

AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

La comisión de estudios y calificación del Informe del Trabajo de Graduación, sobre el tema:” EL INCREMENTO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN LA AGENCIA DE VIAJES PARAÍSO TRAVEL DE LA CIUDAD DE AMBATO INCIDE EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN OTAVALO PERIODO SEPTIEMBRE 2008 ENERO 2009.”Presentada por la Srta. María Cristina Almeida Cajas, egresada de la carrera de Turismo y Hotelería, promoción Septiembre 2008 Enero 2009, una vez revisado el trabajo de Graduación, considera que dicho informe investigativo reúne los requisitos básicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante el Organismo pertinente, para los trámites consiguientes.

LA COMISIÓN

LIC. ALEXANDRA GALARZA

ING. CARLOS BUSTOS

APROBACION POR EL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

Yo, Dr. Aníbal Jara, portador de la cédula de identidad No.170174371-6, en mi calidad de Tutor del Trabajo de graduación, sobre el Tema: “EL INCREMENTO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN LA AGENCIA DE VIAJES PARAÍSO TRAVEL DE LA CIUDAD DE AMBATO INCIDE EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN OTAVALO PERIODO SEPTIEMBRE 2008 ENERO 2009”. Desarrollado por la egresada María Cristina Almeida Cajas considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos reglamentarios, por lo que autoriza la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión Calificadora designada por parte el H. Consejo Directivo.

Ambato noviembre 13, 2.009

Dr. Aníbal Jara
TUTOR
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien basada en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son exclusiva responsabilidad de su autora.

Almeida Cajas María Cristina

C.C.:050314575-7

AUTORA.

DEDICATORIA

Esta investigación la dedico a los maestros de la Universidad Técnica de Ambato por su loable labor.

También a mis familiares, que supieron entenderme y apoyarme en el transcurso de mi vida estudiantil universitaria.

María Cristina Almeida

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato por haberme brindado las facilidades necesarias para adquirir conocimientos.

A todos los maestros que con su sapiencia me supieron guiar por el camino de la ciencia hasta conseguir mi meta anhelada.

A mis familiares, por apoyarme económica y moralmente en mis estudios.

María Cristina Almeida

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: EL INCREMENTO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN LA AGENCIA DE VIAJES PARAÍSO TRAVEL DE LA CIUDAD DE AMBATO INCIDE EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA, EN EL CANTÓN OTAVALO PERIODO SEPTIEMBRE 2008 ENERO 2009.

AUTORA: MARÍA CRISTINA ALMEIDA CAJAS.

TUTOR: DR. ANIBAL JARA

RESUMEN: El presente proyecto trata sobre el aumento de paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato, y a su vez la posibilidad de brindar un nuevo lugar para sus clientes para que de esta manera la Agencia la Viajes tenga una mejor demanda en el mercado turístico y pueda así competir y promocionar con otras Agencias teniendo en cuenta que deberá brindar servicios de calidad.

De esta manera se logrará obtener beneficios tanto para los propietarios de la Agencia como para el cantón Otavalo y también los turistas podrán apreciar y conservar otro lugar más de nuestro Ecuador.

Al incrementar nuevas opciones, el turismo también se desarrolla; ello coadyuva a que no solo la Agencia de Viajes como crezca sino también beneficie a la gente que forma parte de los lugares turísticos a los que llegan miles de visitantes tanto nacionales como extranjeros.

El turismo es una de las fuentes más productivas si lo sabemos explotar, porque permite no solo hacer conocer los sitios atractivos y maravillosos que posee nuestro país y específicamente la provincia de Imbabura, sino también que acrecienta los recursos económicos de quienes a ello se dedican.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	ii
APROBACIÓN POR EL TUTOR.....	iii
AUTORÍA.....	iv

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	ix
INDICE DE CUADROS E ILUSTRACIONES.....	xi

CONTENIDOS

Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del Problema	
1.2.1 Contextualización.....	3
1. 2. 2 Análisis Crítico.....	6
1.2.3 Prognosis.....	7
1.2.4 Formulación del Problema	
1.2.5 Delimitación del Objeto	
1.3 Justificación	
1.4 Objetivos.....	8
1.4.1 Objetivo General	
1.4.2 Objetivos Específicos	
CAPITULO II: Marco Teórico	
2.1 Antecedentes Investigativos.....	10
2.2 Fundamentación Filosófica.....	11
2.3 Categorías Fundamentales	
Historia del turismo.....	12
El turismo.....	13
El turista	
Organismo de Turismo	
Empresas de Servicio Turístico.....	14
Organización de las Agencias Turísticas	
Agencias de Turismo	
Agencia de Viajes.....	15
Agencias de Viajes y de Turismo.....	16
Promoción y Operaciones de las Agencias de Turismo	
Materiales que utiliza	
Las Agencias de Viajes y las Transportistas.....	17
Organización de Transporte Aéreo	
Funciones.....	18
Transporte Aéreo Nacional	
Modalidad de los Viajes.....	19
2.4 Hipótesis.....	20
2.5 Señalamiento de Variables	
2.5.1 Variable Dependiente	
2.5.2 Variable Independiente	
CAPITULO III: Metodología	

3.1 Enfoque.....	21
3.2 Modalidad Básica de Investigación	
3.3 Nivel o Tipo de Investigación	
3.4 Población y Muestra.....	22
3.5 Operacionalización de Variables	
3.6 Plan de Recolección de Información.....	23
3.7 Plan de Procesamiento de la Información	
CAPITULO IV: Análisis e Interpretación de Datos	
4.1 Encuesta Realizada a los Turistas.....	25
4.2 Encuesta Realizada a los Administradores.....	30
4.3 Verificación de Hipótesis.....	35
CAPITULO V	
Conclusiones y Recomendaciones.....	36
CAPITULO VI	
Propuesta.....	37
Tabla de la Propuesta.....	38
MATERIALES DE REFERENCIA	
Bibliografía.....	39
Anexos.....	40
Anexo1: Encuesta Dirigida a los Turistas.....	41
Anexo2: Encuesta Dirigida a los Administradores.....	43

INDICE DE CUADROS E ILUSTRACIONES

Ilustración N°-1: Mapa del Ecuador.....	3
Ilustración N°- 2: Mapa de Imbabura.....	4
Ilustración N°- 3: Mapa de Otavalo.....	5
Cuadro N°- 1: Efectos y Causas del Incremento de Paquetes Turísticos...	6
Cuadro N°- 2: Categorías Fundamentales del Turismo.....	11
Cuadro N°- 3: Universo de Investigación.....	22
Cuadro N°- 4: Variable Independiente: Paquetes Turísticos	

Cuadro N°- 5: Variable Dependiente: Competitividad.....	23
Cuadro N°- 6: Encuesta a los Turistas: Pregunta 1.....	25
Cuadro N°- 7: Encuesta a los Turistas: Pregunta 2.....	26
Cuadro N°- 8: Encuesta a los Turistas: Pregunta 3.....	27
Cuadro N°- 9: Encuesta a los Turistas: Pregunta 4.....	28
Cuadro N°-10: Encuesta a los Turistas: Pregunta 5.....	29
Cuadro N°-11: Encuesta a los Adms. de la Ag: Pregunta 1.....	30
Cuadro N°-12: Encuesta a los Adms. de la Ag: Pregunta 2.....	31
Cuadro N°-13: Encuesta a los Adms. de la Ag: Pregunta 3.....	32
Cuadro N°-14: Encuesta a los Adms. de la Ag: Pregunta 4.....	33
Cuadro N°-15: Encuesta a los Adms. de la Ag: Pregunta 5.....	34
Cuadro N°-16: Tabla de la Propuesta.....	38
Gráfico N°- 1: Análisis e Interpretación de los Turistas: Pregunta 1....	25
Gráfico N°- 2: Análisis e Interpretación de los Turistas: Pregunta 2....	26
Gráfico N°- 3: Análisis e Interpretación de los Turistas: Pregunta 3....	27
Gráfico N°- 4: Análisis e Interpretación de los Turistas: Pregunta 4....	28
Gráfico N°- 5: Análisis e Interpretación de los Turistas: Pregunta 5	29
Gráfico N°- 6: Análisis e Interpretación a los Adms. de la Ag: Pregunta 1..	30
Gráfico N°- 7: Análisis e Interpretación a los Adms. de la Ag: Pregunta 2..	31
Gráfico N°- 8: Análisis e Interpretación a los Adms. de la Ag: Pregunta 3..	32
Gráfico N°- 9: Análisis e Interpretación a los Adms. de la Ag: Pregunta 4..	33
Gráfico N°-10: Análisis e Interpretación a los Adms. de la Ag: Pregunta 5..	34

INTRODUCCIÓN

El turismo es la materia que indica al estudiante en el campo de la actividad turística. Le permite conocer sus orígenes y trascendencias; las características y las causas de su aparición y evolución; sus modalidades tomando en cuentas sus aspectos sociales, culturales, económicos y políticos, en otras palabras, identificar a el turismo como una

industria generadora de divisas, empleos, balanzas de pagos laborales y un efecto multiplicador que debe ser canalizado por el camino que mas convenga al país.

Turismo, actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas —agricultura, construcción, fabricación— y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante son las compras, pero no el entretenimiento; en Londres, tanto el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos) como las compras son entradas importantes para el sector del turismo.

Un turismo sostenible puede definirse como 'un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo'. La sostenibilidad en el turismo, como concepto, se define como 'eco-turismo', 'turismo verde', o 'turismo responsable'. Cualquiera que sea su descripción, se considera como un medio de reconocer que la Tierra posee recursos limitados y que el turismo, como en otros sectores, tiene límites para el desarrollo, sobre todo en lugares específicos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA

El incremento de paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato incide en la afluencia turística, en el cantón Otavalo periodo septiembre 2008 enero 2009.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales.

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

Siendo así, el fortalecimiento del turismo debe cobrar una singular importancia por ser la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos.

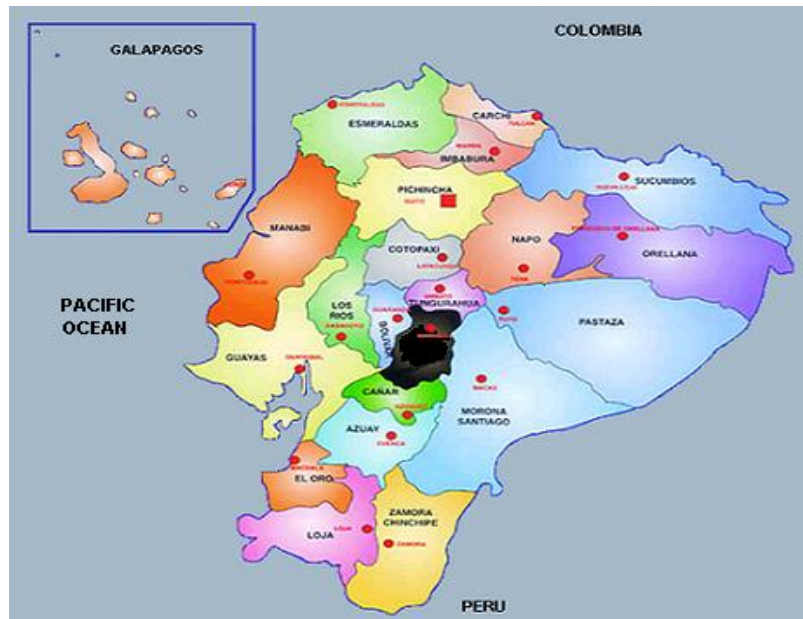
Por lo que ha surgido diferentes clases de turismo como respuesta a las necesidades que presentan los turistas, orientados de acuerdo a la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

En este contexto, la Agencia de Viajes Paraíso Travel, no cuenta con paquetes turísticos que le permitan promocionar a los turistas y alcanzar competitividad en el sistema turístico de la provincia de Tungurahua. Al tratarse de una institución turística, sus administradores no pueden basar sus objetivos y acciones en la experiencia, sino deben contar con algunos paquetes turísticos que guíen sus acciones.

1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN

Macro

Ilustración N°- 1



Turismo son todos aquellos viajes que se realiza por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita.

En nuestro país “Los cuatro mundos”, como así se están denominando a las cuatro marcadas regiones de este megadiverso país, serán visitados durante los viajes de familiarización destinados a los mismos operadores y los periodistas especializados de medios extranjeros que arriban en esas fechas, para que por medio de imágenes, artículos y reportajes se conozca en los cinco continentes, las diversas rutas, parajes y bellezas de todas las provincias que se sumen a esta acción de promoción nacional e internacional.

Meso

Ilustración N°- 2



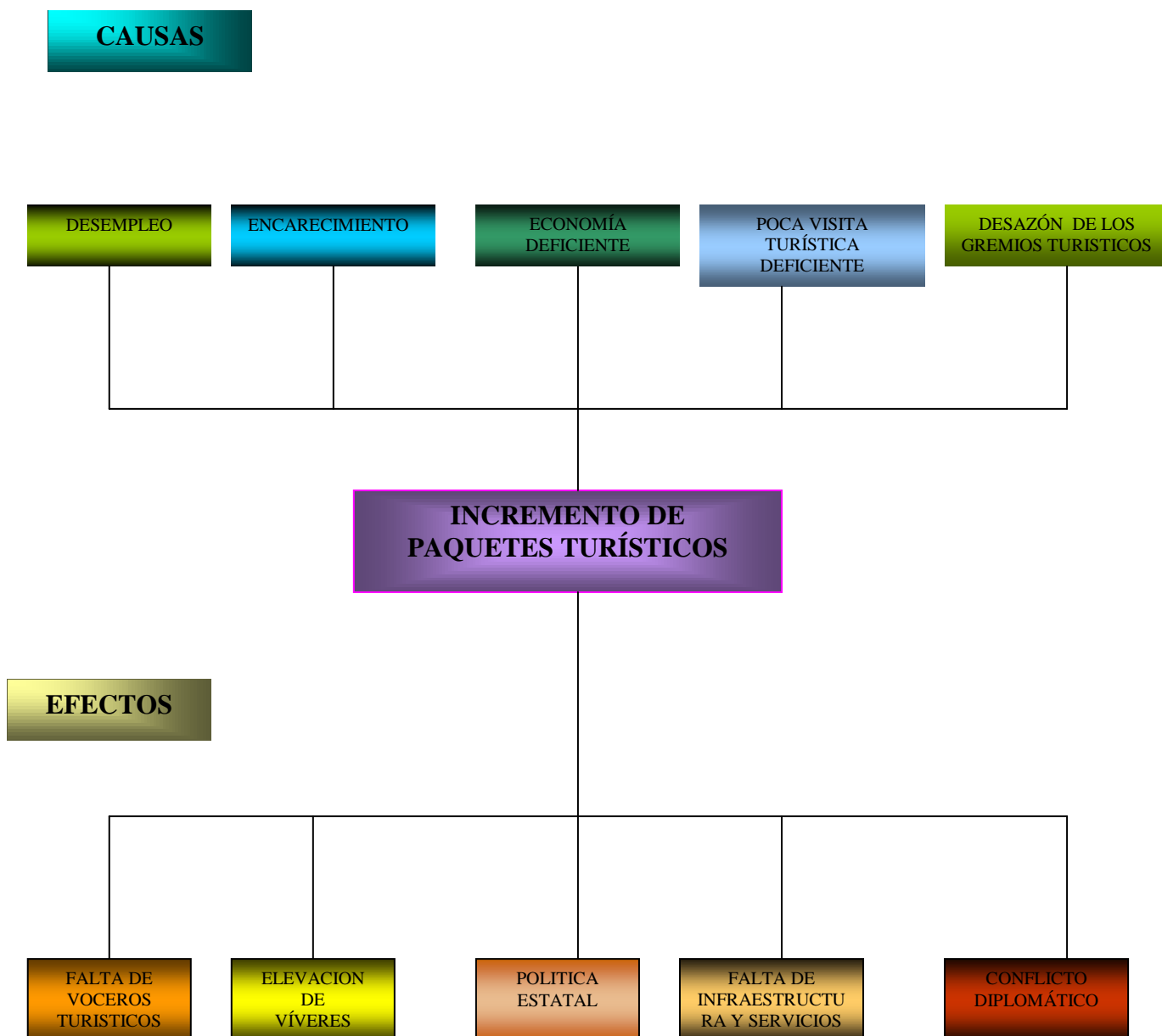
En la provincia de Imbabura, la parte financiera y en la académica, la creación del Centro de Formación y Capacitación en Hotelería y Turismo del norte del país.

La propuesta, iniciativa de la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra, fue diseñada con los aportes del Centro de Formación y Capacitación Turística, Capacitar y por Ceforcom, con la participación activa del sector empresarial, el de emprendimientos turísticos, y demandó un trabajo aproximado de tres meses. El estudio fue financiado por el Municipio de Ibarra mediante el Programa de Gestión Participativa y Descentralización, PRODESIMI.

Micro

Ilustración N°- 3

Cuadro N°- 1



1.2.3. PROGNOSIS

Al no prestar atención al turismo de manera especial al de la provincia de Imbabura y específicamente al de Otavalo, se está generando un problema que se evidencia; ya que si no se desarrolla de manera eficiente y eficaz el incremento de paquetes turísticos, no podrá aumentar la economía y la visita de nacionales y extranjeros, limitando de esta manera a que se conozca la cultura otavaleña.

1.2.4. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es la incidencia en el turismo del cantón Otavalo el incremento de paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato?

1.2.5 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se efectuó con quienes trabajan en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato durante el periodo septiembre 2008 enero 2009.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una de ellas. La importancia que tiene las empresas prestadoras de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista.

Es necesario por tanto, que las Agencias de Viajes estructuren organizativamente los diversos elementos que se unen para sustentar las relaciones operativas de los recursos humanos.

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

El incremento de paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato, permitirá que dicha agencia alcance con eficiencia y eficacia, a fortalecer el contacto entre institución-turista; creando de esta forma escenarios de desarrollo y superación para satisfacer las necesidades de los usuarios nacionales y extranjeros.

Este proyecto será factible de realizarlo, dado que se cuenta con el apoyo de la agencia de viajes, con los recursos humanos, financieros y materiales necesarios, así como con los datos bibliográficos para cumplir con la investigación propuesta.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Incrementar paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato incide la afluencia turística en el cantón Otavalo periodo septiembre 2008 enero 2009.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la Agencia de Viajes Paraíso Travel para establecer sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- Analizar la fundamentación teórica sobre los paquetes turísticos y su aplicación en la Agencia de Viajes Paraíso Travel.

- Proponer el incremento de paquetes turísticos que la Agencia de Viajes Paraíso Travel debe ofertar a los turistas para conseguir la afluencia de turismo en la ciudad de Otavalo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La demanda turística depende sobre todo de la fuerte situación económica de los países avanzados. Cuando la economía crece también normalmente crece el dinero disponible de la población. Y una parte importante de este dinero disponible por la población se gasta en el turismo, particularmente en las economías en desarrollo. Una retracción económica normalmente reduce el gasto turístico.

En general el crecimiento de los desplazamientos turísticos sigue claramente las tendencias de crecimiento económico medidas por el [PIB](#). Los años en que el crecimiento económico mundial excede el 4%, el crecimiento del volumen turístico tiende a ser mayor y los años en los que el [PIB](#) el turismo crece incluso menos.

El turismo requiere una considerable mano de obra y, sobre todo, el mantener una reserva de trabajadores especializados. El sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. El problema que plantea el turismo con respecto al empleo es la fuerte estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta. También el volumen turístico depende en gran medida de la situación [macroeconómica](#).

De acuerdo con las estadísticas de la [Organización Mundial del Turismo](#) (OMT), en 2007 los ingresos generados a nivel mundial por el turismo internacional alcanzaron [USD](#) 856 mil millones ([€](#) 625 mil millones), en comparación con [USD](#) 742 mil millones ([€](#) 591 mil millones), representando un crecimiento en términos reales del 5,6%, esto es, ajustando los ingresos para considerar las fluctuaciones de la [tasa de cambio](#) y la [inflación](#), ya que el dólar estadounidense se devaluó 9% respecto al euro en 2007. Los países con la mayor entrada de divisas originadas en el turismo internacional se concentraron en [Europa](#), sin embargo, el mayor receptor de ingresos en 2007 continúa siendo [Estados Unidos](#) y [China](#) continúa mostrando altas tasas de crecimiento en ingresos recibidos.

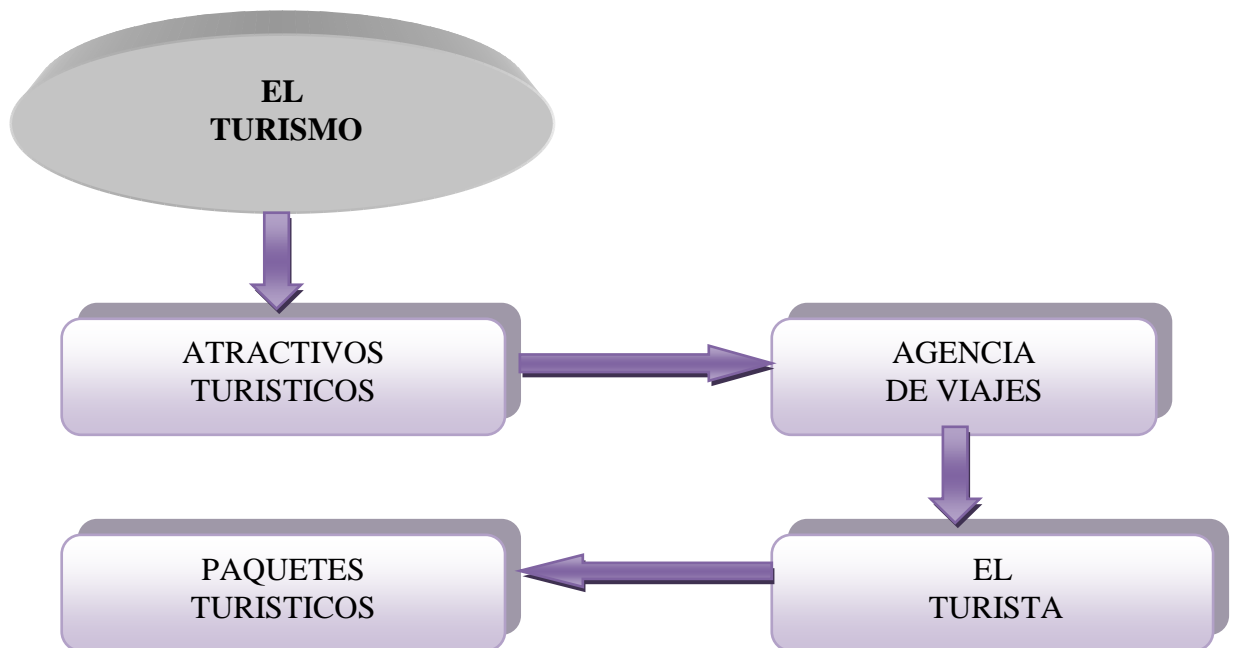
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El trabajo investigativo está orientado dentro del paradigma crítico-propositivo, porque tiene relación con los turistas que son parte de una sociedad, permite la participación de los actores sociales en calidad de protagonistas activos durante todo el proceso de estudio; además se pone de manifiesto un debate que cuestiona la realidad y busca dar posibles alternativas de solución.

Dentro de esta fundamentación se encuentra la epistemología, que es la doctrina de los fundamentos y métodos del conocimiento científico; la ontología que estudia la realidad y la axiología que estudia los valores.

2.3 CATEGORIAS FUNDAMENTALES

Cuadro N°- 2



HISTORIA DEL TURISMO

Las primeras manifestaciones del Turismo se la encuentran en los hechos que refieren viajes como antigua forma de turismo. En la literatura podemos observar claramente esos viajes: La Eneida, La Odisea y La Ilíada. Los juegos olímpicos Griegos causando muchos desplazamientos con motivaciones características de turismo y recreación.

Edad Media: el deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Guerra de la "Cruzadas", peregrinaciones a Santiago de Compostela, existencia de posadas en los caminos, expansión y búsqueda de nuevas rutas comerciales.

A mediados del siglo XVI aparece en Italia el uso de coches y carrozas, en Alemania surge el coche de uso ligero denominado Berlina. El siglo XVII se caracteriza por el viaje del Caballero y la Diligencia.

En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos. A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de interés turístico y se establecen regulaciones de horarios y precios. *Surge la primera Agencias de Viajes* por el señor Thomas Cook en 1.841, quien ofrecía servicios de medidora entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos y atractivos Turísticos. Entre otras manifestaciones tenemos el surgimiento de promotores internaciones y el desarrollo de grandes compañías ferrocarrileras. Se desarrolla la tendencia a eventos deportivos, Clubs Alpinos y una primitiva labor propagandística y la creación de oficinas de información.

En el siglo XX se vivencia un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la primera guerra mundial (1.914 – 1.918). El Turismo se recupera en la post guerra, hasta el año 1.929 que decae por efectos negativos de la gran depresión de los Estado Unidos.

El Transporte Marítimo se establece como único medio transcontinental Entre los barcos podemos mencionar: El Lucitania, Mauritania de la Cunard Line; Titanic de la White Star Line. Comienzan las rutas en el Mediterráneo y los Cruceros con iniciación de las rutas turísticas. Sustitución de los antiguos vehículos de vapor por los de combustión interna (Henry Ford).

Los acontecimientos que marcan el principio de la transportación área: 1.919 un NC4 de estados Unidos cruzó el Atlántico en vuelo New York- Plymouth un avión británico

recorre desde Terranova a Irlanda sin escala. Desde la II guerra mundial el continente Europeo entra en una etapa de reconstrucción y recuperación económica y social, el mejoramiento de los niveles de vida incrementa el turismo y se inicia una etapa de avances dentro de la transportación aérea.

El Turismo

Mucho se ha hablado y se ha dicho sobre el turismo, dando en cada caso en particular una conceptualización que lo define de maneras diferentes, en todo caso, solo se concreta como una actividad humana realizada al desplazarse de un lugar a otro con diferentes motivos.

El Turista

Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

.Organismo de Turismo:

O.M.T (Organización mundial del Turismo): es la única organización intergubernamental cuya actividad se extiende a todos los sectores del turismo a escala mundial, y comprende como Miembros del Estados, territorios dependientes y a representantes del sector operacional privado. La O.M.T funciona a nivel universal y a través de seis (6) Comisiones Regionales (África, América, Asia, Meridional, Asia Oriental y el Pacífico). La organización ofrece a sus Estados Miembros un mecanismo permanente de consulta, cooperación y toma de decisiones en todos los campos del Turismo.

A nivel internacional tenemos una serie de organismos que se encargan entre otras funciones importantes, de la atención del turismo y su desarrollo.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

OEA: Organización de los Estados Americanos.

Empresas de Servicios Turísticos:

Empresa es la unidad económica de producción, la cual tiene como objetivo primordial crear la utilidad de los bienes, es decir, hacer que los bienes produzcan y sirvan a los fines del hombre.

Las empresas turísticas son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista. Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en:

- Empresas de transporte turístico terrestre.
- Empresas de transporte turístico.
- Empresas de alojamiento.
- Agencias de Turismo
- Empresas turísticas de alimentación.

Organización de las Agencias de Turismo

La estructura organizativa de una agencia de turismo esta formada por el conjunto de varios elementos que se unen para sustentar las relaciones operativas de los recursos humanos, como proceso podemos considerar esta organización como una secuencia de etapas lógicas que contribuyen a formar la empresa. La estructura organizativa de las agencias de turismo se refleja en su organigrama: entiendo por organigrama la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa. Estas empresas requieren de un personal administrativo ampliamente calificado y eficiente.

Agencias del Turismo:

Las Agencias del Turismo son un tipo de empresa, o sociedades de comercio que están en facultad para organizar y promover el Turismo Nacional e Internacional.

Socialmente tiene la responsabilidad de la recepción y conducción, asistencias y recreación del turista, representación de empresas, tramitación de documentos, establecimientos de puntos de información dentro del territorio Nacional y en el extranjero. Económicamente generan divisas, son fuentes de empleo y proporcionan una balanza de pagos laborales.

Las Agencias de Turismo esta destinadas a la gestión de asuntos y diligencias de todo lo referente al negocio del turismo, regidas por la Ley del Turismo, sirviendo de intermediarias entre los usuarios y los prestadores de servicios nacionales e internacionales. Están clasificados en tres grupos: Agencias de viajes; Agencias de Viajes y Turismo y Mayoristas de Viajes y Turismo. Con actividades propias para que cada una de sus clases, especificadas en las disposiciones generales establecidas en las Normas sobre Agencias del Turismo.

Agencias de Viajes: servirán de intermediarias entre los usuarios y los prestadores de servicios que estén autorizados por la Corporación de Turismo de Venezuela y podrán desarrollar las siguientes actividades:

- a. estudio, organización y promoción de giras, circuitos y excursiones al realizarse en el territorio nacional debidamente autorizadas por la C/.T.V.
- b. ventas de giras, circuitos y excursiones Nacionales e Internacionales organizadas por la A.V.T y M.V.T Autorizadas debidamente por la C/.T.V.
- c. reservación y ventas de boletos Nacionales e Internacionales ofrecidas por empresas de transporte autorizadas por la C/T.V.
- d. adquisición y reservación de boletos para eventos públicos.
- e. Servicios en establecimientos hoteleros y similares.
- f. Tramitación de todo lo referente a depósitos, transferencias y expedición de documentos de viajes a sus clientes.

Agencias de Viajes y Turismo: las agencias de viajes y turismo podrán desarrollar las actividades anteriores más las siguientes:

- a. Promoción en el exterior del turismo hacia Venezuela, a través de las compañías de ventas y publicidad, bajo la aprobación de la C.T.V
- b. Recepción, asistencia y conducción de turistas Nacionales e Internacionales en giras, viajes o excursiones en el territorio Nacional o en el extranjero.
- c. Facilitar la contratación de guías y conductores de turismo en el territorio Nacional o en el extranjero debidamente autorizados.
- d. Estudio, organización y promoción de congresos y otros eventos de carácter gremial, cultura, religiosos, deportivos e institucional de carácter turístico tanto Nacional como internacional.

- e. La representación comercial de otras empresas dedicadas a los servicios que refiere el párrafo único, ordinal 7 del Artículo 8 de la Ley de Turismo.
- f. Tramitación de póliza de seguros de personas y bienes contra cualquier riesgo en la actividad de viajes y turismo.
- g. Distribución de material de turismo informativo, debidamente autorizado.
- h. Establecer puntos de información previa autorización de la C.T.V.

Mayoristas de Viajes y Turismo:

- a. la representación comercial de otras empresas, tanto Nacionales como Internacionales, dedicadas a los servicios de atención del Turista.
- b. Todas las actividades anteriores, pero que sean vendidas por la A.V.T y A.V (no podrán realizar ventas directas al público).

Las Mayoristas de Viajes y Turismo ofrecen un producto combinado en términos de paquetes turísticos, tours todo incluido y programas de viajes que se venden a través de las agencias de viajes y viajes y turismo. Tomando en cuenta las funciones de los mayoristas tenemos que están contratan los siguientes servicios: transporte, alojamiento y tours.

Promoción y Operaciones de las Agencias de Turismo

La promoción turística esta sujeta a la consideración de la Corporación de Turismo en Venezuela, las pautas de publicidad y propaganda turística, que en todo caso, debe ajustarse a la realidad, no lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear la manifestaciones del patrimonio histórico - cultural y folklórico.

La promoción a través de excursiones y planificaciones de viajes y su propaganda en folletos se registrará en la Corporación, y dentro de tres 3 días hábil siguiente de su presentación se le asignará un número que deberá aparecer en toda la promoción o publicidad, acompañado por el número de la licencia correspondiente de la agencia.

Material que utilizan:

Folleto: es un sistema de publicidad directo e instrumento de información elaborado en forma escrita y complementada en forma gráfica. En Turismo específicamente es un medio publicitario o de información turística. Despegables y con páginas generalmente con una medida de 10x22 cm., contiene texto e ilustraciones.

Manual: es un instrumento de trabajo elaborado en forma escrita, que contiene una recopilación de información especializada sistematizada y actualizada. En Turismo se define como una edición con criterio catalográfico destinado específicamente al profesional, su información es de formalidades fronterizas, transportes, horarios, tarifas y otros.

Boletos: se entiende por boleto o ticket al contrato establecido entre la línea aérea y las agencias de viajes con el pasajero y donde se estipulan las condiciones del servicio del transporte.

Voucher: es el documento que lleva implícito una orden de prestación de uno o varios servicios, siendo a su vez, un comprobante de pago y de reservación de dicho servicios. Existen varios formatos de Voucher, pero los mismos varían muy pocos en sus contenidos.

Para que un voucher de servicio tenga validez debe estar debidamente sellado por la oficina que lo emite.

Las Agencias de Viajes y las Transportistas:

El desarrollo del transporte de pasajeros aparece quizás con más fuerza en el transporte aéreo, que en otros sistemas. La misión esencial de las agencias es la intermediación entre el pasajero y el transportista.

La agencia está autorizada para la expedición de títulos de transporte aéreo, ha de conocer con toda precisión el proceso que se sigue para el servicio de reserva en las compañías.

Organización del transporte aéreo:

OACI: Organización Internacional de Aviación Civil, es un organismo encargado de la organización internacional de aviación civil, creada en 1.947 como oficina especializada de las Naciones Unidas con sede en Montreal, para regular el intercambio de vuelos comerciales, así como asuntos de soberanía aérea. Estableció las 5 libertades del airo para la aviación comercial, dicta normas de navegación aérea estableciendo medios y procedimientos técnicos generales, autorizando y negando las resoluciones de la I.A.T.A.

I.A.T.A: Asociación Internación de Transporte Aéreo, es una asociación voluntaria de las compañías aéreas, cualquier compañía puede ingresar como miembro activo si opera un

servicio itinerado entre dos o más países, para el transporte de pasajeros, correos y cargas, bajo la bandera de un país miembro de la OACI.

I.A.T.A es la organización que regula los procedimientos de aviación comercial a través de la cual, casi 100 compañías de diversas nacionalidades trabajan juntas para tener sus rutas individuales dentro de un sistema internacional de transporte aéreo.

En un mundo que usa diversas lenguas y varios sistemas de escritura, leyes, moneda y medidas. I.A.T.A es un respuesta a las aerolíneas de la necesidad imperiosa de un entendimiento completo internacional de todos los procedimientos, prácticas y métodos usados en una industria en la cual todos los países están virtualmente interesados.

La I.A.T.A beneficia el pasajero ya que exige a las empresas condiciones y garantías de seguridad; beneficia a los gobiernos porque actúan como coordinador de asuntos tarifarios internacionales y sirve de asesor en una cantidad de asuntos, debido a su gran ventaja de ser asociación civil de carácter mundial.

Funciones: promover un transporte aéreo regular, económico y seguro; fomentar el comercio aéreo y promover una colaboración entre todas las empresas de transporte.

La I.A.T.A ha universalizado los métodos referentes al tráfico aéreo, con la adopción de un formato universal para los tickets aéreos, facturas , codificación de ciudades y aeropuertos, la división del globo terrestre, para mejor administración de las tarifas y una tarifa única a nivel mundial.

Transporte Aéreo Nacional

El transporte aéreo Nacional está representado por la A.L.A.V Asociación del Líneas Aéreas de Venezuela, formada por todas las líneas aéreas tanto Nacionales como Internacionales que operan en Venezuela, y están legalmente constituidas en el país,; A.L.A.V es una sociedad civil creada con la finalidad de estudiar y resolver los problemas internos de la aviación comercial.

El transporte, cualquiera sea su forma, constituye uno de los servicios esenciales de consideración permanente, para todo cuando se relaciona con el turismo y las actividades conexas.

Hablando económicamente podemos afirmar que las empresas o empresas que se dedican a esta actividad, son medios de producción de naturaleza propia y claramente definidas. En las empresas de transporte encontramos uno de los factores socioeconómicos del Turismo como lo es la inversión, la redistribución del ingreso y efecto generador de empleos.

Modalidad de los Viajes

El charter: consiste en el flete o contratación de una unidad de transporte aéreo, marítimo o terrestre a un precio cierto convenido por las partes contratantes. El fenómeno Charter ha logrado gran importancia en la transportación de pasajeros y por ende, dentro de la actividad turística a tal punto que ha llegado a inquietar a las líneas transportistas. Lo que caracteriza la transportación Charter:

1. Su servicio no es regular
2. Los vuelos Charter unen aeropuertos no operados por líneas regulares.
3. El precio del cupo del Charter es menor que el cupo en el transporte regular, lo cual es posible con la frecuencia de vuelo que realiza cada unidad, traduciéndose esto en mayor volumen de pasajeros por la unidad de vuelo y por ende en la reducción de los precios.
4. Los precios de y costos de operaciones son menores, este hecho permite bajar los precios Charter.
5. Las Líneas aéreas Charter no están adscritas a la IATA, por otra parte las líneas aéreas regulares han fomentado los vuelos Charter, para utilizar sus equipos ociosos en baja temporada, bajo ésta modalidad de transportación.

Una **agencia de viajes** es una empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores de viajes (aerolíneas, hoteles, cruceros...), con el objeto de venderles productos y servicios relacionados con esos viajes a unos precios y con unas condiciones especialmente atractivas en relación con las que se podrían conseguir de dirigirse directamente a esos proveedores.

La compañía británica Cox & Kings, creada en 1758, es la agencia de viajes más antigua del mundo y Thomas Cook uno de sus más notables pioneros, por su planificación desde 1841 de excursiones religiosas en grupo. En cualquier caso, las agencias de viajes se

desarrollaron sobre todo a partir de los años veinte, con el desarrollo de la [aviación comercial](#).

La frase agencia de viajes ha cambiado su significado desde la emergencia de compañías como la antes citada, que hoy en día es considerada más bien un tour operador. La diferencia es que los tour operators ofrecen de una forma muy cerrada los planes de viaje, mientras que las agencias intentan más bien plegarse lo más posible a los clientes, tomando sus servicios, entre otros, del mayor número posible de tour operators.

Las agencias de viajes resultan especialmente útiles para la contratación de viajes de varios días en el extranjero, pues facilitan los trámites con las compañías foráneas y resuelven los problemas derivados del alojamiento y de la guía turística.

2.4. HIPOTESIS

El incremento de paquetes turísticos permitirá a la Agencia de Viajes Paraíso Travel alcanzar competitividad en el sistema turístico de la provincia de Tungurahua.

2.5 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.5.1 Variable Dependiente

Competitividad

2.5.2 Variable Independiente

Paquetes turísticos

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

La investigadora tratará de dar solución a las debilidades y amenazas; y desarrollará las fortalezas y oportunidades que se presenten en el proceso investigativo; haciendo énfasis en la participación.

También se considera una investigación **cuantitativa** porque determina sus procesos en forma sistemática, metodológica, es decir, se encuentra en permanente transformación adoptando múltiples relaciones en un devenir histórico.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se fundamentará en la investigación bibliográfica y de campo las que permiten recolectar la información teórica y vivencial en una forma ordenada y sistemática.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la realización del estudio se utilizará la Investigación Descriptiva, la misma que permitirá describir y analizar el ambiente interno y externo de la agencia de viajes para establecer un diagnóstico situacional, en base al cual se planteará el direccionamiento turístico que la Agencia de Viajes Paraíso Travel ha de seguir en el futuro. Además este tipo de investigación facilitará el contacto con la realidad y las fuentes directas de información necesarias para la implementación de paquetes turísticos.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población en donde se aplicará las técnicas e instrumentos de investigación, está conformada por un universo 17 de sujetos de investigación, entre guías, salvavidas, turistas y administradores; distribuidos de la siguiente manera:

AGENCIA DE VIAJES PARAISO TRAVEL

UNIVERSO DE INVESTIGACIÓN

Cuadro N°- 3

SUJETOS	N°	PORCENTAJE
Guías	3	17,65%
Salvavidas	2	11,77%
Turistas	10	58,81%
Administradores	2	11,77%
TOTAL	17	100%

FUENTE: AGENCIA DE VIAJES PARAÍSO TRAVEL

ELABORADO POR: MARÍA CRISTINA ALMEIDA

Por ser una población reducida y manejable, la investigadora trabajará con toda la población por lo tanto no es necesario el cálculo de la muestra.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: Paquetes Turísticos

Cuadro N°- 4

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	INSTRUMENTO	ITEMS
Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.	Productos que se comercializan	- Alojamiento - Transporte - Alimentación	Entrevista	¿ Se siete más seguro(a) en un hotel que le brinden todos los servicios?

Variable dependiente: Competitividad

Cuadro N°- 5

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	INSTRUMENTO	ITEMS
Es la capacidad que tienen las organizaciones públicas, privadas y lucrativas o no, de mantener su competencia en relación con los demás para alcanzar, sostener y mejorar una determinada posesión en el entorno socio-económico.	Capacidad que tienen las organizaciones públicas, privadas y lucrativas.	- Eficiencia - Eficacia - Rentabilidad - Confianza	Entrevista	¿ Los paquetes turísticos le ayudarán a usted lograr competitividad en su agencia?

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El sustento científico de la fundamentación teórica y práctica del trabajo investigativo se obtendrá de fuentes primarias y secundarias.

Con las fuentes primarias obtuvimos la información directamente de los sujetos de estudio además, se basará de la documentación extraída de Internet.

Los juicios de valor y los criterios se determinaron por la aplicación de las encuestas dirigidas a los guías, salvavidas, turistas y administradores; fundamentando los resultados en el análisis e interpretación de los datos con la ayuda de programas estadísticos, lo que permitió sistematizar la información para proponer la estructura, factibilidad e interpretación de la propuesta la que permita mejorar el incremento turístico mediante la implementación de paquetes turísticos.

3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

En el presente trabajo de investigación se utilizará la encuesta la cual será aplicada a los guías, salvavidas, turistas y administrativos de la Agencia de Viajes Paraíso Travel .

La encuesta es una entrevista múltiple, en la que varias personas exponen su opinión sobre determinados asuntos, en la encuesta no se conoce a los investigados, pero en cambio tiene la ventaja de poder llegar si es posible a todo el universo si éste no es muy grande. Además la encuesta se realiza por medio de un cuestionario, el mismo que debe ser elaborado con mucho cuidado ya que se convierte en el instrumento del que depende la obtención de

buena o mala información; razón por la que trataremos detalladamente la forma de hacerlo incluyendo los tipos y clases de preguntas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS

1. Usted viaja:

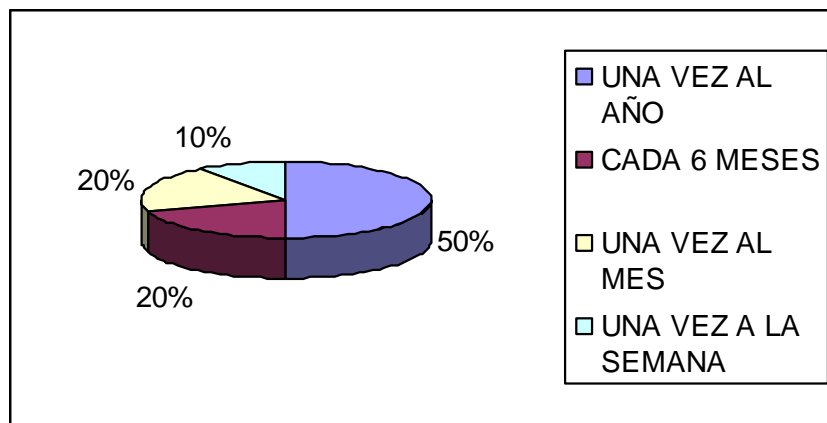
Cuadro N°- 6

ALTERNATIVA	N° FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez al año	5	50%
Una vez cada seis meses	2	20%
Una vez al mes	2	20%
Una vez a la semana	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

ELABORADO POR: MARIA CRISTINA ALMEIDA

Gráfico N°- 1



Análisis e interpretación:

De los turistas encuestados 5 que representa el 50%, manifiestan que viajan una vez al año, lo que significa que el turismo nacional y extranjero tiene poca demanda.

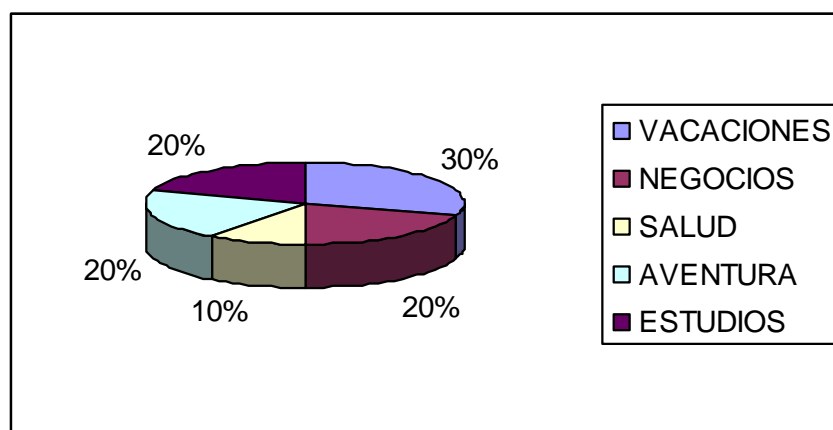
2. Usted más viaja por:

Cuadro N°- 7

ALTERNATIVA	N° FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vacaciones	3	30%
Negocios	2	20%
Salud	1	10%
Aventura	2	20%
Estudios	2	20%
TOTAL	10	100%

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS
ELABORADO POR: **MARIA CRISTINA ALMEIDA**

Gráfico N°- 2



Análisis e interpretación:

Se puede observar que el 30% de los turistas viajan más por distraerse, lo que representa que los lugares que visitan acrecentan su economía.

3. ¿ Los paquetes turísticos le ayudan a usted a conocer mejor el lugar que visitará?

4.

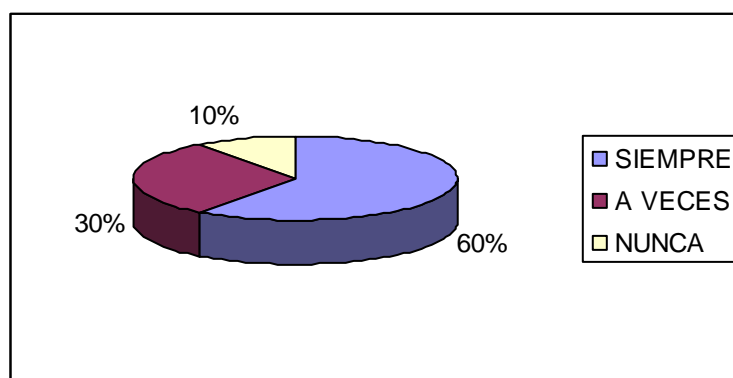
Cuadro N°. 8

ALTERNATIVA	N° FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	6	60%
A veces	3	30%
Nunca	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

ELABORADO POR: MARIA CRISTINA ALMEIDA

Gráfico N°- 3



Análisis e interpretación:

El 60 % de los encuestados manifiestan estar de acuerdo; ya que indudablemente las empresas turísticas ofrecen mejores servicios.

5. ¿ Cree usted que es más seguro viajar con agencias de viajes?

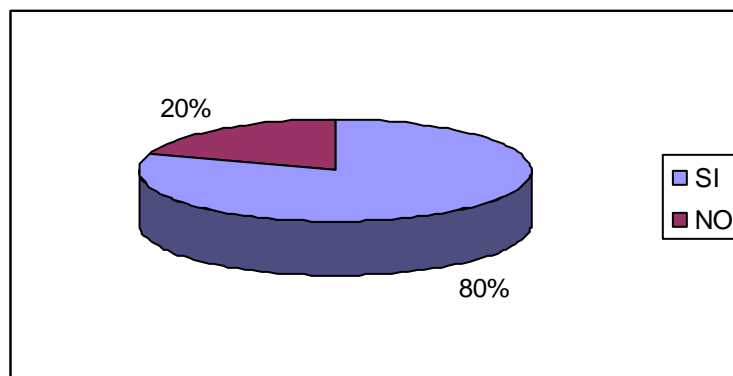
Cuadro N°- 9

ALTERNATIVA	N° FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	8	80%
No	2	20%
TOTAL	10	100%

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

ELABORADO POR: **MARIA CRISTINA ALMEIDA**

Gráfico N°- 4



Análisis e interpretación:

En esta pregunta 8 turistas; es decir el 80%; están gustosos de viajar con las agencias de viajes, debido a que garantizan su seguridad y estadía.

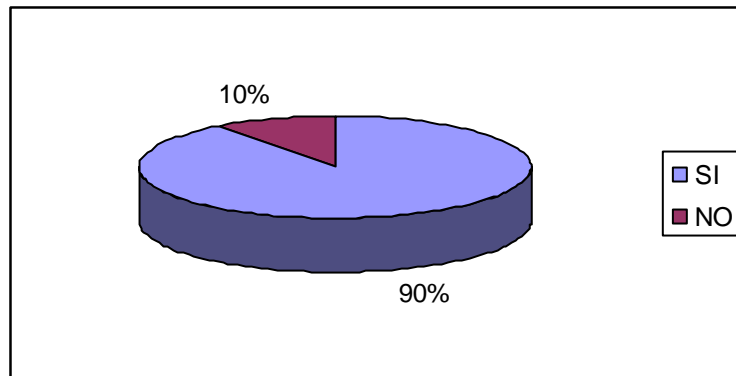
6. ¿ Cree usted que el ofrecer paquetes turísticos, incrementa el turismo?

Cuadro N°- 10

ALTERNATIVA	N° FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sì	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS
ELABORADO POR: **MARIA CRISTINA ALMEIDA**

Gráfico N°- 5



Análisis e interpretación:

Nos damos cuenta que el 90% de los turistas creen que sí se incrementa el turismo al ofertar paquetes turísticos; ya que las agencias de viajes tienen mayor experiencia y con ello pueden ofertar todos los lugares a ser conocidos, brindando un servicios de calidad.

ENCUESTA REALIZADA A LOS ADMINISTRADORES DE LA AGENCIA.

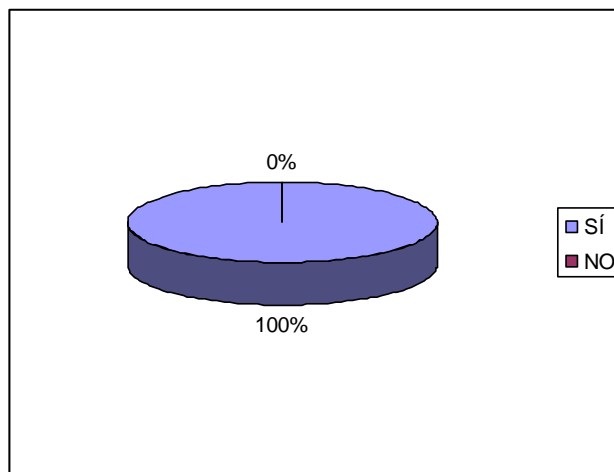
1.- ¿Cree usted que el incremento de paquetes turísticos es un beneficio para la empresa?

Cuadro N°- 11

ALTERNATIVA	N FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100 %

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS
ELABORADO POR: MARIA CRISTINA ALMEIDA

Gráfico N°- 6



Análisis e interpretación:

Los 7 encuestados que representa el 100% de los administradores, aseguran que definitivamente una empresa acrecenta el turismo cuando ésta oferta paquetes que promocionarán los atractivos turísticos.

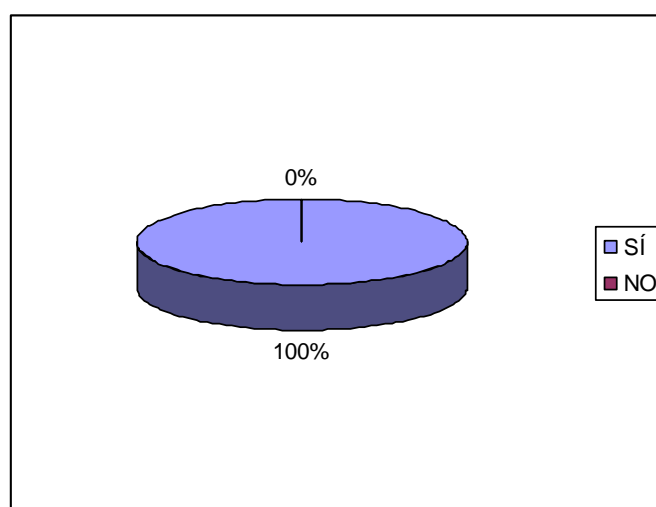
2.-¿Cree usted que la Agencia de Viajes debe tener variedad de paquetes turísticos para ofrecer a los turistas ?

Cuadro N°- 12

ALTERNATIVA	N FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100 %

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS
ELABORADO POR: MARIA CRISTINA ALMEIDA

Gráfico N°- 7



Análisis e interpretación:

El 100% de los encuestados manifiesta estar de acuerdo que los paquetes turísticos se deben ser variados para ofrecer algunas opciones de selección a los turistas.

3.- ¿ Considera que es necesario que una Agencia Turistica posean guías ?

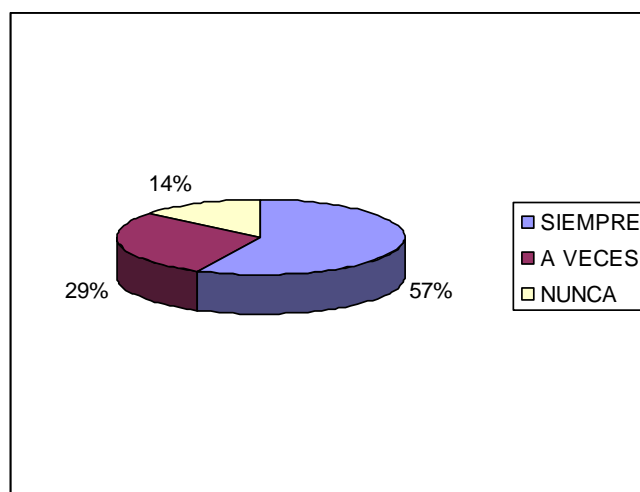
Cuadro N°- 13

ALTERNATIVA	N FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	57 %
A VECES	2	29%
NUNCA	1	14%
TOTAL	7	100 %

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

ELABORADO POR: MARIA CRISTINA ALMEIDA

Gráfico N°- 8



Análisis e interpretación:

De los 7 encuestados 4 que representa el 57,14% aseguran que una agencia de viajes debe poseer guías para que los turistas tengan una mejor información del lugar visitado; el 28,58% manifiestan que a veces es indispensable la presencia de guías y 1 dice que no es necesario..

4.-¿Considera usted que se incrementa turismo cuando una Agencia de Viajes oferta Paquetes ?

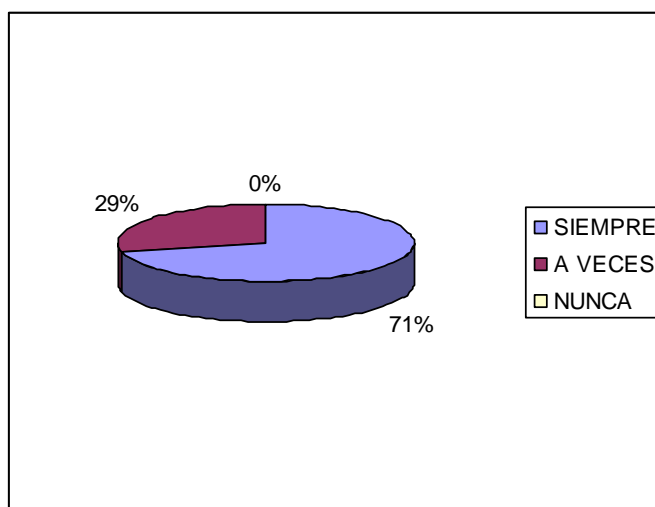
Cuadro N°- 14

ALTERNATIVA	N FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	71,42%
A VECES	2	28,58%
NUNCA	0	0%
TOTAL	7	100 %

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

ELABORADO POR: MARIA CRISTINA ALMEIDA

Gráfico n°- 9



Análisis e interpretación:

El 71,42% que representa a 5 encuestados dicen que sí es necesario que una agencia de viajes oferte variedad de paquetes para que los turistas tengan varias opciones para visitar; en cambio 2 que representan el 28,58% aseguran que a veces la agencia debe promocionar diversidad de paquetes.

5.- Cree usted que es necesario ofertar seguro de vida a los turistas ?

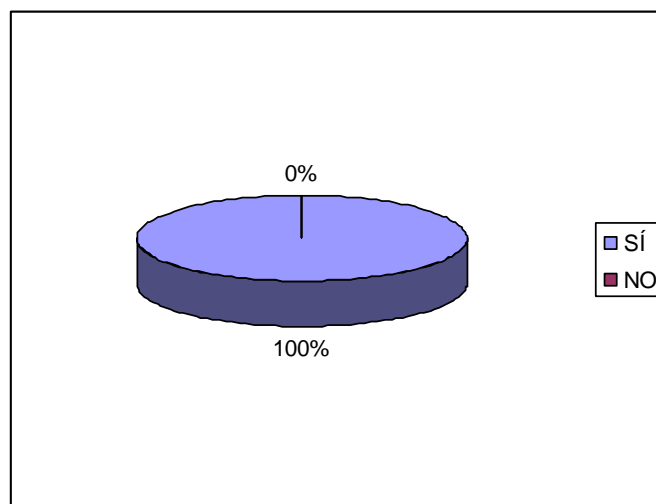
Cuadro N°- 15

ALTERNATIVA	N FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	7	100 %

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

ELABORADO POR: MARIA CRISTINA ALMEIDA

Gráfico N°- 10



Análisis e interpretación:

Los 7 encuestados coinciden que sí es necesario ofrecer seguro de vida a los turistas; ya que en cualquier ocasión se puede presentar algún imprevisto o sufra de algún accidente y solo la agencia será la responsable de lo que suceda con los turistas.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

La hipótesis planteada en la presente investigación dice: “El incremento de paquetes turísticos permitirá a la Agencia de Viajes Paraíso Travel alcanzar competitividad en el sistema turístico de la provincia de Tungurahua”.

Después de haber realizado la respectiva investigación de campo se recopila la información necesaria que permite verificar la falta de paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato.

Es por ello que es necesario el incremento de paquetes turísticos, los que fortalecen las debilidades encontradas, así como también el acrecentamiento de turistas y el fortalecimiento de la situación administrativa, financiera y social de la Agencia de Viajes.

La investigadora luego de realizar el análisis de la información obtenida con relación al incremento de paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel, ha facilitado verificar la hipótesis planteada para la investigación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

Al culminar con la presente trabajo investigativo se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- a. El incremento de paquetes turísticos, es muy importante ya que con ello se logrará fomentar que los turistas conozcan más la cultura y sitios de la provincia de Imbabura cantón Otavalo.
- b. Las agencias de viajes que presentan paquetes turísticos desarrollan mayor afluencia, aumentando sus ingresos económicos y confiabilidad.
- c. Los turistas se sienten confiados y garantizan su estadía en los lugares que visitan.

RECOMENDACIONES:

- a. Las agencias de viajes amplien su cobertura turística a través de paquetes turísticos de la provincia de Imbabura cantón Otavalo.
- b. Las agencias de viajes están dispuestas a atender con variada oferta turística.
- c. Las agencias de viajes presten la garantía y seguridad que se merecen los turistas que acuden a sus instalaciones.

CAPITULO VI

PROPUESTA

Tema: El incremento de paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato incide en la afluencia turística, en el cantón Otavalo periodo septiembre 2008 enero 2009.

TABLA DE LA PROPUESTA

CUADRO N° 16

<p>OB.General Incrementar paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato incide la afluencia turística en el cantón Otavalo periodo septiembre 2008 enero 2009.</p> <p>OB. Específicos</p> <p>Diagnosticar la situación actual de la Agencia de Viajes Paraíso Travel para establecer sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.</p> <p>Analizar la fundamentación teórica sobre los paquetes turísticos y su aplicación en la Agencia de Viajes Paraíso Travel.</p> <p>Proponer el incremento de paquetes turísticos que la Agencia de viajes Paraíso Travel debe ofertar a los turistas para conseguir la afluencia de turismo en la ciudad de Otavalo.</p>	<p>Incrementar el turismo.</p> <p>Proponer diversos paquetes turísticos.</p>	<p>Promocionar el lugar a visitar.</p> <p>Brindar servicios de calidad .</p> <p>Proponer costos menores.</p> <p>Dar seguridad.</p> <p>Informar sobre la cultura del sector.</p> <p>Ofrecer charlas.</p> <p>Gestionar ante los administradores de las instalaciones a ofertar.</p> <p>Conocer ampliamente el lugar a ser visitado.</p> <p>Establecer los servicios propuestos.</p>	<p>Mapas.</p> <p>Croquis.</p> <p>Trípticos.</p> <p>Audiovisuales.</p> <p>Fotografías.</p>	<p>Tgnlo. Jorge Alvear.</p> <p>Sra. Silvia Paredes</p> <p>Sr. Galo Jácome.</p>	<p>Desde septiembre 2008</p> <p>Hasta enero 2009</p>	<p>Adquisición de paquetes turísticos para visitar Otavalo.</p>
--	--	---	---	--	--	---

BIBLIOGRAFÍA

- http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=40&codi_seccion=0&cod_seccion=1&codigo=ET3IaUG0
- <http://www.ibarraturismo.com/boletines.php?id=237>
- <http://www.otavalo.gov.ec/turismo.html>
- :www.turismo.gov.ec
- www.bitecuador.org
- www.lahora.com.ec
- <http://trafficnews.ec/index.php/Abril-2008/PROBLEMAS-POLITICOS-QUE-AFECTAN-AL-TURISMO-ECUATORIANO.html>
- <http://trafficnews.ec/index.php/Opiniones-del-Director/Turismo-de-Ecuador-es-afectado-por-dirigencia-indigena.html>
- <http://www.eluniverso.com/2008/06/01/0001/9/47B8CACC3A53490D85B9EF973502C0A8.html>
- <http://www.consumer.es/web/es/viajes/2002/09/12/51719.php>
- http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=625&Itemid=59
- <http://archivo.eluniverso.com/2007/03/11/0001/9/18EBEC0E94F64D2D864F62FD98A7D77A.aspx>

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

OBJETIVO: Incrementar paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato incide la afluencia turística en el cantón Otavalo periodo septiembre 2008 enero 2009.

INSTRUCTIVO:

- a. La encuesta es anónima, por lo tanto le solicito comedidamente que responda con veracidad.
- b. Marque con una sola X la respuesta que crea acertada en cada ítem

1. Usted viaja:

- Una vez al año ()
Una vez cada seis meses ()
Una vez al mes ()
Una vez a la semana ()

2. Usted más viaja por:

- Vacaciones ()
Negocios ()
Salud ()
Aventura ()
Estudios ()

3. ¿ Los paquetes turísticos le ayudan a usted a conocer mejor el lugar que visitará?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

4. ¿ Cree usted que es más seguro viajar con agencias de viajes?

Sí ()

No ()

5. ¿ Cree usted que el ofrecer paquetes turísticos, incrementa el turismo?

Sí ()

No ()

Gracias por su información

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES DE LA AGENCIA

OBJETIVO: Incrementar paquetes turísticos en la Agencia de Viajes Paraíso Travel de la ciudad de Ambato incide la afluencia turística en el cantón Otavalo periodo septiembre 2008 enero 2009.

INSTRUCTIVO:

- c. La encuesta es anónima, por lo tanto le solicito comedidamente que responda con veracidad.
- d. Marque con una sola X la respuesta que crea acertada en cada ítem

1.- ¿Cree usted que el incremento de paquetes turísticos es un beneficio para la empresa?

Sí ()

No ()

2.-¿Cree usted que la Agencia de Viajes debe tener variedad de paquetes turísticos para ofrecer a los turistas ?

Sí ()

No ()

3.- ¿ Considera que es necesario que una Agencia Turistica posean guias ?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

4.-¿Considera usted que se incrementa turismo cuando una Agencia de Viajes le Oferta Paquetes ?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

5.- Cree usted que es necesario ofertar suguro de vida a los turistas ?

Sí ()

No ()

Gracias por su información

