Universidad Casa Grande
UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

Universidad Casa Grande
UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO "VIAJERO VALIOSO"

GERENCIA DE ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Elaborado por:

LUCÍA DEL CARMEN BARRERA ESCOBAR

Tutoría por: VIVIANA ARROYO BAQUERO

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador
Agosto, 2022

1 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Barrera Escobar Lucía del Carmen** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación **"Modelo de Negocio Viajero Valioso: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial"**, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio **"Viajero Valioso"**.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Karina Romero, Ma. Paola Vergel, Ma. Fernanda Villacís, Monica Mite.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

Barrera Escobar Lucía del Carmen
C.I. 0925293953

2 **Declaro que**

Yo, Barrera Escobar Lucía del Carmen, en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **"Modelo de Negocio Viajero Valioso: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial"** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Barrera Escobar Lucía del Carmen
C.I. 0925293953

3 RESUMEN EJECUTIVO.

Viajero Valioso es un proyecto de Operador turístico dedicado a brindar servicios de entretenimiento turístico, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos. Todo esto nace de una necesidad latente del adulto mayor y de sus deseos de sentirse vivo, activo, viajar, conocer nuevos lugares y disfrutar al compartir con sus pares; cabe recalcar que no se han encontrato operadores turismos enfocados en este nicho específico. Los lugares de destinos fueron correctamente identificados y testeados en el estudio de mercado con el fin de ofrecer alternativas actractivas y de fácil acceso. Así mismo entre las características del servicio está el manejo de grupos de 12 a 15 personas, visitas pausadas, distancias cortas, guia turística y acompañamiento d|e una enfermera durante el recorrido.

El equipo está conformado por personas con experiencia en el sector turístico y personas con experiencia en servicio de calidad, buen trato y amabilidad.

Nuestro nicho objetivo son adultos mayores hombres y mujeres entre 60 y 84 años, generación conocida como los “Baby Boomers”, con un estrato económico B y C+, por ello se obtiene el número de 99.443 personas, por tal motivo la muestra calculada es de 383 encuestas y de las cuales el 96,8% de los encuestados les gusta viajar dentro del país, el 91% de los adultos mayores están dispuesto a contratar un servicio exclusivo de entretenimiento; en el segundo estudio de validación se muestra que al 95.9% de los encuestados les gusta realizar paseos por un día. Nuestro cálculo de la demanda se obtiene con un número total de personas de 5,675 anuales, y según las estadísticas el crecimiento del turismo en el Ecuador en el año 2021 fue del 25% y un 17% de crecimiento en el Continente Americano; por ello hemos proyectado un crecimiento en nuestra demanda del 10% anual siendo conservadores.

El nicho de mercado de adultos mayores está en expansión y en nuestro proyecto consideramos al adulto mayor como un “adulto valioso”, a quien ofreceremos vivir nuevas experiencias, y con acceso al turismo local. Lo mas importante para nuestro proyecto es ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad y generar emociones positivas para que continúen viajando con nosotros, por lo tanto definimos nuestro slogan como **“La Libertad de Viajar”.**

Tanto en el estudio de mercado y de marketing identificamos los servicios que brinda la compentencia, al mismo tiempo seleccionamos a proveedores con un alto standar de servicio, guías turisticos con experiencia en turismo local y con gran habilidad y trato con el adulto mayor; al mismo tiempo seleccionamos enfermeras que nos acompañarán durante los viajes, quienes estarán pendientes de cualquier necesidad médica que se presente. Referente a los lugares y comunidades a visitar se han diseñado rutas accesibles, con un tiempo máximo de viaje de 01H30, con la finalidad que el recorrido sea corto y puedan disfrutar de la naturaleza y actividades detalladas en el itinerario, estableciendo el precio de venta considerando los costos regulares y el poder adquisitivo recabado en la encuesta, ya que más del 59.2% de los encuestados están dispuestos a pagar por un paseo de un día un rango de $66,00 a $80,00; por tal motivo, nuestro precio de venta esta fijado en $ 70,00 por persona por cada viaje, el mismo que incluye: transporte, guía turístico, almuerzo, bebidas, actividades varias en cada opción de destino, asistencia con una enfermera durante el viaje y con las siguientes rutas turisticas: “escape ruta del cacao hacienda las Cañas” en Naranjal, escape a la hacienda la Gerarda “manada equina” en Chongón, escape Nobol “Santuario Nacional de Santa Narcisa de Jesus”, escape a balneario general Playas Villamil, escape a Bucay en Pachakay hacienda San Rafael.

Nuestra estrategia corporativa se basa en “Calidad de servicio, seguridad, seriedad, comodidad, tranquilidad” y “enfocados en un nicho específico de adultos mayores”. Nuestra fortaleza competitiva está en las alianzas estratégicas con nuestros colaboradores, proveedores y los diferenciales que harán de Viajero Valioso la mejor opción turística para los clientes adultos mayores; será de vital importancia concretar acuerdos con nuestros proveedores fijando costos especiales como operador, brindando calidad en los servicios durante la estadía en el lugar turístico y con el cumplimiento de tiempos ofertados.

Llegaremos a nuestros clientes a través de un equipo comercial de ventas directas, por medio de canales digitales, y realizando convenios con geriátricos, asociaciones de jubilados, clubes de jubilados, entre otros; contamos con un plan de marketing agresivo con el fin que exista conocimiento de la marca y la empresa se pueda posicionar en la mente del consumidor directo que es el adulto mayor e indirecto que sería su círculo familiar; el presupuesto anual para el plan de marketing se fija en $15.000,00.

Nuestra visión es ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible para la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el adulto mayor; bajo esta misión nuestro objetivo es determinar la viabilidad operativa, administrativa y financiera de nuestro segmento de mercado, para

crecer económicamente como operador turístico; a través de las ventas de oferta turística, con altos estándares de servicio y calidad y así mantener la confiabilidad y lealtad comercial de nuestros clientes.

La inversión inicial tendrá una fuente de financiamiento al 100% por el aporte del capital de accionistas, por lo que no se realizarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto. Inicialmente se recibirán pagos en efectivo y transferencias, definiendo como días de Cobro y pagos (1) y cero días de inventario.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio, se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de $397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49 hacemos de "Viajero Valioso" un proyecto viable.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Lucía Barrera, Karina Romero, Mónica Mite, María Paola Vergel, María Fernanda, y explica el plan de negocios del proyecto denominado "Operador Turístico Viajero Valioso"; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4 PALABRAS CLAVES

Turismo tercera edad, adultos mayores, viajes tercera edad, actividades recreativas para adultos mayores, entretenimiento para adultos mayores.

5 CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta de modelo de negocio "Viajero Valioso", nace de las ideas de un trabajo colaborativo conformado por un grupo de cinco integrantes, bajo las consideraciones éticas y el respeto a la propiedad intelectual.

6 INDICE DE CONTENIDO

1 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN 2
2 Declaro que....3
3 RESUMEN EJECUTIVO. 4
4 PALABRAS CLAVES 6
5 CONSIDERACIONES ÉTICAS 6
6 INDICE DE CONTENIDO 7
7 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN 9
8 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO "VIAJERO VALIOSO" 10
8.1 Objetivo general....10
8.2 Objetivos específicos 11
9 DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO 11
9.1 GERENCIA: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. 15
9.1.1 Planeación estratégica y del Recurso Humano....15
9.1.1.1. Definición de Misión, Visión y valores....15
9.1.1.2. Organigrama de la organización 16
9.1.2 Necesidades de Recursos Humanos....17
9.1.2.1 Análisis y diseños de puestos del negocio. 17
9.1.2.2 Procedimientos de selección de personal a implementar. 18
9.1.3 Compensaciones....20
9.1.3.1 Descripción de las compensaciones del personal del negocio. 20
9.1.4 Indicadores Claves de Gestión (KPI´s). 22
9.1.4.1. Fijación de principales KPI´s del negocio. 23
9.1.5 Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial 23
9.1.5.1. Estrategia 23
9.1.5.2. Proyectos 24
10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 34
11 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 36

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Organigrama 16
Ilustración 2 Diseño de puestos de trabajos. 17
Ilustración 3 MAPA ESTRATÉGICO DE KPI´s 22
Ilustración 4 Stakeholders de la empresa 24
Ilustración 5 Valores de RSE 26
Ilustración 6 Stakeholders internos y externos 27
Ilustración 7 Programa de RSE Stakeholders Interno 27
Ilustración 8 Programa de Stakeholder externo. 31

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estructura de sueldos 22
Tabla 2 Presupuesto de programa de RSE Stakeholder interno. 28
Tabla 3 Parámetros de cobertura de servicio médico 29
Tabla 4 Presupuesto de programa de RSE Stakeholder interno 32

7 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Nuestra propuesta nace de la falta de opciones de entretenimiento turístico orientado o dirigido a las preferencias y necesidades de adultos mayores. Nuestro nicho objetivo cuenta con el tiempo suficiente para el disfrute de diversas actividades turísticas de entretenimiento, sin embargo, en nuestro medio no existe una oferta especial diseñada para ellos. Por eso nos preguntamos ¿Cómo ofrecer un servicio turístico para que el adulto mayor se relacione con otras personas, se mantenga activo, entretenido y seguro de acuerdo con sus necesidades? Nosotros visualizamos la oportunidad de negocio, apegándonos al cumplimiento de las normativas establecidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador y a una investigación de las características generales del turismo para el adulto mayor.

Según la teoría del ciclo de vida familiar en la etapa de retiro las personas mayores tienen menos obligaciones familiares al haberse emancipado los hijos, lo que, unido a la jubilación o retiro del mercado laboral, les deja más tiempo libre para el disfrute del ocio en general. En este sentido, en comparación con grupos de edad más jóvenes, los mayores realizan frecuentemente viajes de mayor duración, fuera de temporada alta y muestran mayor preocupación por cuestiones de seguridad en sus viajes (PATTERSON, 2006: 4). Se considera habitualmente que algunas variables demográficas y socioeconómicas como la edad, el género, el estado de salud, nivel de ingresos y la situación familiar condicionan el consumo de las personas en general. Estas variables se pueden calificar de objetivas, a las que se añaden otras variables subjetivas como son los valores y actitudes personales (BÓDALO, 2003: 93). Entre las barreras más importantes para acceder al turismo en general destaca el tiempo libre y una capacidad presupuestaria suficiente (MU: &IZ, 2001; NYAUPANE et al., 2008).

Debemos tener en cuenta que las personas mayores no constituyen un gran grupo homogéneo. En relación con la demanda turística se puede observar cierta heterogeneidad dentro del grupo de personas mayores, siendo posible segmentar este colectivo en grupos más homogéneos con diferentes comportamientos turísticos en base a sus motivaciones turísticas (SHOEMAKER, 1989; BOKSBERGER y LAESSER, 2009) o sus necesidades y estilos de vida (MOSCHIS y ÜNAL, 2008). Las próximas generaciones de mayores “baby boomers” se caracterizan normalmente como más activos, con mayores niveles de formación y, sobre todo, más viajeros (PATTERSON, 2006).

Estas nuevas generaciones de mayores tienen más experiencia viajera que las generaciones previas, por lo que es posible que las experiencias demandadas en sus viajes en la etapa de retiro presenten rasgos diferentes a las generaciones anteriores. Los cambios generacionales pueden tener efectos importantes en los destinos turísticos que tradicionalmente han contado con una importante demanda entre las personas mayores, ya que las nuevas generaciones de mayores probablemente se inclinen por otros destinos (OPPERMANN, 1995; PRIDEAUX, 2007).

APPA: fuente publicada https://core.ac.uk/download/pdf/29403979.pdf

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar un modelo de negocio como Operador Turístico identificado como Viajero Valioso. Nuestra oferta turística presenta cinco opciones de destino que, de acuerdo con el estudio de mercado realizado, cumplen con las preferencias de viajes cortos, contacto con la naturaleza, clima agradable de acuerdo con las preferencias de nuestro segmento de mercado. Más que turismo ofrecemos un servicio de entretenimiento enfocado en el adulto mayor, para que puedan socializar, compartir con sus pares y mantenerse activos viviendo nuevas experiencias en esta etapa de su vida. De acuerdo con esto presentamos nuestra propuesta de valor: “Viajero Valioso” que te ofrece los mejores paquetes turísticos locales, lugares hermosos, viajes cortos, experiencias con personas afines generacionalmente y en contacto con la naturaleza. Tendrás un viaje cómodo, seguro, disfrutarás de alimentación típica del lugar visitado, asistencia médica con una enfermera y la guía de un profesional de turismo que permitirá que tengas un viaje memorable.

8 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO “VIAJERO VALIOSO”

8.1 Objetivo general

Brindar entretenimiento turístico enfocados en adultos mayores; con un excelente servicio que brinde asesoría y organice viajes, que motiven al cliente para realizar diversas actividades de ocio y entretenimiento en nuestras rutas turísticas.

8.2 Objetivos específicos

- Diseñar y organizar rutas turísticas, ofreciendo una atención y gestión adecuada a las necesidades de nuestro nicho de clientes.
- Cumplir los protocolos y políticas de Viajero Valioso, entregando una oferta turística de calidad, efectiva y segura, cubriendo las necesidades de nuestros clientes.
- Fortalecer nuestra marca en el sector, ser reconocidos como un Operador Turístico enfocado en el adulto mayor garantizando la rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.
- Ser para nuestros clientes la mejor opción de servicio turístico para adultos mayores, que marque la diferencia y nos recuerden como su operador turístico de confianza.
- Ampliar nuestro catálogo de destinos turísticos, al menos con 4 destinos adicionales, en un lapso no mayor a 12 meses que sean del interés de nuestros clientes.

9 DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

A través de Desing thinking desarrollamos el customer journey map, donde se detalló las fases del proceso de experiencia del cliente, en base a esto se formuló el desarrollo técnico de la propuesta. El nicho de mercado que hemos encontrado va dirigido a hombres y mujeres adultos mayores, entre 60 y 84 años de edad, con un estrato económico B y C+ los mismos que son activos e independientes en sus finanzas y a quienes les gusta viajar y destinar un presupuesto para viajes y entretenimiento. Los principales hallazgos de información obtenida en la investigación de mercado se centraron en que están deseosos de conocer nuevos entornos, interactuar con más personas, realizar algo distinto y ocupar su tiempo libre en diversas actividades que los haga sentirse vivos, disfrutar momentos de ocio y vivir nuevas experiencias a plenitud. Además, buscan un equilibrio entre calidad y precio, que estos viajes sean accesibles, que les otorguen un buen trato, realizar viajes cortos y que tengan un clima agradable en donde desenvolverse.

En la investigación de mercado realizada, todos los participantes coinciden que para contratar una empresa que brinde servicio de entretenimiento turístico esta debe ser seria, tener seguridad jurídica, cumplir con el contrato; que para disfrutar del viaje deben ofrecer tranquilidad, calidad en el servicio, y contar con seguridad en el lugar que visitarán. Ninguno de ellos ha escuchado de un servicio de entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor; es por esto, que nuestra fortaleza competitiva está en las alianzas estratégicas con nuestros proveedores, con quienes nos aseguraremos que cuenten con las seguridades,

espacios, adecuaciones para que nuestros adultos mayores se sientan seguros y confortables disfrutando de un día agradable y los diferenciales que hacen de Viajero Valioso la mejor opción turística para el segmento de adultos mayores, ya que van interactuar con personas de su misma edad, contarán con un guía totalmente capacitado y con toda la experiencia en tratar a esta generación, quien los acompañará en todo el trayecto y mostrará el lugar que están visitando, también, tendrán la asistencia de una enfermera profesional desde el inicio, durante y fin del viaje, estará atenta a sus necesidades en cuanto a medicamentos, situación o malestar que presenten. Para fijar los precios se investigó el mercado y se manejarán costos basados en valores referenciales de costo del producto de $48,00, con un margen de utilidad de 31,43%, y un precio de venta de $70,00, ya que los adultos mayores están dispuestos a pagar por este servicio hasta $100,00 y el 59,51% de los encuestados está dispuesto a pagar entre $66,00 a $80,00 dólares. Viajero Valioso dentro de su estrategia promocionará sus servicios a través del marketing digital (redes sociales y página web) para posicionar su marca y establecer una cercanía con sus potenciales clientes a través de: Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp y también el marketing tradicional, prensa y radio. Así también contará con personal comercial quienes realizarán ventas personalizadas, se gestionarán alianzas estratégicas con: empresas privadas, geriátricos, asilos de ancianos, asociaciones y clubes de jubilados.

Somos una empresa que brinda un servicio de entretenimiento turístico para el adulto mayor y como base de diseño de producto tenemos paquetes turísticos con cinco destinos locales.

El proceso de producción se plasma en el flujo del servicio, tanto de venta presencial como a través de la web, donde se destaca la asesoría permanente y acompañamiento de personal calificado de la empresa, durante todas sus etapas, desde la elección del destino, hasta la prestación del servicio.

La capacidad productiva de Viajero Valioso se determina en base a la demanda del nicho identificado, esto es 9.944 clientes potenciales, lo que nos da como resultado la cobertura de 5 viajes por día a cualquiera de las 5 rutas disponibles.

Nuestra Página Web está diseñada con fácil acceso, se presupuestó un CRM para registrar SAC y un ERP para integrar trámites administrativos. Nuestro punto de atención al cliente estará ubicado en una oficina coworking en el centro comercial Alban Borja, por ser un lugar de distracción tradicional de la ciudad y debido al potencial de clientes en la zona al encontrarse junto a un centro gerontológico; cuenta con espacios distribuidos de acuerdo a las necesidades de la operación y con una distribución en vertical.

La estructura de costos para la producción del servicio se compone de software, equipos, costos indirectos, costos variables, muebles y enseres, lo que da un valor total de $8.924,00, el plan de inversión es de $9.191,50.

El proyecto Viajero Valioso evaluará su vida útil en períodos de 5 años.

Nuestra identidad corporativa tiene como misión ser una empresa ecuatoriana que brinda servicios de entretenimiento turístico, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias, ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos; así mismo nuestra visión en el tiempo es lograr ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible con la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el adulto mayor. Los valores corporativos que tenemos son el respeto, calidad, honestidad, responsabilidad, ética, trabajo en equipo y puntualidad.

Se utilizaron fuentes claras y fáciles de memorizar, que transmiten alegría, gozo, claridad y creatividad y como valor agregado el slogan *"La libertad de viajar*". En cuanto a la estructura de nóminas se contratarán 7 talentos de áreas operativas, comerciales, y administrativas. Se aplicará una estructura organizacional "funcional", jerárquica, a su vez definiendo KPI´s financieros, operativos, servicio y tecnológicos. Se definieron los stakeholders internos y externos como base para el desarrollo de programa de RSE que también forma parte de nuestros valores corporativos. Se implementarán programas de RSE destinados a cada grupo de interés. Para los Stakeholders internos diseñamos el Programa Educación Valiosa para colaboradores e hijos y seguro médico co-pagado para colaboradores; para los stakeholders externos tenemos el programa "Mi huella verde" orientado a la comunidad turística y a nuestra comunidad digital. Nuestros programas se alinean con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible: ODS #4 Educación de calidad, ODS #3 Salud y bienestar y ODS #15 Vida de Ecosistemas terrestres.

El proyecto tendrá como estructura jurídica la figura de Persona Jurídica de derecho privado denominada "Sociedad por Acciones Simplificadas – SAS". De acuerdo al Art 18, el proyecto turístico Viajero Valioso se clasifica como Operador e Intermediación Turística; se contempla regular la empresa por propiedad intelectual para preservar la marca, el nombre, el logo y slogan por medio del SENADI, además de cumplir las regulaciones del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, "COMEXI" y la protección de datos personales: información sensible y de confidencialidad.

Viajero Valioso aplicará a sus colaboradores un contrato de trabajo con relación de dependencia a “plazo fijo” por 1 año con período de prueba de 90 días. Se establecerán acuerdos por escrito con los proveedores, a fin de garantizar la calidad del servicio ofrecido y suscribirá un contrato de servicio con el cliente determinando condiciones enmarcadas en la Ley Orgánica de defensa del consumidor.

El plan de inversión es importante porque nos permite tener un mapa de ruta que marque el camino que habrá de tener el dinero dentro de la gestión financiera. La inversión inicial con los que se debe de contar para poder implementar el negocio es de $ 9.151,00 y tendrá una fuente de financiamiento al 100% por aporte de capital de los socios; por ello no se realizarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto. Inicialmente el cliente realizará pagos en efectivo y transferencias previas a la prestación del servicio turístico, y en relación a los proveedores el pago se realizará un día antes o durante la prestación del servicio, por lo cual se define como días de cobro y pagos (1) y cero días de inventario.
El capital de trabajo evaluado debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades inmediatas y así evitar atrasos en la operatividad de la empresa.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio; se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de $397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49 se concluye que Viajero Valioso es un proyecto viable. Se presentan tres escenarios de sensibilidad todos negativos para la empresa, por ende, debemos cuidar y reforzar las estrategias para que el proyecto se mantenga viable y rentable en el tiempo.

9.1 GERENCIA: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

9.1.1 Planeación estratégica y del Recurso Humano.

Dentro de nuestra planeación estratégica tenemos el determinar la viabilidad operativa, administrativa, financiera y de mercado del proyecto, con nuestro segmento de mercado, para crecer económicamente como operador turístico; a través de las ventas de oferta turística, con altos estándares de servicio y calidad, para mantener la confiabilidad y lealtad comercial de nuestros clientes.

La empresa Viajero Valioso, aplicara una estructura organizacional denominada "funcional", la cual está considerada como un organigrama vertical. Esta estructura es jerárquica, está destaca por el orden y la distribución del talento humano, alineada a sus competencias técnicas, duras y blandas. El objetivo es que cada persona de cada departamento funcione bajo objetivos individuales, departamentales y estratégicos de la empresa, permitiendo la efectividad y productividad en cada una de sus áreas.

9.1.1.1. Definición de Misión, Visión y valores.

Misión

Somos una empresa ecuatoriana que brinda servicios de entretenimiento turístico personalizado, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias, ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos.

Visión

Ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible con la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el adulto mayor.

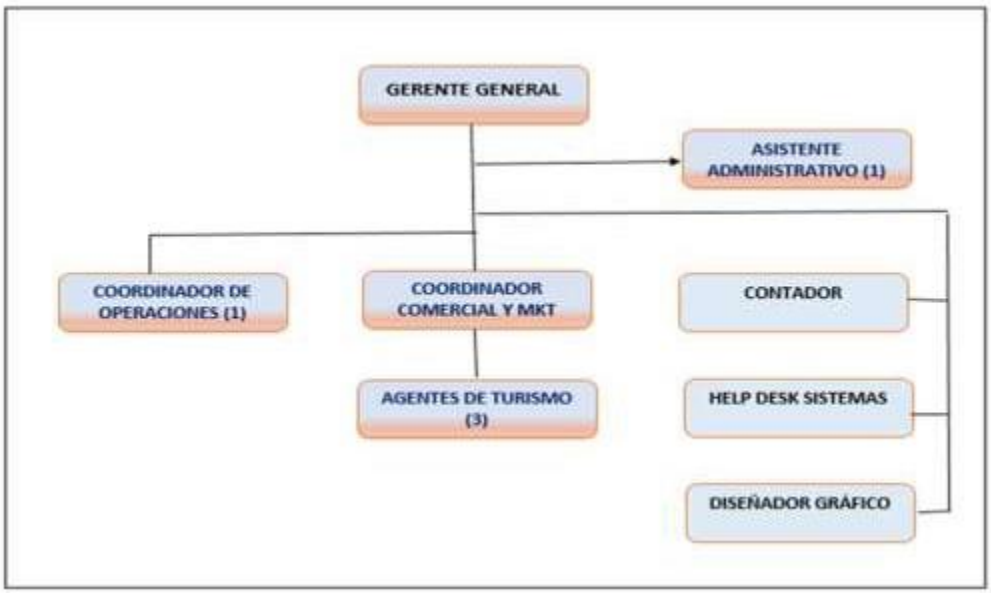
Valores corporativos

Nuestros valores corporativos se alinean a nuestra misión y visión:

- Respeto
- Calidad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Ética
- Trabajo en equipo
- Puntualidad

9.1.1.2. Organigrama de la organización

Ilustración 1 Organigrama



Fuente: elaboración propia

En esta estructura se encuentran los cargos de trabajadores que prestaran sus servicios mediante contrato de trabajo, a la derecha se encuentran detallados los cargos que serán contratados con proveedores de servicios externos: contador, sistemas y diseñador gráfico.

9.1.2 Necesidades de Recursos Humanos

9.1.2.1 Análisis y diseños de puestos del negocio.

Ilustración 2 Diseño de puestos de trabajos.

FUNCIONES PRINCIPALES	PERSONAL A CARGO	ACTIVIDADES
Representación legal de la empresa Gestión de administración de Talento Humano Gestión de Presupuesto	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	Gestión Administrativa y/o secretariales.
Gestión de reservas web Gestión de diseño de servicio Gestión de proveedores Administración de base de datos (proveedores y clientes) Gestión de logística Gestión de costos y fijación de precios	1.Recibe y controla las peticiones de reservas a través de los canales de atencion digital. 2.Prepara itinerarios. 3.Programa actividades a desarrollar.	
	1. Contacta, selecciona y contrata a proveedores de servicios. 2.Mantiene actualizada la información de clientes y proveedores para consulta de las diferentes áreas de la empresa. 3. Controla los servicios ofrecidos	
Gestión de Marketing Gestión de Comunicación Comercial Gestión de Ventas/post venta	AGENTE DE TURISMO	1. Atiende, informa y asesora al cliente en los productos de la empresa. 2.Planificar y vender los paquetes turisticos que ofrece la empresa.
	COORDINADOR COMERCIAL Y MKT	1.Organiza y controla las relaciones públicas 2.Planifica la publicidad en los diferentes medios. 3.Organiza la participación en eventos, ferias, congresos, etc. 4.Participa en la formación de los Agentes de Turismo 5.Colabora en el diseño de folletos, brochures y demás material
Gestión de Contabilidad Gestión de Presupuesto Gestión y control de caja chica Gestión de Facturación Gestión de Pago a Proveedores Gestión de servicios generales	1.Apoya a Contador en la gestión contable. 2.Manejo de caja chica. 3.Actualiza las cuentas por cobrar y emite facturas. 4.Actualiza las cuentas por pagar y realiza conciliaciones. 5. Realiza el pago a proveedores. 6.Apoya en la gestión administrativa de la empresa. 7.Apoya en la gestión de talento humano de la empresa.	
Gestión de vinculación de personal Gestión de pago de compensaciones Gestión de Bienestar Social		

Fuente: elaboración propia.

En esta tabla se presenta los diseños de puestos, alcance del cargo, nivel de supervisión, funciones ejes, responsabilidades primarias de cada cargo, de los cinco cargos con los que iniciará Viajero Valioso.

9.1.2.2 Procedimientos de selección de personal a implementar.

Alcance

Este procedimiento comprende la descripción de las actividades a desarrollar para el reclutamiento, la preselección, selección, evaluación, contratación e inducción del personal.

Definiciones del candidato

Persona o postulante que participa en un proceso de selección o concurso convocado para seleccionar personal para determinado cargo.

En este proceso Interviene: Gerente General, Líder del área requirente, y Asistente Administrativo.

Procedimiento para el Reclutamiento y Selección de personal

Requerimiento de personal líder del área requirente:

- Solicita a la Gerencia General la necesidad del contratar para la posición, mediante un Requerimiento de Personal con la justificación respectiva.
- Para cubrir vacantes por renuncias o por requerimientos temporales.
- Para llenar un cargo o posición vacante que se haya generado por actualización de la estructura organizacional.

Gerente General

- Aprueba o rechaza el Requerimiento de Personal, gestiona con la asistente administrativa.

Asistente administrativo

- Elaboración de posteos de Avisos de Empleo: LinkedIn, bolsas de empleo, grupos Telegram de RR.HH. todas los CV serán receptados en un correo corporativo seleccion@viajerovalioso.com.
- Primer filtro de candidatos con perfil que se ajusta al requerimiento
- Revisión de antecedentes penales y SUT de candidatos filtrados
- Revisión de CV ajustados al perfil de cargo, mínimo 10 hojas de vida por cargo para presentar a Gerencia.

Gerencia general

- Recibe y preselecciona candidatos (5), se contacta con ellos para un screaning telefónico, una entrevista zoom y selecciona la terna final que pasara a entrevista presencial.

Asistente administrativo

- Se realiza la evaluación de personalidad, técnica y de conocimiento vía zoom. Se califican las evaluaciones y se presenta Informe.
- Psicométrico de los candidatos, estos se entregan a Gerencia General.
- Se convoca formalmente a los candidatos para entrevistas, mediante llamada telefónica. Coordina la agenda de entrevista con Gerencia General y con el Líder de área solicitante.
- Al llegar los candidatos llenan la solicitud de empleo, facilita a los entrevistadores el formulario de entrevista y calificación de candidatos.

Gerencia general y líder de área solicitante

- Entrevistan y valoran a los candidatos entrevistados. Llegan a consenso y seleccionan al candidato idóneo para cubrir la vacante.
- Se comunican con el candidato seleccionado y pactan una fecha de ingreso.
- Entregan a Asistente Administrativo la documentación de las candidatas.

Asistente administrativo

- Se contacta con candidato seleccionado, solicita documentación requerida y exámenes médicos de rigor.
- Envía mail de conocimiento para todas las áreas para habilitación de usuario en red, código de ingreso, máquina y creación de usuario.
- Recibe a la candidata el día de ingreso: elabora contrato y lo sube al MDT, alta en el IESS y firma de los respectivos documentos.
- Realiza el proceso de inducción de la empresa y entrega copia de contrato.

9.1.3 Compensaciones

9.1.3.1 Descripción de las compensaciones del personal del negocio.

Marco legal

Según el Art. 328 de la Constitución de la República del Ecuador: "La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos. El Estado Ecuatoriano es el órgano legal que fijará y revisará anualmente el salario básico establecido en la ley, de aplicación general y obligatoria. El monto del salario básico lo determina el Consejo Nacional de Trabajo y Salarios, o el Ministerio del Trabajo en caso de no existir acuerdo en el referido Consejo. La revisión anual del salario básico se realiza con carácter progresivo hasta alcanzar el salario digno de acuerdo con lo dispuesto en la Constitución de la República.

Remuneraciones

La legislación laboral del Ecuador indica que la remuneración aún mantiene los conceptos de sueldo y salario, lo que define al salario como el estipendio que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo; y al sueldo, la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado. El salario se paga por jornadas de labor y en tal caso se llama jornal; por unidades de obra o por tareas. El sueldo, por meses, sin suprimir los días no laborables." (Art. 80 (Código del Trabajo, 2012)). El pago de remuneraciones se dará en los plazos convenidos y no podrá ser disminuido ni descontado, salvo con autorización expresa de la persona trabajadora y de acuerdo con la ley".

A cada trabajador le corresponde una remuneración, sin discriminación debido a nacimiento, edad. sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole; más, la especialización y práctica en la ejecución del trabajo se deben tener en cuenta para los efectos de la remuneración, (Art. 79 (Código del Trabajo, 2012)). Los sueldos y salarios se estipulan libremente, pero en ningún caso pueden ser inferiores a los mínimos legales. Se entiende por Salario Básico la retribución económica mínima que debe recibir una persona por su trabajo de parte de su empleador, el cual forma parte de la remuneración y no incluye aquellos ingresos en dinero, especie o en servicio, que perciba por razón de trabajos extraordinarios y suplementarios, comisiones, participación en

beneficios, los fondos de reserva, el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales, las remuneraciones adicionales, ni ninguna otra retribución que tenga carácter normal o convencional y todos aquellos que determine la Ley. (Art. 81 (Código del Trabajo, 2012)

Forma de pago

La forma en la que se debe de cancelar la remuneración deberá estar estipulado en el contrato laboral, definiendo jornada laboral con horarios especiales, registrados en MDT. Pagos del 40% del sueldo básico en quincena y el 60% y descuentos beneficios al final de mes. Se realizarán los pagos mediante transferencias bancarias de cuenta empresarial, lo cual servirá como soporte ante los entes reguladores del MDT. La remuneración se debe pagar tomando en consideración la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a los mínimos vitales generales o sectoriales. De igual manera se deben pagar los restantes beneficios de ley, a excepción de aquellos que por su naturaleza no pueden dividirse, que se pagarán íntegramente. (Art. 82 (Código del Trabajo, 2012).

El Incremento del Salario Básico Unificado del Trabajador en General para cada año se encuentra a cargo del Estado y se establece mediante Acuerdos Ministeriales y por el ministro de Trabajo, este Salario corresponde al del trabajador en general, incluidos los trabajadores de la pequeña industria, trabajadores agrícolas y trabajadores de maquila; trabajadora o trabajador remunerado del hogar, operarios de artesanía y colaboradores de la microempresa. (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2018).

Estructura de sueldos

Tabla 1 Estructura de sueldos

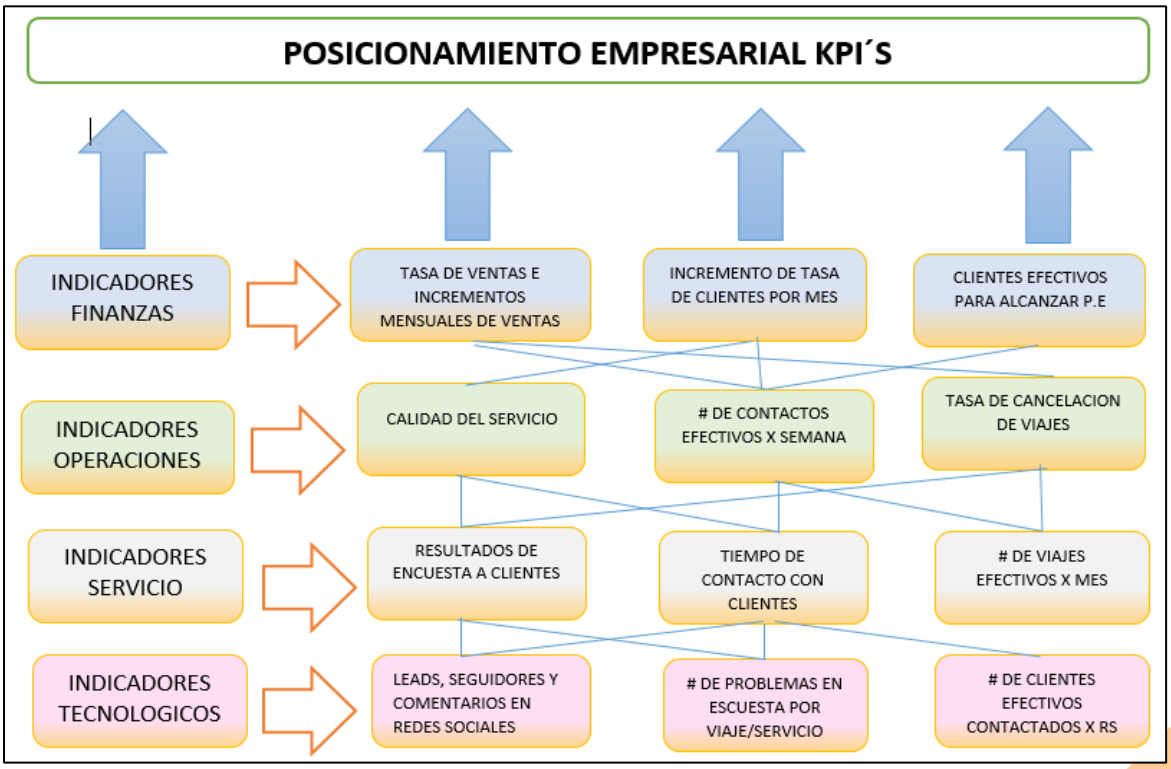
SUELDOS DE EMPLEADOS	EMPLEADOS	MENSUAL SUELDOS BASE	XIII	425 XIV	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO RESERVA	TOTAL UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
DIRECTOS										
Operadores	3	$ 600,00	$ 50,00	$ 35,42	$ 72,90	$ 25,00	$ 49,98	$ 833,30	$ 2.499,89	$ 29.998,68
ADMINISTRATIVOS										
Gerente	1	$ 900,00	$ 75,00	$ 35,42	$ 109,35	$ 37,50	$ 74,97	$ 1.232,24	$ 1.232,24	$ 14.786,84
Coordinador operativo/Coord. Marketing y comercial	2	$ 700,00	$ 58,33	$ 35,42	$ 85,05	$ 29,17	$ 58,31	$ 966,28	$ 1.932,55	$ 23.190,64
Asistente administrativo	1	$ 500,00	$ 41,67	$ 35,42	$ 60,75	$ 20,83	$ 41,65	$ 700,32	$ 700,32	$ 8.403,80

Fuente: elaboración propia.

Dentro de su planificación financiera a largo plazo, la empresa planifica mantener los sueldos base por los próximos 3 años. Luego se implementará un proceso de bonificación variable por referido que se convierte en cliente. En la tabla anterior de cálculo salarial se está considerando los valores que establece la Ley como Fondos de Reserva y el Seguro Social.

9.1.4 Indicadores Claves de Gestión (KPI´s).

Ilustración 3 MAPA ESTRATÉGICO DE KPI´s



Fuente: elaboración propia.

9.1.4.1. Fijación de principales KPI´s del negocio.

El KPI (Key Performance Indicador o, en español, Indicador Clave de Rendimiento) es un sistema de medición que, expresado normalmente en un porcentaje, nos dice el grado de progreso o cumplimiento de un objetivo de la empresa. Los objetivos a medir con esto son de todo tipo, como: Satisfacción de los clientes, números efectivo de contactos, etc. Uno de los objetivos más importantes es medir el nivel del desempeño de los procesos, alineados e interrelacionados entre ellos, todos aplica a los objetivos estratégicos de la empresa. Estos indicadores pueden ser métricas financieras o no financieras y se utilizan para cuantificar objetivos que reflejan el rendimiento de la empresa, y que generalmente se recogen del plan estratégico.

Para poder medir y seguir estas métricas, resulta de gran ayuda la incorporación de soluciones y tecnologías de calidad, especializadas en control de tiempos de respuesta y cancelación de viajes.

Herramientas de seguimiento de gastos en tiempo real, captura y registro rápido de cargos, transferencias, pagos recibos y reservas digitales, entre otras, son grandes aliadas para la obtención y análisis de indicadores claves de calidad en turismo.

Además de tener presentes las métricas mencionadas en el mapa de interrelación de los KPI´s, es importante que la empresa evalúe y de seguimiento los resultados que están generando los viajes de sus clientes y como estos impactan las áreas: comercial y operaciones.

9.1.5 Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial

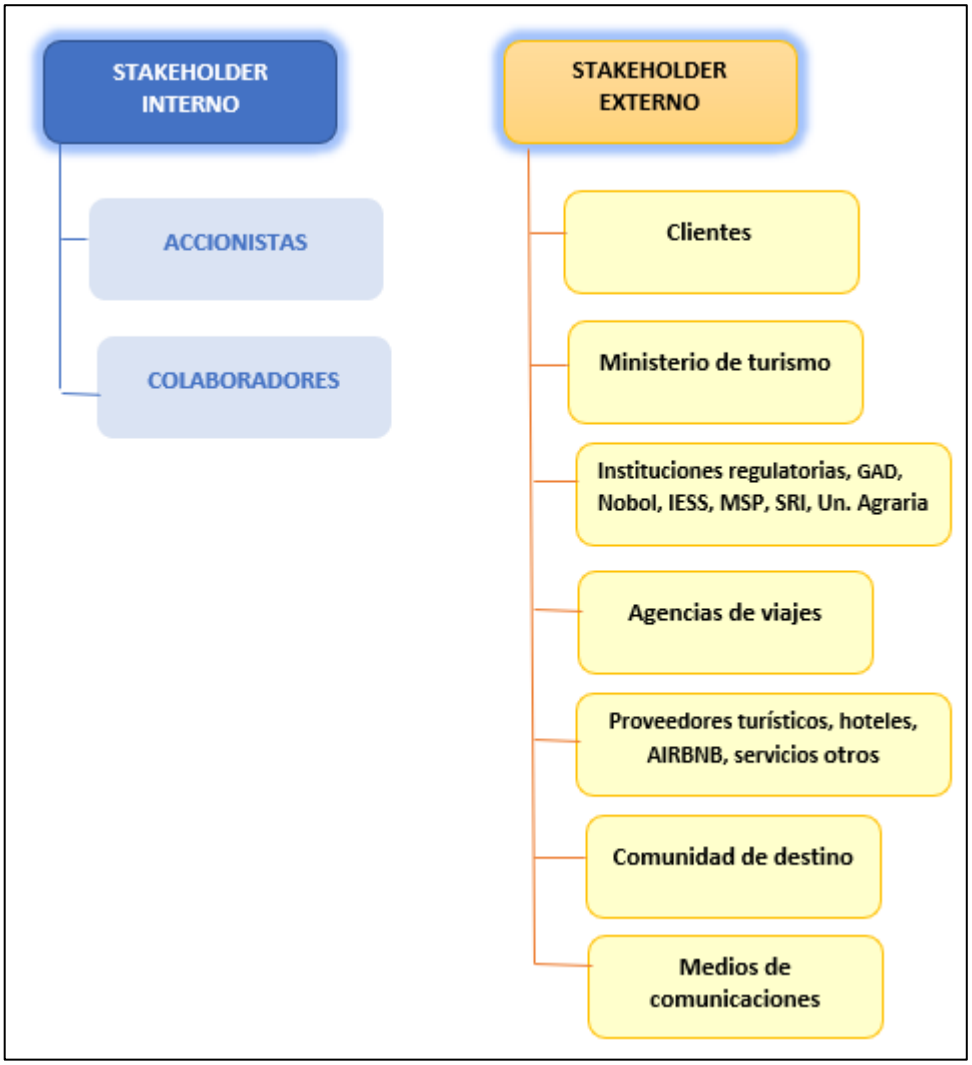
9.1.5.1. Estrategia

Para que la gestión del turismo sea ágil y se alcancen las metas de crecimiento es de suma importancia analizar y entender cómo son las relaciones de los Stakeholders y cómo están estructuradas, ya que si no están articulado correctamente estos actores puede entorpecer la gestión del destino, independientemente del tipo de turismo al que éste encamine sus esfuerzos. De acuerdo al reglamento de operación e intermediación turística, Acuerdo Ministerial 21, Registro Oficial 783 de 24-jun.-2016, Estado: Vigente el proyecto turístico Viajero Valioso se clasifica como Operador Turístico. Art 18.- Operador turístico.

Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás clasificaciones de agencias de servicios turísticos.

9.1.5.2. Proyectos

Ilustración 4 Stakeholders de la empresa



Fuente: elaboración propia

El término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere al compromiso y contribución de una empresa con la mejora social, económica y ambiental". Se hace palpable a través de las estrategias, procedimientos, prácticas y políticas de la propia corporación. A diferencia de la Responsabilidad Social Individual, esta se trata de la actitud y compromiso

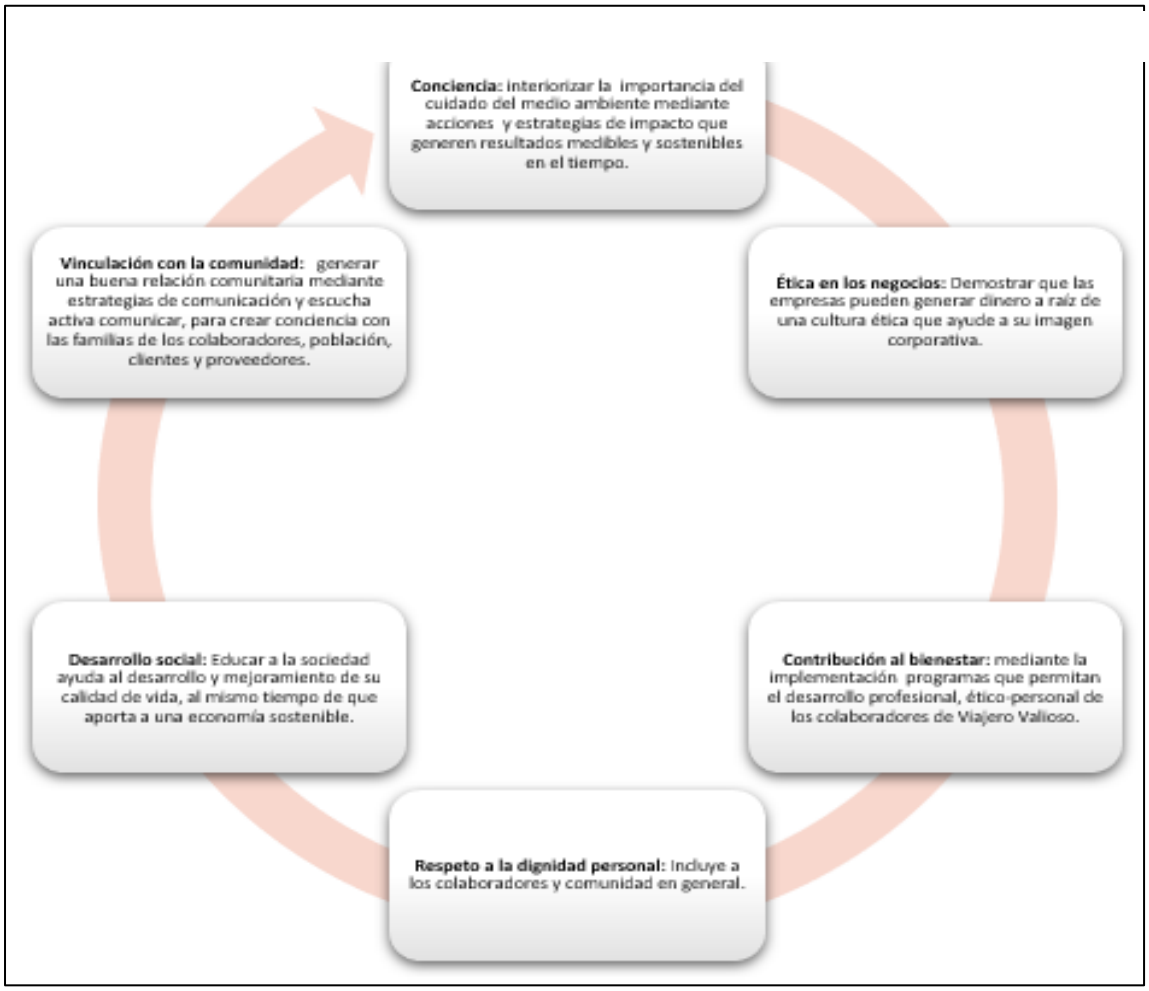
que yo tengo con la sociedad. Tampoco se debe confundir con el altruismo o filantropía, pues al final, no sólo se busca hacer el bien, sino que una característica indispensable de la RSE es la sustentabilidad de la organización, más allá de la conciencia. La Responsabilidad Social Empresarial se incluye como parte de los valores de la empresa y está plasmada en el conjunto integral de políticas, prácticas y programas a lo largo de las operaciones empresariales de Viajero Valioso, siempre alineándonos a

- Ética: conocer las políticas anticorrupción de la empresa.
- Económico: planeación correcta de las estrategias de negocio.
- Legalidad: la debida diligencia de las prácticas laborales.
- Ambiental: compromiso contra el impacto ambiental.
- Social: la promoción y cuidado de los Derechos Humanos.

La crisis sanitaria debido a la pandemia del Covid ha producido una gran problemática a nivel ambiental, económico-social; mediante un proceso de concienciación que permite la participación clave y activa de las empresas para generar un impactar positivamente y a largo plazo. El aporte las empresas y la RSC es trascendental cuando existen crisis en ecuador, el objetivo es ser generadores de empleo e innovadores con proyectos que reactiven la economía. Viajero Valioso como empresa socialmente responsable asume a la ciudadanía como parte de sus propósitos, fundamentando su visión y su compromiso social en principios y acciones que benefician a su negocio e impactando positivamente a la sociedad. Estableciendo, también, a partir de estos principios, compromisos para minimizar los impactos negativos de sus actividades, basados en una abierta y constante comunicación con sus grupos de interés.

Respecto a todo lo que compete a los aspectos de la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial responden a principios empresariales universales, y su interiorización continua es lo que asegura su éxito, dentro de ellos se encuentran:

Ilustración 5 Valores de RSE



Fuente: elaboración propia

Proyectos Responsabilidad Social Corporativa destinados a cada grupo de interés

Viajero Valioso de acuerdo a su giro de negocio y a sus valores corporativos ha decidido trabajar con sus colaboradores, familia y comunidad de niños y tercera edad, desarrollando proyectos de acuerdo a sus necesidades y posibilidades de cobertura. Todos nuestros programas de RSE se alinean a los siguientes temas del Pacto Global de las Naciones Unidas: Respeto a los Derechos Humanos, erradicar la discriminación laboral, prevenir daños al medio ambiente y promover la Responsabilidad Ambiental.

Ilustración 6 Stakeholders internos y externos

Fuente: elaboración propia

Programa de Stakeholder Interno: descripción, detalle y desglose de actividades

Ilustración 7 Programa de RSE Stakeholders Interno

Stakeholder interno:		Colaboradores			
Programa:		EDUCACIÓN Y SALUD			
Responsable:		Gerente Administrativo			
Objetivos:		Brindar a los colaboradores y/o sus hijos el acceso a educación de calidad, con un subsisdio desde el 60%, para alumnos de primaria, secundaria y de educación superior tecnológica. Acceso para todos los colaboradores a un seguro médico privado subsisdiado, con cobertura de atención médica, emergencias y operaciones de emergencia,			
#	ACTIVIDAD	LUGAR	ALIADOS ESTRATÉGICOS	ACCIONES	BENEFICIARIOS
1	BECAS EDUCACION VALIOSA JR.	INSTALACIONES UNIDAD EDUCATIVA LICEO GREGORIANO, GARZOTA 1, GYE	UNIDAD EDUCATIVA LICEO GREGORIANO	Tendran acceso a este programa todos los hijos de los colaboradores de primaria y secundaria, tendran el subsisdio del 60% de las matriculas y pensiones, los beneficiarios deberan superar las calificaciones globales del 8,5 por quimestre. Alumnos del programa que alcancen el 9,5 de calificación global, obtienen el 100% de la beca.	Todos los hijos de los colaboradores, que cumplan más de 1 año de edad laboral , indistintamente de su cargo.
		INSTALACIONES DEL ITB INSTITUTO TECNOLOGICO BOLIVARIANO, LA ATARAZANA, GYE	ITB INSTITUTO TECNOLÓGICO BOLIVARIANO	Tendran acceso a este programa todos los colaboradores e hijos de instrucción superior hasta 25 años, solteros y que vivan con sus padres. Tendrán el subsisdio del 60% de las matriculas y pensiones.	Todos los colaboradores e hijos de los colaboradores, que cumplan más de 1 año de edad laboral , indistintamente de su cargo.
2	SEGURO MÉDICO PRIVADO	CLINICAS ASOCIADAS A ASISKEN	SEGURO MÉDICO ASISKEN	El plan de seguro médico empresarial es opcional a los colaboradores, a su ingreso les sera socializado el beneficio empresarial. Tendran acceso a partir del dia 181, los porcentajes de cobertura de determinarán de acuerdo a su edad laboral desde el 30% al 60% del total.	Todos los colaboradores a partir del día 181 de edad laboral , indistintamente de su cargo. Es opcional para el colaborador y formalizado mediante firma de póliza conjunta.

Fuente: elaboración propia

Tabla 2 Presupuesto de programa de RSE Stakeholder interno.

#	Programas	Valores por beneficiario	#empleados - beneficiarios	total x beneficiario	Periodicidad	Presupuesto anual por actividad
1	Becas Estudiantiles Primaria Secundaria	$ 60,00	0	$ -	mensual * 10	$ -
	Becas estudiantiles educacion tecnológica	$ 60,00	0	$ -	mensual * 10	$ -
2	Seguro médico	$ 12,00	3	$ 36,00	mensual * 12	$ 432,00
			Total Presupuesto Mensual	$ 36,00	Total Presupuesto Anual	$ 432,00

Fuente: elaboración propia.

Proyecto: Educación Valiosa

Objetivo: Brindar a los colaboradores y/o sus hijos el acceso a educación de calidad, con un subsidio desde el 60%, para alumnos de primaria, secundaria y de educación superior tecnológica.

Políticas del programa Beca Estudiantil

Adherirse como beneficiario al programa de Beca Estudiantil será un derecho ganado, que tendrá variantes que debe cumplir los beneficiarios:

Hijos consanguíneos de colaboradores que tengan a partir de 1año un día en la empresa, con una calificación de Evaluación de Desempeño superior al 80%.

Becas hijos de colaboradores: este beneficio aplicara a niños que cursen desde tercer año básico hasta jóvenes adultos con nivel de educación superior hasta 25 años, solteros y que vivan con sus padres, con excepción de un proceso de patria potestad de los hijos, máximo dos beneficiarios por colaborador.

Para sostener el beneficio de la beca deberán alcanzar un mínimo de calificación por quimestre de 9.00 como nota global, los pagos de matrículas y pensiones por parte de la empresa serán quimestrales. Esto aplica para becarios de primaria, secundaria y o tecnológico.

Este beneficio estará vigente mientras el colaborador este activo dentro de la empresa.

Para precautelar valores en rojo, cada beneficiario deberá firmar una letra de cambio para que en caso de existir un finiquito de por medio dichos valores correspondiente a meses becas sean descontados con figura de préstamo personal.

Todas estas políticas aplican para los colaboradores, cuyas becas serán orientadas a estudiar carreras tecnológicas: administración de empresas, contabilidad y turismo.

El programa de Becas estudiantiles estará vigente hasta que la empresa lo considere, teniendo la potestad de suspenderlo por motivos internos según el Directorio lo apruebe, siempre y cuando culmine el año escolar o ciclos completos de becas.

Proyecto: Seguro médico privado

Objetivo: Acceso para todos los colaboradores a un seguro médico privado subsidiado, con cobertura de atención médica, emergencias y operaciones de emergencia.

Este beneficio empresarial se aplicará a los colaboradores a partir del mes 6 de antigüedad laboral (181 días), aplica a todos los colaboradores a excepción de la plantilla ejecutiva/directiva y gerencial.

La cobertura del valor del seguro va alineado a la antigüedad del colaborador, desde el 40% al 60% del valor total de la prima del seguro.

Este beneficio estará vigente hasta el último día como colaborador activo de la empresa, los valores proporcionales pendientes serán reflejados en finiquito como un valor por servicios al personal. Si el colaborador desea puede seguir pagando el seguro con el mismo costo de preferencia empresarial pero ya a título personal.

Tabla 3 Parámetros de cobertura de servicio médico

EDAD LABORAL	% COBERTURA
6 meses a 1 Año	40%
2 Años	50%
A partir de 3 años	60%

Fuente: elaboración propia

Relación de cada programa con ODS: programas internos.

Nuestro programa para los stakeholders internos están dirigidos al derecho a la educación y salud sin discriminación alguna para nuestros colaboradores:
Respeto a los Derechos Humanos y erradicar la discriminación laboral.

Los programas de este proyecto están orientadas a encontrar el bienestar del empleado y sus familias. Encontrar las estrategias y beneficios pertinentes para que tus colaboradores crezcan hará que se enamoren más de su labor, mejorando su nivel de satisfacción laboral. Tener la oportunidad de dar a sus hijos educación de calidad, no solo a los menores de edad sino a sus hijos con educación superior inconclusa; la oportunidad de obtener un título tecnológico superior para los colaboradores que no lo tienen por diversas circunstancias. Sabemos que la atención medica en el IESS es ineficiente, este programa les permite la oportunidad de tener un seguro médico, genera un sentido de pertenencia y compromiso que se verá reflejado en sus niveles de productividad y baja rotación.

Este proyecto contribuye en la estrategia de RSC de la empresa, enfocándose en los siguientes principios y valores:

Respeto a la dignidad de las personas, específicamente del colaborador y de su familia.

Contribución al bienestar mediante la implementación de acciones para fortalecer la salud preventiva física y mental de los colaboradores de Viajero Valioso.

ODS# 4: Educación de calidad

Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

Meta: 4.1 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos.

Meta: 4.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.

La empresa VIAJERO VALIOSO propone dentro de su programa de RSC “BECAS EDUACION VALIOSA.”, la posibilidad de que los colaboradores y sus hijos puedan acceder a convenios de becas estudiantiles por excelencia académica gracias a convenios con Aliados estratégicos, con costos preferenciales para los estudiantes que ingresen por medio de nuestro programa.

ODS# 3 Salud y bienestar

Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.

Meta 3.4 Para 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar.

VIAJERO VALIOSO mediante la implementación de planes de seguro médico ayudará a gestionar enfermedades ocupacionales, estacionales, planificar citas médicas, chequeos preventivos de enfermedades diversas. La cobertura de atención médica en emergencias y en operaciones, permite asegurar atención médica a tiempo y de calidad para los colaboradores.

Descripción, detalle y desglose de actividades.

Ilustración 8 Programa de Stakeholder externo.

Stakeholder externo:	Comunidad			
Programa:	HUERTOS ORGÁNICOS Y YO SOY VERDE			
Responsable:	Gerente Administrativo, Asistente Administrativo y Comunity Manager.			
Objetivos:	Desarrollo de programas sociales de integración y formacion para nuestros clientes de tercera edad para fortalecer la concienciación del cuidado medioambiental y el impacto en el ecosistema de la comunidad.			
ACTIVIDAD	LUGAR	ALIADOS ESTRATÉGICOS	ACCIONES	BENEFICIARIOS
1 HUERTOS ORGÁNICOS	INSTALACIONES DE GAD COMUNAL	GAD MUNICIPAL FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS/ UNIVERSIDAD AGRARIA	Capacitación de cultivos de huertos orgánicos en maceta y en tierra directa. Capacitación: Importancia y técnicas para el correcto reciclaje y compostaje en el hogar.	Comunidad de Destinos turisticos, iniciaremos con Nobol.
2 YO SOY VERDE	REDES SOCIALES DE VIAJERO VALIOSO	PROVEEDORES DE DESTINOS DE VIAJERO VALIOSO	Campañas continuas en redes sociales . Posteos de cuidado del medio ambiente. Instagram in live mensual con sorteo: premio un viaje para destino cercano para dos personas	Comunidad Viajero Valioso Comunidad en General

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4 Presupuesto de programa de RSE Stakeholder interno

#	Programas	costo por actividad	# actividades anual	Presupuesto Anual
1	Huertos orgánicos	$ 40,00	2	$ 80,00
2	Yo soy verde	$ 88,00	1	$ 88,00
			Total Presupuesto anual	$ 168,00

Programa "Huertos Orgánicos"

VIAJERO VALIOSO mediante la implementación de capacitación y semillero del programa "Huertos orgánicos", colabora para mejorar la salud de la comunidad de nuestros destinos turísticos. Enfocado en fortalecer la concienciación del cuidado medioambiental y el impacto de como un huerto familiar y orgánico en la salud y economía de los hogares.

Políticas del programa

Será dirigido a las comunidades donde desarrollaremos nuestras actividades empresariales turísticas. Los participantes y símiles serán seleccionados con cada GAD parroquial, iniciaremos con un grupo de 20 personas por GAD.

Cada GAD extenderá el espacio físico para los huertos; el tthh y los insumos para el programa estarán financiados por la empresa.

Se tienen previstos dos proyectos de huertos orgánicos anuales por comunidad, inicialmente arrancaremos con el GAD de Nobol y progresivamente se irán uniendo los destinos en los cuales se tenga más acogida por parte de nuestros clientes.

Programa "Yo soy Verde"

Viajero Valioso mediante el programa de "Yo soy Verde" orienta sus esfuerzos a la difusión de contenido de valor para el cuidado de medio ambiente por medio de las redes sociales.

Políticas del programa

Este proyecto se ejecutará a partir del mes 6 contados a partir del primer día de actividades formales de la empresa.

Se crearán la web empresarial, redes sociales como LinkedIn, FB e Instagram, con el objetivo de ejecutar campañas de marketing y de impulsar nuestras campañas dirigidas a la concienciación del cuidado del medio ambiente.

Como convenio la marca turística de nuestros proveedores de destino, tendrá una mención como turismo ecológico dentro de nuestras redes sociales.

Relación de cada programa/proyecto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Nuestro programa dirigido a nuestros stakeholders externos está dirigidos a la preservación y prevención de daños medio ambiente mediante actividades enfocadas en los diferentes tiempos del programa: Prevenir daños al medio ambiente y promover la Responsabilidad Ambiental. Cuando el objetivo de los programas de RSC está destinado a la comunidad, se busca que su impacto deje huella en el tiempo y en la memoria de las personas. Ser participe activo en temas tan trascendentales como el cuidado del medio ambiente y su impacto en la salud y ecosistema. El objetivo empresarial no es solo ser reconocidos como una empresa verde sino realmente poner su grano de arena para el cuidado de nuestro planeta.

Desarrollo de programas sociales de integración e información para fomentar la cooperación al desarrollo de una concientización medioambiental en la sociedad, aportando a la estrategia de RSC de la empresa en:

Conciencia: interiorizar la importancia del cuidado del medio ambiente mediante acciones y estrategias de impacto que generen resultados medibles y sostenibles en el tiempo.

Ética en los negocios: Demostrar que las empresas pueden generar dinero a raíz de una cultura ética que ayude a su imagen corporativa.

Vinculación con la comunidad: generar una buena relación comunitaria mediante estrategias de comunicación y escucha activa comunicar, para crear conciencia con las familias de los colaboradores, población, clientes y proveedores.

Desarrollo social: Educar a la sociedad ayuda al desarrollo y mejoramiento de su calidad de vida, al mismo tiempo de que aporta a una economía sostenible.

ODS# 3 Salud y bienestar

Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.

Meta 3.9 Para 2030, reducir sustancialmente el número de muertes y enfermedades producidas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo.

ODS# 15: Vida de Ecosistemas terrestres

Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad en América Latina y el Caribe.

Meta 15.2 Para 2020, promover la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación a nivel mundial.

10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al iniciar este proyecto, como grupo quisimos enfocarnos en un tema sensible, identificamos un problema con la finalidad de encontrar una solución viable y sostenible en el tiempo y la realidad es que, si todos tenemos la bendición, llegaremos a una vejez y formaremos parte de este grupo de adultos mayores, entonces, nos preguntamos qué queremos hacer para contribuir a un presente y un futuro mejor para este nicho de mercado. De ahí, vemos que todos tenemos en común un familiar mayor que necesita de atención, apoyo y compañía, no solo de familiares, sino de sus pares, de amigos, necesitan interactuar, socializar y por qué no, seguir disfrutando y viviendo experiencias nuevas y de esa necesidad, nació el proyecto “Adulto Valioso”.

Por otro lado, iniciamos nuestro proyecto de investigación de mercado, para determinar la viabilidad, financiera, administrativa y legal, para ello utilizamos la metodología mixta, cualitativa y cuantitativa. Nuestro nicho son adultos mayores entre los 60 y 84 años, en lo cualitativo arrancamos con 5 entrevistas y 2 focus group las cuales fueron enriquecedoras y por el lado cuantitativo realizamos 400 encuestas y cerramos con una encuesta cerrada a 173 personas para afinar nuestro estudio. Tuvimos como resultados que más del 90% de los encuestados les gusta viajar dentro del país y están dispuesto a contratar un servicio de entretenimiento.

Hemos realizado el estudio de mercado y de marketing en la cual identificamos los servicios que brinda la compentencia y aquí tambien tenemos un diferenciador importantísimo, puesto que en la actualidad no hay un proveedor que se especialice en este nicho en específico.

Tambien, realizamos la calificación de proveedores que brinden un alto standar de servicio, guías turisticos con experiencia en turismo local y enfermeras con gran habilidad y trato con el adulto mayor.

De las encuestas obtuvimos que el 59.2% están dispuestos a pagar por un paseo de un día un rango de $66,00 a $80,00; por ello, nuestro precio de venta se fijó en $ 70,00 por persona por cada viaje, el mismo que incluye: transporte, guía turístico, almuerzo, bebidas, actividades varias, asistencia con una enfermera, con las siguientes rutas turisticas: "escape ruta del cacao hacienda las Cañas" en Naranjal, escape a la hacienda la Gerarda "manada equina" en Chongón, escape Nobol "Santuario Nacional de Santa Narcisa de Jesus", escape a balneario general Playas Villamil, escape a Bucay en Pachakay hacienda San Rafael.

Por otro lado, también hemos visto que los adultos mayores están familiarizados con la tecnología y una de las redes sociales que más utilizan son Facebook y WhatsApp, por lo que nos enfocaremos en explorar y explotar estos medios, en conjunto con twitter, Instagram y los medios tradicionales como televisión, periódico y radio.

Nuestra empresa estará bajo la nueva figura de persona jurídica denominada "Sociedad por Acciones Simplificadas – SAS", este tipo de sociedad ofrece caracteristicas ventajosas para el proyecto, tales como costos bajos y los trámites son sencillos y lineales.

La inversión inicial será al 100% por el aporte del capital de accionistas, por lo tanto, no tendremos que recurrir a préstamos bancarios con altos intereses para ejecutar el proyecto.

Las proyecciones financieras son amigables y demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito que tendrá el negocio, el programa de producción y ventas estimado es de 5 años, con una productividad durante el primer año de $397,250.00. Bajo el análisis financiero se obtiene un TIR de 16.50% y VAN de 965.49 dando viabilidad al proyecto "Viajero Valioso".

Finalmente, y de la mano del estudio de las tendencias globales de Euromonitor, podemos identificar que este nicho de mercado de adultos mayores está en expansión y cuentan con las ganas y los recursos financieros, ya sea porque están jubilados y en algunos casos son independientes o emprendedores, pero cuentan con una independiencia economica, deseosos de compartir y vivir nuevas experiencias con acceso al turismo local.

"Viajero Valioso" ofrecerá esa oportunidad de nuevas experiencias, generando emociones positivas, haciendo honor a nuestro slogan otorgando **"La Libertad de Viajar".**

11 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf

https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Acuerdo-Ministerio-No.-2021-011.pdf

https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales#:~:text=El%20Pacto%20Mundial%20de%20las,forma%20que%20avancen%20los%20objetivos

https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/