituciones de Adultos Mayores.

IV. Sus exigencias de servicio

Tener como principal objetivo brindar un servicio de calidad

- c. Oferta** (Competencia - Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado)

Ofreceremos paquetes turísticos de 3 días y 2 noches adaptado para adultos mayores (65 años en adelante)

d. Productos

DESARROLLO DEL PRODUCTO TURISTICO

CIRCUITO # 1

Nombre del circuito: QUITO EN SU MAYOR ESPLENDOR

Figura 14. Circuito Quito en todo su Esplendor



Autoras: Ingrid Aigaje – Lissette López

Incluye:

- Desayuno
- Transportación
- Alojamiento
- Guía profesional

SITIOS A VISITAR

- Centro histórico de Quito
- Palacio de Carondelet
- Basílica
- Mirador San Juan
- Plaza de la Independencia
- Iglesia de la Compañía
- San Francisco
- El Sagrario
- El Panecillo
- Mitad del Mundo

ITINERARIO

05:30 am Concentración en el parque central

06:00 am Bienvenida.- por parte del guía

07:30 am Desayuno típico en la ciudad de Babahoyo

10:30 am Parada en Quevedo para la realización de ejercicios de relajación y se entregara el box lunch

13:00 pm Almuerzo en Santo Domingo de los Tsachilas

17:30 pm Llegada a la ciudad de Quito

18:00 pm Check in en el Hotel Reina Isabel

20:00 pm Cena

Día 1

07:00 am Desayuno

08:00 am City tour Quito Colonial

Centro histórico de Quito

Palacio de Carondelet

Basílica

12:00pm Almuerzo

Plaza de la Independencia

Iglesia de la Compañía

El Panecillo

17:00 pm regreso al hotel

Día 2

07:00 am Desayuno

08:00 am Mitad del Mundo

12:00 pm Almuerzo

Museo Etnográfico

Planetario

17:00 pm Retorno al Hotel

Día 3

07:00 am Desayuno

08:00 am Retorno a Milagro.

e. Precio (Valor del bien o servicio a ofertar y el valor de proyección)

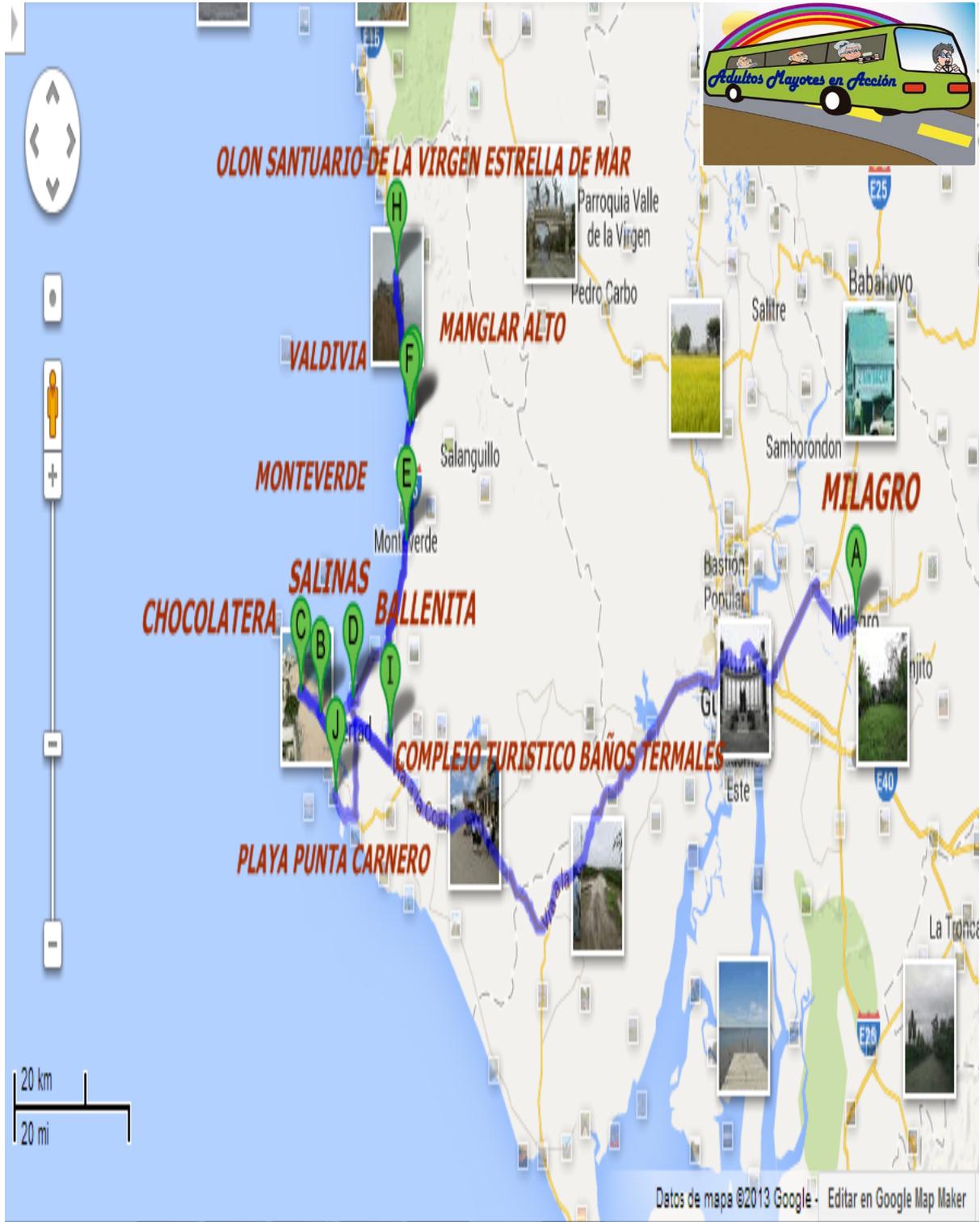
Precio por paquete:



CIRCUITO # 2

Nombre del Circuito: SOL, ARENA Y MAR

Figura 15. Circuito Sol, Arena y Mar



Autoras: Ingrid Aigaje – Lissette López

INCLUYE

- Alojamiento
- Transportación
- Guía profesional
- Entrada al Complejo Turístico de San Vicente

SITIOS A VISITAR

- Chocolatera y salineros
- Ballenita y museo Fararon Dillon
- Ruta del Spondylus.- San Pablo, Monteverde, Valdivia, Manglar Alto,
- Olon virgen de la estrella de mar
- Complejo turístico baños termales
- Playa punta carnero

ITINERARIO

Día 1

06:00 am Inicio del recorrido partiendo desde la Ciudad de Milagro
Bienvenida-Guía

07:30 am Desayuno típico en Chongon

10:00 am Recorrido por el malecón de Salinas

10:30 am Visita a la chocolatera y los salineros frente a Mar Bravo

13:00 pm Almuerzo costeño

14:30 pm Visita al museo Farallón Dillon

15:30 pm Visita a la playa de Ballenita se realizar ejercicios de relajación

17:00 pm Check in en el hotel suite Salinas

19:00 pm Cena e integración de los Adultos mayores

20:00 pm Fogata en la playa

Día 2

07:30 am Desayuno

Recorrido por las principales playas de Salinas y ruta del Spondylus
San Pablo, Monteverde, Valdivia, Manglar Alto,

En Olón visita al mirador y santuario de la virgen de la estrella de mar

13:00 pm Almuerzo

Retorno al hotel

Día 3

07:30 am Desayuno en el hotel

Visita al complejo turístico de San Vicente el cual cuenta con piscinas termales de origen volcánico y una de lodo terapéutico.

13:00 pm Almuerzo.

Visita y caminata la playa de Punta Carnero.

17:00 pm retorno a Milagro



Estudio de la Competencia.

La Ruta turística Adultos Mayores en Acción será la primera en la ciudad de Milagro lo cual permitirá que exista un gran desarrollo turístico y brindará a los Adultos Mayores una nueva alternativa de recreación a la hora de viajar.

Publicidad

La publicidad se la realizará por medios de comunicación en la Ciudad de Milagro y Naranjito por medio de internet, Gigantografía como medio de publicidad para poder llegar a los jubilados y adultos mayores.

Figura 16. Logotipo de la Microempresa Adultos Mayores en Acción



AUTORAS: Aigaje Ingrid – López Lissette

5.7 Descripción de la Propuesta

La Ruta turística Adultos Mayores en acción está enfocada en las personas adultas mayores, la misma que permitirá realizar un turismo adecuado en la provincia de Pichincha y Santa Elena considerando jubilados, y personas a partir de los 65 años de edad.

Se pretende dar a conocer una opción de turismo para las personas adultas mayores, uno de los puntos más importantes es el turismo gerontológico, sin embargo, debido al gran aumento de la población de mayores de 65 años, debe dirigirse a asociaciones e instituciones geriátricas, donde se proyecta posicionar las provincias de Pichincha y Santa Elena como uno de los destinos adecuados por sus beneficios en las personas.

Mediante la siguiente propuesta se pretende brindar al adulto mayor varias alternativas tales como; descanso y entretenimiento a través de los diferentes

circuitos turísticos que se ofrecen con personal capacitado para dirigir adultos mayores el mismo que beneficiara a grupos de jubilados, pensionados, entre otros.

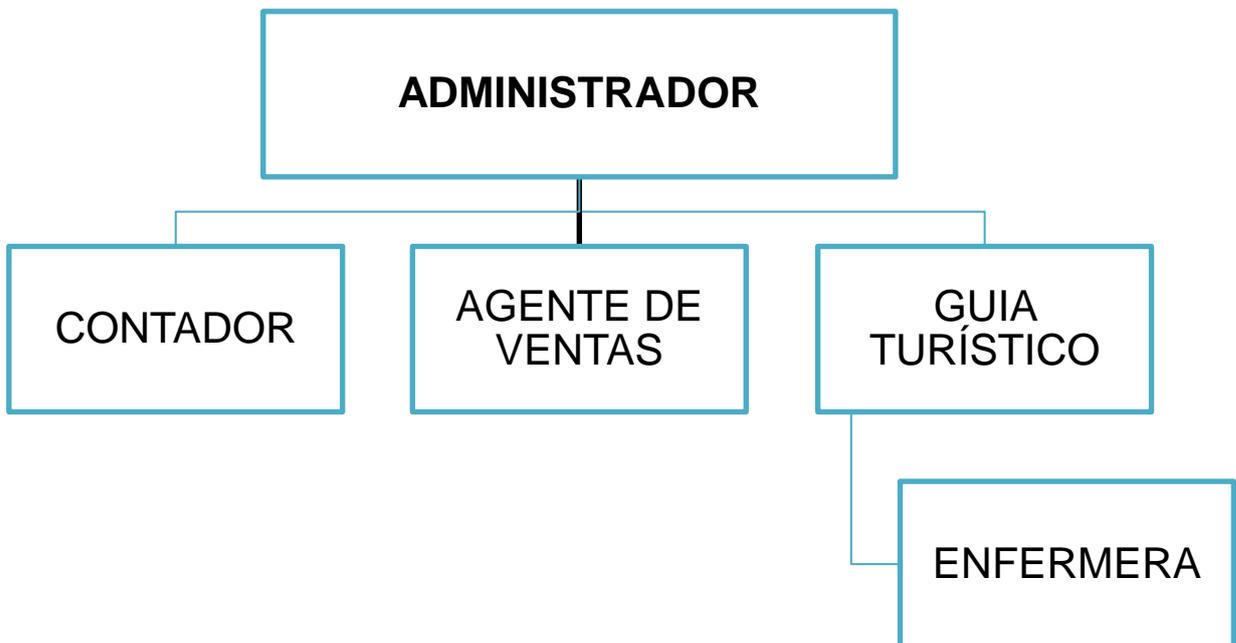
Se tiene la gran ventaja de estar en un país privilegiado como lo es Ecuador considerando las 4 regiones naturales que posee: Costa, Andes, Amazonia y Galápagos.

Esta propuesta resultó precisamente del Estudio de los productos turísticos y su efecto en los adultos mayores, los mismos que se realizaron con las personas mayores de 65 años de las ciudades de Milagro y Naranjito donde expresaron que lugares les gustaría visitar donde quisiera estar y cuál es el clima adecuados para ellos.

5.7.1 Administración

5.7.1.1 Organización

Figura 17. Administración



5.7.1.2 Funciones

5.7.1.2.1 ADMINISTRADOR

Información General

OBJETIVO DEL CARGO

El administrador se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

Funciones

✓ **Planificar objetivos y estrategias:**

- a. Establecer objetivos, metas, estrategias y políticas para la gestión y desempeño de la empresa.
- b. Definir necesidades y prioridades para la disposición y optimización de recursos humanos y económicos.
- c. Planear y desarrollar nuevos productos y procesos.
- d. Indicar las necesidades de inversión.
- e. Establecer cronogramas, plazos y presupuestos.

✓ **Analizar y evaluar resultados para proponer acciones:**

- a. Analizar resultados y evaluar cumplimiento de metas, objetivos y estándares de calidad definidos.
- b. Controlar costos; analizar proyecciones financieras.
- c. Analizar el estado de productividad y rentabilidad.
- d. Determinar el flujo de informaciones.

- e. Analizar resúmenes contables, financieros, patrimoniales y de personal.
- f. Desarrollar y supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia.

✓ **Alcanzar objetivos esperados:**

- a. Lograr la máxima rentabilidad.
- b. Mantener el valor comercial del hotel.
- c. Aumentar la proyección de desarrollo en el mercado.
- d. Impulsar nuevos negocios.
- e. Mantener información sobre nuevas tecnologías y todos los aspectos del establecimiento, del objeto del negocio y afines.
- f. Representar a la empresa en eventos y en la comunidad.
- g. Establecer y mantener una red de contactos con asociaciones, sindicatos, instituciones públicas y privadas.
- h. Trabajar en alianza con empresas del sector.
- i. Participar en las soluciones de conflictos laborales y judiciales.
- j. Elaborar resúmenes e informes escritos y orales.

✓ **Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento:**

- a. Planear, organizar e implementar reformas y mejoras.
- b. Definir y aplicar procedimientos de seguridad.
- c. Promover el entrenamiento para emergencias

5.7.1.2.2 AGENTE DE VENTAS

Información General

OBJETIVO DEL CARGO

El agente de ventas se ocupa principalmente, de recibir, atender, efectuar la venta al cliente además demandas de viajes y su operación, comprometiéndose con la excelencia en la prestación de los servicios.

FUNCIONES

✓ **Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing):**

- a. Investigar y analizar tendencias del mercado.
- b. Definir objetivos y metas periódicas.
- c. Analizar la participación de la empresa en el mercado, tasa de ocupación hotelera, promedio diario y flujo de venta de productos y servicios.
- d. Definir política de precios; promover las ventas.
- e. Construir y mantener la imagen de la empresa de alojamiento.
- f. Identificar nuevos mercados.
- g. Determinar perfil de los clientes.

✓ **Planear y programar actividades:**

- a) Identificar las necesidades de los turistas de acuerdo a sus intereses
- b) Organizar excursiones y actividades de acuerdo con la edad de los turistas, costos, atractivos, locales turísticos y finalidades específicas, como ferias, congresos y otros.

✓ **Comunicarse con el turista y los proveedores:**

- a) Utilizar un vocabulario simple.
- b) Mantener contactos con empresas proveedoras de servicios turísticos.
- c) Relacionarse con proveedores de cambio de monedas.

d) Informar sobre los servicios de los proveedores y realizar viajes de familiarización.

✓ **Atender al turista:**

- a) Recibir con cordialidad al turista
- b) Proporcionar un servicio personalizado
- c) Asesorar e informar al turista en relación a su viaje
- d) Exponer planes de viajes existentes, excursiones y demás productos y servicios.
- e) Orientar con folletería y mapas al turista para la toma de decisiones sobre viajes adecuados a sus deseos.
- f) Informar precios, incluido impuestos, formas de pago, medios de transporte y fechas previstas de acuerdo con el objetivo del viaje.
- g) Informar sobre requerimientos de documentos migratorios.
- h) Organizar rutas e itinerarios de excursión.
- i) Seleccionar los servicios turísticos a ofrecer al turista
- j) Facilitar la adquisición de pasajes y la documentación necesaria.
- k) Facilitar el alquiler de vehículos y reservas de servicios turísticos.

✓ **Demostrar y vender:**

- a) Resaltar puntos importantes del producto turístico.
- b) Motivar la decisión de compra.
- c) Utilizar diversos estilos de negociación.
- d) Manejar objeciones.
- e) Cerrar la venta.

5.7.1.2.3 CONTADOR

Información General

OBJETIVO DEL CARGO

Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en una determinada dependencia, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos.

FUNCIONES

- ✓ Dirigir la implementación de los manuales de contabilidad y presupuesto, supervisando su correcta utilización y sugiriendo cambios tendientes a mejorar estos procesos.
- ✓ Conocer y mantener información actualizada respecto a las leyes mercantiles y de regulación gubernamental para enmarcar las políticas y manejo de los principios contable.
- ✓ Elaborar los reportes contables y de presupuesto que son requeridos por la dirección ejecutiva, comité ejecutivo, coordinación y autoridades contraloras del estado.

5.7.1.2.5 GUÍA TURÍSTICO

INFORMACIÓN GENERAL

OBJETIVO DEL CARGO

El guía nacional se ocupa, principalmente, de acompañar, orientar y transmitir información a personas o grupos, durante el trayecto de la excursión, adoptando todas las atribuciones de naturaleza técnica y administrativa necesarias para la fiel ejecución del programa, lo que comprende recibir, trasladar y acomodar al turista.

FUNCIONES

✓ **Organizar su trabajo:**

- a) Programar las actividades a realizar;
- b) Asegurar la comunicación con la operadora y reportar cualquier novedad o solicitud de cambio.
- c) Cumplir la programación;
- d) Verificar y asegurar material y equipos necesarios para las actividades programadas;
- e) Estudiar y ajustar itinerarios en función de vías de acceso, condiciones de seguridad, horario, puntos de paradas y necesidades especiales de los turistas.

✓ **Cumplir los procedimientos administrativos:**

- a) Recibir y mantener la carpeta con documentación de la operadora y del turista, que puede incluir orden de trabajo, etiquetas para maletas, comprobante de servicios (vouchers), lista con nombres y distribución de habitaciones (room list), nacionalidades, número de documento de identidad y condiciones médicas (dietas y alergias) del grupo.
- b) Elaborar reportes de gastos con sus respectivos documentos de soporte;
- c) Gestionar la entrada y salida de los pasajeros en los diferentes servicios turísticos.

- d) Controlar el equipaje.
- e) Comprar boletos de servicios no previamente adquiridos por la operadora;
- f) Pagar propinas e imprevistos.

✓ **Orientar al conductor de transporte turístico:**

- a) Orientar y coordinar itinerario, horario y punto de parada.
- b) Alertar sobre aspectos de seguridad, confort y velocidad adecuados al interés del grupo.
- c) Sugerir comportamientos al conductor.

✓ **Cuidar del servicio a bordo del transporte turístico:**

- a) Desarrollar la conferencia a bordo;
- b) Servir refrigerios;
- c) Distribuir almohadas y cobijas;
- d) Supervisar la limpieza e higiene del transporte;
- e) Asegurar que los pasajeros no olviden sus pertenencias en el transporte.

✓ **Dominar itinerarios de excursión:**

- a) Demostrar capacidad para guiar turistas en visita, viaje y trayecto.
- b) Prestar información y asistencia al turista en los servicios de acompañamiento, recepción, traslado, hospedaje, alimentación y entretenimiento.

5.7.1.2.6 ENFERMERA

INFORMACIÓN GENERAL

OBJETIVO DEL CARGO

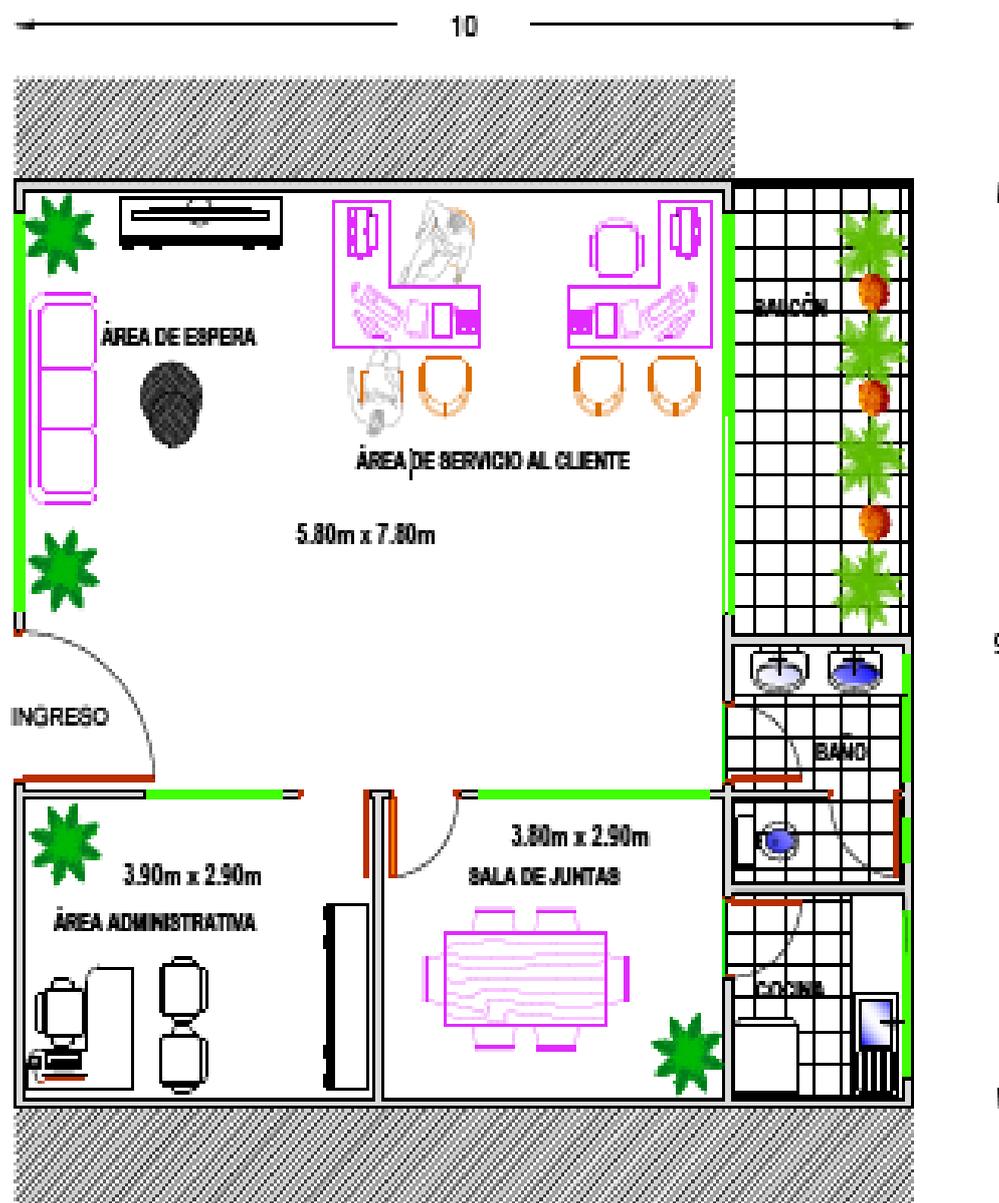
Las enfermeras geriátricas se especializan en el cuidado de personas mayores que necesitan asistencia regular. Las enfermeras en esta especialidad desempeñan un papel muy importante al garantizar que las personas de edad en una comunidad dada sigan disfrutando de una alta calidad de vida y que reciban la atención médica que requieren. Las enfermeras geriátricas trabajan en una serie de diferentes tipos de funciones y servicios.

FUNCIONES

- Reconocer y manejar síndromes geriátricos comunes a los adultos mayores.
- Asistir a los adultos mayores en caso de emergencia.
- Estará pendiente en la administración de medicamentos por vía oral, cerciorándose de la toma de los mismos por el paciente.
- Controlar las posturas estáticas de los adultos mayores.
- Realizar el aseo y limpieza de los adultos mayores encaso que lo necesiten.
- Colaborará en la administración de medicamentos
- Acompañar a los adultos mayores en caso de que no puedan moverse solos
- Recogida de datos clínicos, enfermedades hereditarias además de la toma de signos vitales
- La administración de sustancias medicamentosas o específicas cuando para ello se requiera maniobras cuidadosas

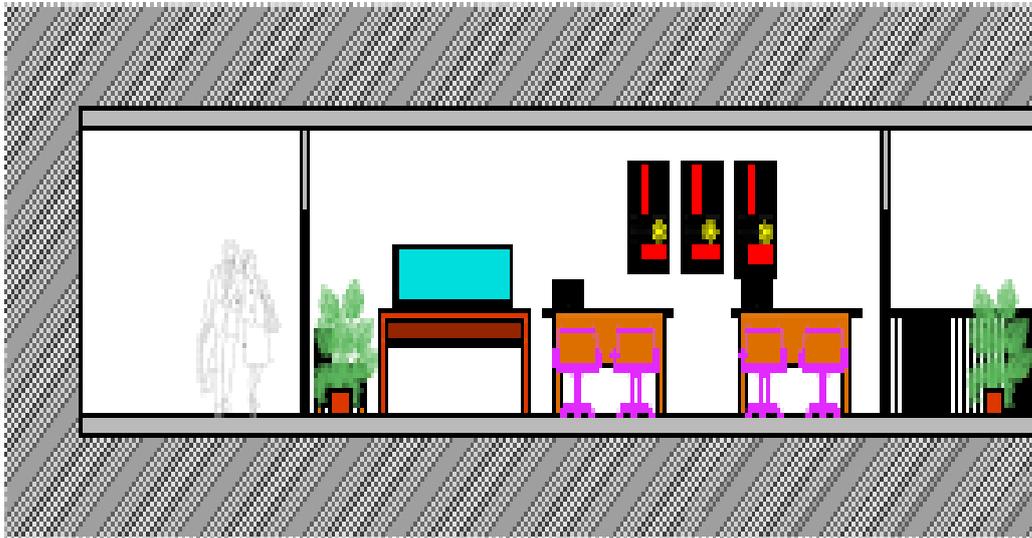
5.7.2 Técnico

Figura 18. Plano de la Oficina



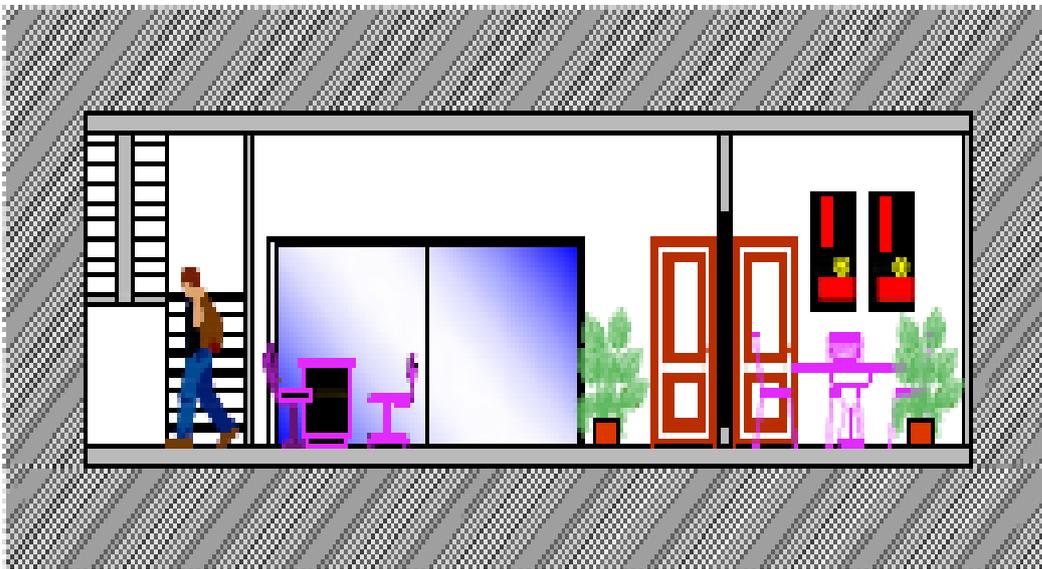
PLANTA ARQUITECTONICA

Figura 19. Interior de la Oficina



CORTE A - A1

Figura 20. Área de las Oficinas



CORTE B - B1

5.7.3 Estudio Financiero

Figura 21. Activos fijos.

TURISMO GERONTOLOGICO "ADULTOS MAYORES EN ACCION"			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
3	ESCRITORIO EJECUTIVO	\$ 150.00	\$ 450.00
6	SILLA EJECUTIVA	50.00	300.00
9	SILLA DE ESCRITORIO	89.00	801.00
1	ASIENTO DE ESPERA	150.00	150.00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1,701.00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
2	TELEFONOS	46.00	92.00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		92.00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
2	COMPUTADORA (LAPTO)	850.00	1,700.00
2	IMPRESORAS MULTIFUNCIONAL	100.00	200.00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1,900.00
	<u>VEHICULOS</u>		
1	BUSETA 16 PERSONAS	32,000.00	32,000.00
	TOTAL VEHICULOS		32,000.00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		\$ 35,693.00

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 22. Depreciación de Activos fijos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1,701.00	10%	\$ 14.18	\$ 170.10
EQUIPO DE COMPUTACION	1,900.00	33%	52.25	627.00
EQUIPO DE OFICINA	92.00	10%	0.77	9.20
VEHICULO	32,000.00	20%	533.33	6,400.00
TOTAL	35,693.00		\$ 600.53	\$ 7,206.30

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 23. Inversión del Proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1,701.00
EQUIPO DE COMPUTACION	1,900.00
EQUIPO DE OFICINA	92.00
VEHICULO	32,000.00
ALQUILER DE OFICINA	400.00
CAJA - BANCO	500.00
TOTAL DE LA INVERSION	\$ 36,593.00

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 24. Financiamiento del Proyecto

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		\$ 36,593.00
Financiado	70%	25,615.10
Aporte Propio	30%	10,977.90
		\$ 36,593.00

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 25. Tasa de Interés

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	13.00%	0.13
		0.13

Figura 26. Préstamo Bancario

PRESTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	25,615.10	3,329.96

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lisette

Figura 27. Tabla de Amortización Mensual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN (MENSUAL)				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				\$ 25,615.10
1	426.92	277.50	704.42	25,188.18
2	426.92	277.50	704.42	24,761.26
3	426.92	277.50	704.42	24,334.35
4	426.92	277.50	704.42	23,907.43
5	426.92	277.50	704.42	23,480.51
6	426.92	277.50	704.42	23,053.59
7	426.92	277.50	704.42	22,626.67
8	426.92	277.50	704.42	22,199.75
9	426.92	277.50	704.42	21,772.84
10	426.92	277.50	704.42	21,345.92
11	426.92	277.50	704.42	20,919.00
12	426.92	277.50	704.42	20,492.08
	\$ 5,123.02	\$ 3,329.96	\$ 8,452.98	

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lisette

Figura 28. Tabla de Amortización Anual

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN (ANUAL)				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				\$ 25,615.10
1	\$ 5,123.02	\$ 3,329.96	\$ 8,452.98	20,492.08
2	5,123.02	2,663.97	7,786.99	15,369.06
3	5,123.02	1,997.98	7,121.00	10,246.04
4	5,123.02	1,331.99	6,455.01	5,123.02
5	5,123.02	665.99	5,789.01	-
	\$ 25,615.10	\$ 9,989.89	\$ 35,604.99	

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 29. Detalles Gastos.

DETALLE DE GASTOS																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	ADMINISTRADOR	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	8,400.00	8,820.00	9,261.00	9,724.05	10,210.25
1	AUXILIAR DE ENFERMERIA	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	3,840.00	4,032.00	4,233.60	4,445.28	4,667.54
1	CONTADOR	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	5,400.00	5,670.00	5,953.50	6,251.18	6,563.73
1	AGENTE DE VENTAS	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00	5,040.00	5,292.00	5,556.60	5,834.43
1	GUIA TURISTICO	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00	7,560.00	7,938.00	8,334.90	8,751.65
	APORTE PATRONAL	259.52	247.37	247.37	247.37	247.37	247.37	247.37	247.37	247.37	247.37	247.37	247.37	2,980.59	3,129.62	3,286.10	3,450.41	3,622.93
	BENEFICIO SOCIAL												16.55	16.55	17.38	18.25	19.16	20.12
	DECIMO CUARTO				1,590.00									1,590.00	1,669.50	1,752.98	1,840.62	1,932.65
	DECIMO TERCERO												2,470.00	2,470.00	2,593.50	2,723.18	2,859.33	3,002.30
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2,729.52	2,717.37	2,717.37	4,307.37	2,717.37	5,203.92	36,697.14	38,532.00	40,458.60	42,481.53	44,605.60						
GASTOS FINANCIEROS														3,329.96	2,663.97	1,997.98	1,331.99	665.99
GASTOS DE GENERALES		ENERO	FEBRER	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBR	NOVIEMBR	DICIEMBR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	ENERGIA ELECTRICA	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	300.00	315.00	330.75	347.29	364.65
	TELEFONO	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	300.00	315.00	330.75	347.29	364.65
	SUMINISTROS DE LIMPIEZA	29.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	304.00	319.20	335.16	351.92	369.51
	SERVICIOS DE INTERNET	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	216.00	226.80	238.14	250.05	262.55
	COMBUSTIBLE	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6,000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04
	UTILES DE OFICINA	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00	252.00	264.60	277.83	291.72
	ALQUILER	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00	5,040.00	5,292.00	5,556.60	5,834.43
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	14.18	170.10	170.10	170.10	170.10	170.10
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	52.25	52.25	52.25	52.25	52.25	52.25	52.25	52.25	52.25	52.25	52.25	52.25	627.00	627.00	627.00	627.00	627.00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77	9.20	9.20	9.20	9.20	9.20
	DEPRECIACION DE VEHICULO	533.33	533.33	533.33	533.33	533.33	533.33	533.33	533.33	533.33	533.33	533.33	533.33	6,400.00	6,400.00	6,400.00	6,400.00	6,400.00
	GASTOS DE CONSTITUCION													600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
	TOTAL GASTOS GENERALES	1,617.53	1,613.53	19,966.30	20,604.30	21,274.20	21,977.60	22,716.16										
GASTO DE VENTAS		ENERO	FEBRER	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBR	NOVIEMBR	DICIEMBR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	100.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	980.00	1,029.00	1,080.45	1,134.47	1,191.20
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	100.00	80.00	980.00	1,029.00	1,080.45	1,134.47	1,191.20										
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		4,447.05	4,410.90	4,410.90	6,000.90	4,410.90	6,897.45	60,973.40	62,829.27	64,811.23	66,925.58	69,178.95						
	GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	4,913.19	4,877.04	4,877.04	6,467.04	4,877.04	4,877.04	4,877.04	4,877.04	4,877.04	4,877.04	4,877.04	7,363.59	66,567.10	68,422.97	70,404.93	72,519.28	74,772.65
	GASTOS GENERALES	1,017.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	1,013.00	12,760.00	13,398.00	14,067.90	14,771.30	15,509.86
	DEPRECIACION	600.53	600.53	600.53	600.53	600.53	600.53	600.53	600.53	600.53	600.53	600.53	600.53	7,206.30	7,206.30	7,206.30	7,206.30	7,206.30
														7,206.30	14,412.60	21,618.90	28,825.20	36,031.50

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 30. Costo de Ventas

COSTO DE VENTAS																			
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
30	PAQUETE TURISTICO "QUITO EN TODO SU ESPLENDOR "	42.00	1260.00	1260.00	1260.00	360.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	30.00	5430.00	5,701.50	5,986.58	6,285.90	6,600.20
30	PAQUETE TURISTICO "SOL ARENA Y MAR "	40.00	1200.00	1200.00	1200.00	360.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	31.00	5251.00	5,513.55	5,789.23	6,078.69	6,382.62
TOTAL			2460.00	2460.00	2460.00	720.00	360.00	61.00	10681.00	11215.05	11775.80	12364.59	12982.82						

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 31. Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE TURISTICO "QUITO EN TODO SU ESPLENDOR "	30	140.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	2,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	2,200.00	46,400.00	48,720.00	51,156.00	53,713.80	56,399.49
PAQUETE TURISTICO "SOL ARENA Y MAR "	30	120.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	400.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	400.00	36,800.00	38,640.00	40,572.00	42,600.60	44,730.63
TOTAL DE INGRESOS			7,800.00	7,800.00	7,800.00	2,600.00	7,800.00	2,600.00	83,200.00	87,360.00	91,728.00	96,314.40	101,130.12						

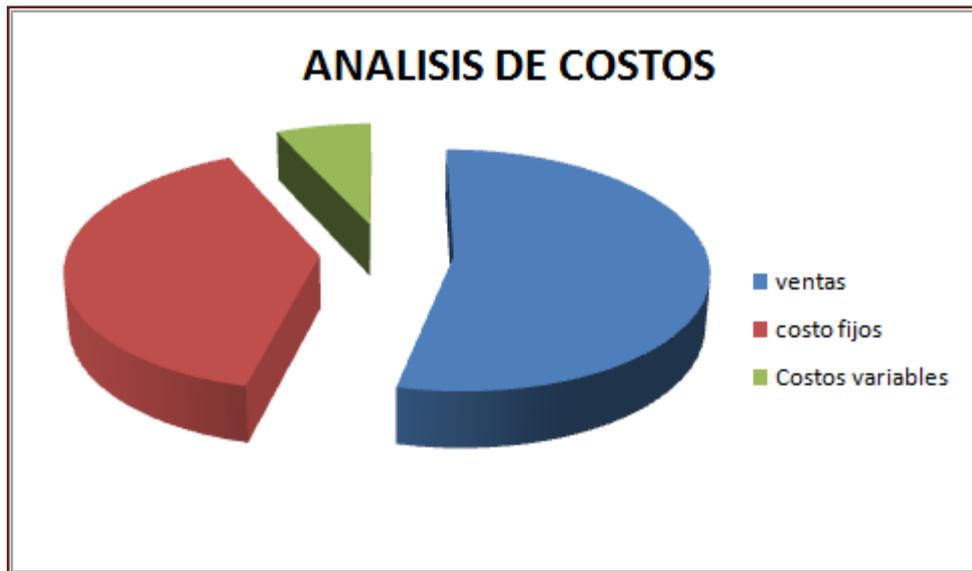
Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 32. Punto de Equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO - DATOS		
	Y	X
ventas	\$ 83,200.00	\$ 83,200.00
costo fijos	60,973.40	71,654.40
Costos variables	10,681.00	10,681.00

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lisette

Figura 33. Análisis de Costos



Autoras: Aigaje Ingrid-López Lisette

Figura 34. Punto de Equilibrio

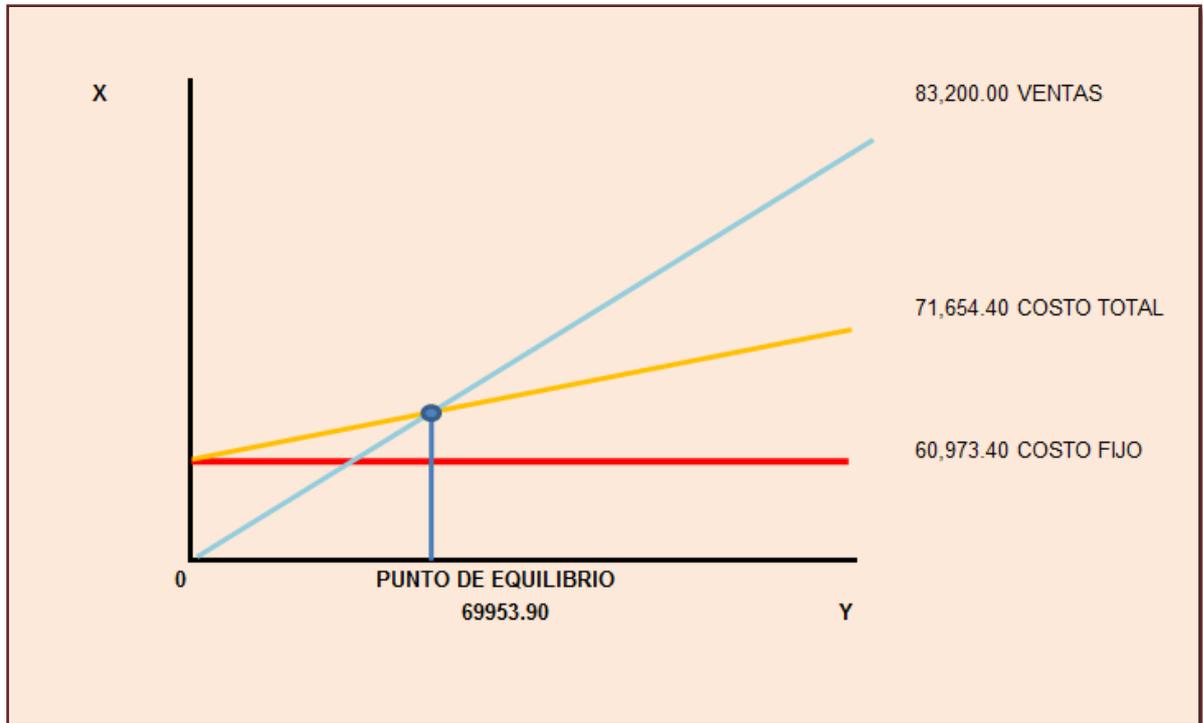


Figura 35. Estado de Pérdidas y Ganancias.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	\$ 83,200.00	\$ 87,360.00	\$ 91,728.00	\$ 96,314.40	\$ 101,130.12	\$ 459,732.52
(-) COSTO DE VENTAS	10,681.00	11,215.05	11,775.80	12,364.59	12,982.82	59,019.27
UTILIDAD BRUTA	72,519.00	76,144.95	79,952.20	83,949.81	88,147.30	400,713.25
COSTOS INDIRECTOS	60,973.40	62,829.27	64,811.23	66,925.58	69,178.95	324,718.43
UTILIDAD OPERACIONAL	11,545.60	13,315.68	15,140.97	17,024.22	18,968.35	75,994.83
(-) GASTOS FINANCIEROS	3,329.96	2,663.97	1,997.98	1,331.99	665.99	9,989.89
UTILIDAD ANTES PART. IMP	8,215.64	10,651.71	13,142.99	15,692.24	18,302.36	66,004.94
PARTICIPACION EMPLEADOS	1,232.35	1,597.76	1,971.45	2,353.84	2,745.35	9,900.74
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	6,983.29	9,053.96	11,171.54	13,338.40	15,557.00	56,104.20
IMPUESTO RENTA	1,606.16	2,082.41	2,569.46	3,067.83	3,578.11	12,903.97
UTILIDAD NETA	\$ 5,377.13	\$ 6,971.55	\$ 8,602.09	\$ 10,270.57	\$ 11,978.89	\$ 53,100.97

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 36. Balance General

BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	\$ 400.00	\$ 13,928.88	\$ 26,489.34	\$ 40,033.42	\$ 54,600.03	\$ 70,229.99
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	400.00	13,928.88	26,489.34	40,033.42	54,600.03	70,229.99
ACTIVOS FIJOS						
DEPRECIAC. ACUMULADA		7,206.30	14,412.60	21,618.90	28,825.20	36,031.50
TOTAL DE ACTIVO FIJO	35,693.00	28,486.70	21,280.40	14,074.10	6,867.80	-338.50
TOTAL DE ACTIVOS	36,093.00	42,415.58	47,769.74	54,107.52	61,467.83	69,891.49
PASIVO						
CORRIENTE						
PRESTAMO	25,615.10	20,492.08	15,369.06	10,246.04	5,123.02	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	1,232.35	1,597.76	1,971.45	2,353.84	2,745.35
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	1,606.16	2,082.41	2,569.46	3,067.83	3,578.11
TOTAL PASIVO	25,615.10	23,330.58	19,049.23	14,786.94	10,544.69	6,323.46
PATRIMONIO						
APOORTE CAPITAL	10,977.90	10,977.90	10,977.90	10,977.90	10,977.90	10,977.90
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	5,377.13	6,971.55	8,602.09	10,270.57	11,978.89
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	5,377.13	12,348.68	20,950.77	31,221.34
TOTAL PATRIMONIO	10,977.90	16,355.03	23,326.58	31,928.67	42,199.24	54,178.13
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 36,093.00	\$ 42,415.58	\$ 47,769.74	\$ 54,107.52	\$ 61,467.83	\$ 69,891.49

Figura 37. Flujo de Caja Proyectado.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
INGRESOS OPERATIVOS								
VENTAS	-	83,200.00	87,360.00	91,728.00	96,314.40	101,130.12	459,732.52	
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		83,200.00	87,360.00	91,728.00	96,314.40	101,130.12	459,732.52	
EGRESOS OPERATIVOS								
INVERSION INICIAL	36,593.00	-	-	-	-	-	-	
GASTOS DE CONSTITUCION		200.00	-	-	-	-	-	
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	36,697.14	38,532.00	40,458.60	42,481.53	44,605.60	202,774.86	
GASTO DE VENTAS	-	980.00	1,029.00	1,080.45	1,134.47	1,191.20	5,415.12	
GASTOS GENERALES	-	12,760.00	13,398.00	14,067.90	14,771.30	15,509.86	70,507.05	
COSTOS DE VENTAS		10,681.00	11,215.05	11,775.80	12,364.59	12,982.82	59,019.27	
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	1,232.35	1,597.76	1,971.45	2,353.84	2,745.35	
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	1,606.16	2,082.41	2,569.46	3,067.83	3,578.11	
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVO	36,593.00	61,318.14	67,012.55	71,062.92	75,292.79	79,711.15	344,039.77	
FLUJO OPERATIVO	-36,593.00	21,881.86	20,347.45	20,665.08	21,021.61	21,418.97	105,334.97	TIR DEL NEGOCIO
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-	50%
PRESTAMO BANCARIO	25,615.10	-	-	-	-	-	-	
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	25,615.10	-	-	-	-	-	-	
EGRESOS NO OPERATIVOS								
INVERSIONES								
PAGO DE CAPITAL	-	5,123.02	5,123.02	5,123.02	5,123.02	5,123.02	25,615.10	
PAGO DE INTERESES	-	3,329.96	2,663.97	1,997.98	1,331.99	665.99	9,989.89	
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVO	-	8,452.98	7,786.99	7,121.00	6,455.01	5,789.01	35,604.99	
FLUJO NETO NO OPERATIVO	25,615.10	-8,452.98	-7,786.99	-7,121.00	-6,455.01	-5,789.01	-35,604.99	
FLUJO NETO	-10,977.90	13,428.88	12,560.46	13,544.09	14,566.60	15,629.96	69,729.99	TIR DEL INVERSIONISTA
SALDO INICIAL	-	500.00	13,928.88	26,489.34	40,033.42	54,600.03		25%
FLUJO ACUMULADO	-	13,928.88	26,489.34	40,033.42	54,600.03	70,229.99		

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

Figura 38. Gastos Administrativo

CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL
ADMINISTRADOR	\$ 700.00	\$ 4.69
AUXILIAR DE ENFERMERIA	320.00	2.14
CONTADOR	450.00	3.02
AGENTE DE VENTAS	400.00	2.68
GUIA TURISTICO	600.00	4.02
TOTAL	\$ 2,470.00	\$ 16.55

Autoras: Aigaje Ingrid-López Lissette

CONCLUSIONES

1. Luego del diseño de los circuitos turísticos se llegó a la conclusión que los mismos beneficiaran al desarrollo del turismo gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito.
2. Debido al reducido número de circuitos turísticos se crearon los circuitos turísticos Quito en su mayor esplendor y Sol, arena y mar los mismos que contribuirán en la promoción del turismo Gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito.
3. Se identificaron las razones del desinterés por parte de las autoridades municipales hacia los adultos mayores.

Limitada elaboración de programas donde participan adultos mayores

Poca motivación a las asociaciones de jubilados

4. Se dio a conocer paquetes turísticos dirigido para adultos mayores los mismos que buscan motivar a la participación en varias actividades ya sean en el sector turístico y la sociedad.

RECOMENDACIONES

1. Incentivar al desarrollo del turismo gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito.
2. Dar a conocer los circuitos turísticos ya elaborados a los adultos mayores de instituciones y asociaciones donde se realizan actividades turísticas.
3. Incentivar a las autoridades municipales a trabajar en favor de los adultos mayores.
4. Motivar a los adultos mayores a la participación en varias actividades ya sea en el sector turístico y la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

1. AMEIGEIRAS, C. (2012). *Ventas de Servicio Turístico*. Madrid : Sintesis.
2. ARANDA HIPOLITO, A. (2010). *Turismo una vision Global*. Arazandi.
3. BIGNE ALCANIZ, E. (2000). *Marketing de Destinos turisticos y estrategias* .
4. CARDENAS, F. D. (2010). *Atlas Geográfico De La República Del Ecuador, Primera Edición Ecuador*.
5. CARDENAS, F. D. (2010). *Atlas Geográfico De La República Del Ecuador, Primera Edición Ecuador 2010*.
6. CASTEJON MONTIJANO, R. y. (2009). *Introduccion a la Economia para turismo*. Madrid: Pearson.
7. GOELDNER, C. K. (2011). *Truismo Planeacion Administracion y Perspectiva*. Mexico: Limux.
8. HERNANDEZ, R. F. (s.f.). *“Metodología de la investigación”*, . Mexico.
9. IGLESIAS TOVAR, J. R. (2007). *Comercializacion de Productos y Servicios Productos*.
10. JIMENEZ ABAD, C. E. (2013). *Productos y Destinos Turisticos Nacionales e Internacionales*. Mexico: Paraninfo.
11. KOTLER, P. B. (2011). *Marketing Turistico*. Madrid: Perason.
12. KOTLER, P. (s.f.). *Direccion Mercadotecnia*. Mexico.

13. LOVELOCK, C. y. (2009). *MARKETING DE SERVICIOS*. Mexico: Pearson.
14. OCAÑA ALBAR, I. (2012). *Gestion de Productos Turisticos*. Sintesis .
15. PARALES, S. (2010). *Diccionario de Medicina y Ciencias de la Salud*. Lexus.
16. Philips, K. (s.f.). Marketing turistico.
17. PUERTAS, X. (2007). *Gestion del Ocio en el Ambito Turistico*.
18. QUESADA CASTRO, R. (s.f.). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad*.
19. RAYA, J. (2011). *Turismo hoteleria y restaurant*. Barcelona - España: Lexus.
20. RUANO MARTIN, M. C. (2012). *Diseño de Productos y Servicios Turisticos*.
21. SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, C. (2000). *Progrma de Turismo para el Adulto mayor*. Chile.
22. TORRE, D. L. (2012). El turismo actividad mundial. En *El turismo actividad mundial* (pág. 11).
23. TOYOS WALLINGRE, M. N. (s.f.). *Diccionario de Turismo*.

LINKOGRAFIA

1. Hoy, D. 2. (s.f.). Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-ecuador-es-el-destino-de-los-turista-de-la-tercera-edad-456430.html>
2. La unión <http://launion.com.mx/opini%C3%B3n/articulistass/item/42958-turismo-gerontol%C3%B3gico-o-geri%C3%A1trico.html>
3. Noemi, W. (s.f.). Conocitur . Obtenido de www.conocitur.com/.../turismo...sociedad/el-turismo-social-una-alternativa-...
4. PEREZ MARTINEZ, Y. (s.f.). EUMED. Obtenido de PROCEDIMIENTO PARA REALIZAR ESTUDIOS DE MERCADOS EMISORES REALES Y POTENCIALES PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO DE LAS TUNAS: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/956/PROCEDIMIENTO%20PARA%20REALIZAR%20ESTUDIO%20DE%20MERCADOS%20EMISORES%20REALES%20Y%20POTENCIALES%20PARA%20EL%20PRODUCTO%20TURISTICO%20DE%20LAS%20TUNAS%20RESUMEN.htm>
5. Ramon, D. G. (s.f.). EUMED. Obtenido de www.eumed.net
6. social, I. (2013). MIESS. Recuperado el Mayo de 2013, de www.inclusion.gob.ec/wp-content/plugins/.../download.php?id=873...

ANEXOS

ANEXO 1: TEMA: DISEÑO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL TURISMO GERONTOLÓGICO EN LA CIUDAD DE MILAGRO Y NARANJITO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.

PROBLEMA:	FORMULACIÓN DE PROBLEMAS	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES
limitada oferta y desarrollo de circuitos turísticos para los adultos mayores.	¿Qué está incidiendo en la promoción de los circuitos turísticos para los adultos mayores, que no contribuyen a su bienestar y desarrollo económico de la ciudad de Milagro y Naranjito?	Definir los circuitos turísticos para los adultos mayores que contribuyan a su integración del núcleo familiar y al desarrollo económico del Cantón Milagro y sus alrededores.	Si definimos los circuitos turísticos para los adultos mayores entonces se contribuirá a su integración en el núcleo familiar y al desarrollo económico del Cantón Milagro.	Variable Independiente: Circuitos turísticos Variable Dependiente: Núcleo familiar
SISTEMATIZACION DE PROBLEMAS	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPÓTESIS PARTICULARES		VARIABLES
1.-¿De qué manera afecta el reducido número de circuitos turístico para adultos mayores en el desarrollo del turismo gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito?	1. Definir los circuitos turísticos para los adultos mayores que contribuyan en el desarrollo del turismo gerontológico de las ciudades de Milagro y Naranjito.	1. Si se define los circuitos turísticos para los adultos mayores entonces tendremos el desarrollo del turismo Gerontológico en las ciudades de Milagro y Naranjito.		1.Variable Independiente: circuitos turísticos 1.Variable Dependiente: desarrollo del turismo Gerontológico
2.- ¿Cuáles son las razones por las que existe poco interés por parte de las autoridades municipales en la integración social y familiar para los adultos mayores?	2. Identificar las razones por las que existe poco interés por parte de las autoridades municipales en la integración social y familiar para los adultos mayores	2. Si identificamos las razones del poco interés por parte de las autoridades municipales para los adultos mayores, entonces lograremos su integración social y familiar.		2.Variable Independiente: Autoridades municipales 2.Variable Dependiente: integración sociedad y familiar
3.- ¿Cuáles son las causas de la inexistencia de los circuitos turísticos que no permite disminuir el número de adultos mayores desmotivados y deprimidos?	3. Conocer las causas de la inexistencia de los circuitos turísticos que permita disminuir el número de adultos mayores desmotivados y deprimidos.	3. Si conocemos las causas de la inexistencia de los circuitos turísticos, entonces tendremos adultos mayores motivados y contentos.		3.Variable Independiente: Circuitos turísticos 3.Variable Dependiente: Adultos mayores



ENCUESTA

Anexo 2. La presente encuesta tiene el objetivo de validar y definir los productos turísticos para las personas de la tercera edad que contribuyan a su integración del núcleo familiar y al desarrollo económico del Cantón Milagro y sus alrededores. De antemano agradecemos su atención.

1. ¿Cree usted que los productos turísticos para los adultos mayores deben contribuir, en la integración familiar y aportar al desarrollo económico del Cantón Milagro y sus alrededores?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
2. ¿Considera ud. necesario que la integración al núcleo familiar es importante en la sociedad?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
3. Cree usted que se deba implementar una ruta de destinos turísticos para adultos mayores:	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
4. ¿Cree ud. que los adultos mayores deberían realizar sus viajes acompañados de un guía profesional?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
5. ¿Considera ud. que es necesario tener un número determinado de programas turísticos para los adultos mayores?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
6. ¿Cree ud. que la ciudad de Milagro cuenta con suficientes programas turísticos para los adultos mayores?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
7. ¿Considera ud. importante que el ministerio de turismo debería promover el turismo para los adultos mayores?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
8. ¿Cree ud. que si las autoridades municipales crearan productos turísticos para los adultos mayores, estos lograrían la integración social y familiar?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
9. ¿Considera ud. que existe desinterés por parte de las autoridades municipales en sector turístico?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
10. ¿Cree ud. que las autoridades municipales deben implementar programas para lograr una integración social y familiar?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
11. ¿Considera Ud. que si se conocen las causas de la inexistencia de los productos turísticos para los adultos mayores se definirán nuevos destinos que los motive e integre a la familia?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
12. ¿Considera ud. importante el estudio de las causa de la inexistencia de los productos turísticos para los adultos mayores?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde



ENCUESTA DE MERCADO

ANEXO 3

La presente encuesta tiene el objetivo de validar y definir los productos turísticos para las personas de la tercera edad que contribuyan a su integración del núcleo familiar y al desarrollo económico del Cantón Milagro y sus alrededores. De antemano agradecemos su atención.

1. ¿Cuáles de las regiones le gustaría conocer??	<input type="checkbox"/> Costa <input type="checkbox"/> Andes <input type="checkbox"/> Amazonia <input type="checkbox"/> Galápagos
2. ¿Qué provincias del Ecuador le gustaría viajar?	<input type="checkbox"/> Quito <input type="checkbox"/> Cuenca <input type="checkbox"/> Loja
3. ¿Qué playas del Ecuador le gustaría viajar?	<input type="checkbox"/> Salinas <input type="checkbox"/> Manabí <input type="checkbox"/> Esmeraldas
4. ¿Cree necesario realizar los viajes acompañados de un guía profesional?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No responde
5. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?	<input type="checkbox"/> Cultural <input type="checkbox"/> Aventura <input type="checkbox"/> Ecológico <input type="checkbox"/> Playa

Anexo 4

Tipos de emprendimientos y líneas de crédito

Emprendimientos en funcionamiento o por instalarse privados y comunitarios, en las siguientes líneas:

- Microcréditos
- Línea créditos
- Créditos asociativos para turismo organizado

Sectores susceptibles de financiamiento

Turismo: las siguientes actividades turísticas tendrán acceso a las líneas de crédito del Banco Nacional de Fomento:

- Alojamiento Hotelero: (Hotel, hotel residencia, hotel apartamento (apart-hotel), hostel, residencia, pensión, hostería, paraderos, cabaña, refugio, parador, albergue, hotel boutique, hacienda turística, (*) se exceptúan moteles.
- Alojamiento Extra Hotelero: Complejos vacacionales, apartamentos turístico, campamentos turísticos (camping), ciudades vacacionales, centro turístico comunitario.
- Servicio de alimentos y bebidas: Restaurantes, cafeterías, bares, fuentes de soda, drive inn.
- Servicio de Entretenimiento: Termas y balnearios, boleras, pistas de patinaje, centros de recreación turística.
- Transportación: Marítimo, lanchas de pasajeros, lanchas de tour diario, fluvial (canoas), terrestre (buses, vans, mini vans, vehículos 4x4, vehículos livianos, tricicar, cuadrones, motos, bicicletas, carretas, tricimotos, equipos enmarcados en el programa info taxi)

- Agencias de viajes y turismo: Agencia de viajes mayorista, agencia de viajes internacional (*), agencia de viajes operadora y agencia dual.
- Hipódromos y parques: Hipódromos y parques de atracciones estables.
- Intermediación: Centros de convenciones y salas de recepciones y banquetes
- Organización de eventos, congresos y convenciones
- Servicios complementarios a la cadena de valor del sector turístico: cabinas telefónicas y comunicaciones, compañías de equipamiento y venta de accesorios para los turistas y/o establecimientos turísticos (camping, montañismo, etc.)

Destino del crédito

- Financiamiento de capital de trabajo: Adquisición de insumos, materia prima, materiales, mercaderías, suministros, pago de mano de obra y servicios (incluye promoción y asistencia técnica especializada – sistemas de mejoramiento de procesos, certificaciones de calidad, asesoría técnica para la elaboración de herramientas técnicas de gestión, investigación de mercado, marketing, comercialización y afines).
- Activos fijos tangibles: Obras civiles (Proyectos nuevos, ampliación, mejoramiento y remodelación), adquisición de terrenos en zonas rurales, maquinaria, equipos, menaje, mobiliario, muebles y enseres, lencería, elementos decorativos, transporte turístico, semovientes, adecuación de locales turísticos en sitios propios o arrendados.

Tasa de Interés

10% (La tasa ha sido reducida del 15% al 10%).

Anexo 5

1) 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 (El título profesional debe estar registrado en el SENESCYT, lo cual permite la verificación de su legalidad)
- Original y copia sencilla del Certificado de suficiencia en el /los idioma /s extranjero /s otorgado por una institución reconocida por el Ministerio de Educación y/o SENESCYT
- 1 fotografía tamaño carné a color
- Original y Copia sencilla del Certificado de tipo de sangre
- Original y Copia sencilla de la cédula de identidad
- Original y copia sencilla 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)

2) 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 simple 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

SENECYT, copia del pasaporte y autorización laboral emitida por el Ministerio de Relaciones Laborales.

COSTOS DE LA LICENCIA

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

- 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

NOTA IMPORTANTE: Además de los requisitos señalados el usuario debe presentar el documento ORIGINAL Y COPIA DEL COMPROBANTE DE DEPÓSITO DEL VALOR CORRESPONDIENTE (sea para 1era. emisión ó para renovación) en la Cuenta Corriente No. 0010251768 del Banco Nacional de Fomento a nombre del “Ministerio de Turismo” (Recaudaciones)

Anexo 6

“Negocios Turísticos Productivos”

El programa “Negocios Turísticos Productivos” busca fortalecer el componente productivo de los negocios turísticos a través de:

- * Identificación de oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos.
- * Asistencia técnica especializada en gestión de proyectos.
- * Apoyo técnico especializado en gestión de crédito con organismos de la banca pública.

Los beneficiarios del programa son emprendedores turísticos en operación o potenciales empresarios turísticos. El programa contempla brindar apoyo a la generación y fortalecimiento de emprendimientos que sean capaces de impulsar el desarrollo de micro, pequeños y medianos proyectos turísticos de calidad, con alta posibilidad de acoplarse a la dinámica turística, contribuyendo al desarrollo económico local, regional y nacional.

Componentes:

1. Identificación de oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos: Apoyamos en la generación, evaluación y orientación de sus ideas de negocios o emprendimientos en el sector turístico, en base a los recursos con los que cuenta, con sus aspiraciones y sus limitaciones.
2. Asistencia técnica especializada en gestión de proyectos. Una vez concebida su idea, le apoyamos en la elaboración de un plan de negocios, base estratégica que le guiará en el desarrollo exitoso de su proyecto.
3. Apoyo técnico especializado en gestión de crédito con organismos de la banca pública: Cuando conozcamos cuanto necesita se le orientará en la obtención de su crédito a través de la banca Pública.
4. Validación técnica de proyectos previos a la obtención del crédito a través de la banca pública: Considerando que uno de los requisitos para la obtención del crédito es la emisión de un certificado actualizado de aval técnico del Ministerio para proyectos nuevos y en marcha, se ha agregado este proceso para apoyar a la obtención del crédito, bajo parámetros claros de elegibilidad y calificación de proyectos, el Ministerio tanto a nivel de matriz como de sus regionales avalarán técnicamente a la iniciativa.

Requisitos para acceder al Programa:

1. Contar con una idea de negocio o proyecto turístico (sea nuevo, para ampliación o mejoras de uno existente).
2. Acercase a la oficina más cercana a su localidad del Ministerio de Turismo para mantener una primera entrevista de asesoramiento para la estructuración de su proyecto y la inscripción en el programa.

Ejecutor: Todas las Empresas Eléctricas de Distribución (11 en total).



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
causas antes mencionadas, obviamente tienen como consecuencia l...	OK
segmento es considerado un mercado objetivo en crecimiento, para ...	OK
Definir los circuitos turísticos para los adultos mayores que contribuyan	OK
elaborar y promocionar los productos turísticos para los adultos mayo...	OK
Definir los circuitos turísticos para los adultos mayores que contribuyan	OK
propuesta ayudara a promocionar productos turisticos adecuados par...	OK
consultas realizadas demuestras que las causas que están originand...	OK
Asociación de Jubilados y Pensionistas del IESS y Empresas Privadas	OK

Results: No plagiarism suspected

 Help Bubble

[Go Back](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Desarrollar y promocionar investigaciones sobre los principales aspe...	OK
Planta turística: Conformada por organizaciones encargadas de prod...	OK
establecimiento debidamente registrado en el Ministerio de Turismo ...	OK
mercados pueden ser: locales, regionales, nacionales e internacionales	OK
ánimo de trabajar coordinadamente con las instituciones responsable...	OK
registro y la licencia anual de funcionamiento de nuevos establecimie...	OK
datos permiten observar que la condición de pobreza es significativa...	OK
Jorge Ramón González Ferrer (2007) concluye que las aproximacion...	OK

 Help Bubble

Results: No plagiarism suspected



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Recopilación de los resultados de los instrumentos aplicados	OK
presente estudio, se utilizaron los siguientes tipos de investigación:	OK
Investigación teórica: Porque se utilizó libros de diferentes autores	OK
Investigación Aplicada: Utilizamos todos los conocimientos de la infor...	OK
Investigación de campo: porque para la investigación recolectamos d...	OK
gráfico muestra la distribución por género de los diferentes grupos	OK
Investigación es Histórica: porque para la investigación se recopiló an...	OK
diseño de la investigación es cuantitativo porque se analizo desde	OK

Results: No plagiarism suspected

Help Bubble

[Go Back](#)

The Plagiarism Checker

Text being analyzed	Result
consideran necesario tener un número determinado de programas turí...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK
Adicionalmente, se concuerda con la posición teoría de las investigad...	OK

 Help Bubble

The Plagiarism Checker

Text being analyzed	Result
consideran necesario tener un número determinado de programas turí...	OK

[Go Back](#)

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

 Help Bubble



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
enfermeras geriátricas se especializan en el cuidado de personas ma...	OK
Analizar resultados y evaluar cumplimiento de metas, objetivos y está...	OK
Desarrollar y supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia	OK
administración de sustancias medicamentosas o específicas cuando ...	OK
Mantener contactos con empresas proveedoras de servicios turísticos	OK
Recogida de datos clínicos, enfermedades hereditarias además de la...	OK
tiene en consideraciones cuales son las necesidades en el campo	OK
Analizar resúmenes contables, financieros, patrimoniales y de personal	OK

Results: No plagiarism suspected

 Help Bubble [Go Back](#)