



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención
del Título de Licenciado en Hotelería y Turismo**

TEMA:

“LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU INCIDENCIA EN LAS PRÁCTICAS
PRE-PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
HOTELERÍA Y TURISMO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y
DE LA EDUCACIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
DURANTE EL PERÍODO NOVIEMBRE 2010 MARZO 2011”

AUTOR: Navas Sánchez, Alfredo Xavier

TUTORA: Lic. Mg. Gaviño Ortiz, Noemy Hortencia

AMBATO – ECUADOR 2011

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Gaviño **Ortiz, Noemy Hortencia** CC 171243441-2 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema:“LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU INCIDENCIA EN LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO DURANTE EL PERÍODO NOVIEMBRE 2010 MARZO 2011”.

Desarrollado por el egresado **Navas Sánchez Alfredo Xavier** estudiante de Licenciatura en Ciencias de la Educación, Mención Hotelería y Turismo, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión Calificadora designada por al Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Ambato, 20 de Marzo del 2011

Lic.Mg. Gaviño Ortiz, Noemy Hortencia
TUTORA

AUTORÍA DE LA TESIS

Dejo constancia de que el presente proyecto de investigación es el resultado de la investigación del autor quien basados en la experiencia profesional, en los estudios realizados en 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 de exclusiva responsabilidad de su autor (a).

Alfredo X. Navas Sánchez

CC: 180450255-5

AUTOR

**AI CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

La Comisión de estudio y calificación del Informe de Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU INCIDENCIA EN LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO DURANTE EL PERÍODO NOVIEMBRE 2010 MARZO 2011”

Presentada por el Sr., Alfredo Xavier Navas Sánchez, egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: 2010 una vez revisada la investigación, aprueba con la calificación de.....(números).....(letras), en razón de que cumple con los requisitos básicos técnicos, científicos y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN

Dr. Castro Dávila
Williams Rodrigo

Ing. Mg Gavilánes López
Wilma Lorena

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a todas las personas que poseen el alto espíritu de superación, en especial a Dios quien confió en mí y me dio la fuerza para seguir adelante, a mi madre quien me dio la vida y guio mis pasos por el camino del bien a mi hermano quien siempre me apoyo ya que todos ellos son la razón de mí existir.

Alfredo Xavier Navas

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a Dios por haberme dado la vida, a mi madre por otorgarme los estudios, a la Universidad Técnica de Ambato por haberme abierto las puertas para cumplir la meta planteada.

Alfredo Xavier Navas

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	ii
AUTORIA DE LA TESIS	iii
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1 Tema De Investigación	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.1Contextualización.....	2
1.2.2Análisis crítico	4
1.2.3Prognosis	5
1.2.4Formulación del Problema	6
1.2.5Interrogantes (sub-problemas)	6
1.2.6Delimitación del objeto de investigación.....	6
1.3 Justificación.....	8
1.4 Objetivos	9
1.4.1 General	9
1.4.2 Específico	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Antecedentes Investigativos.....	10
2.2. Fundamentación Filosófica	10
2.3 Fundamentación Legal	11
2.4 Categorías Fundamentales	18
2.4.1Variable independiente.....	19
2.4.2Variable dependiente.....	38

2.5 Hipótesis.....	48
2.6 Señalamiento de variables.....	49
CAPÍTULO III.....	50
METODOLOGÍA.....	50
3.1 Enfoque.....	50
3.2 Modalidad Básica De La Investigación.....	50
3.3 Nivel O Tipo De Investigación.....	51
3.4 Población Y Muestra.....	51
3.5 Operacionalización de variables.....	53
3.6 Plan De Procesamiento De La Información.....	55
3.6.1 Procesamiento y análisis de datos.....	55
3.6.2 Análisis e interpretación de datos.....	55
CAPÍTULO IV.....	56
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	56
4.1 Análisis e interpretación resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de hotelería y turismo.....	56
4.2 Verificación De La Hipótesis.....	62
CAPÍTULO V.....	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
5.1Conclusiones.....	67
5.2 Recomendaciones.....	68
CAPÍTULO VI.....	69
PROPUESTA.....	69
6.1Datos informativos.....	69
6.2 Antecedentes de la propuesta.....	70
6.3 Justificación.....	71
6.4 Objetivos.....	72
6.5 Análisis de factibilidad.....	72
6.6 Fundamentación.....	73
6.7 Metodología Modelo Operativo.....	74
6.8 Administración de la propuesta.....	80
BIBIOGRAFÍA.....	82

ÍNDICE CUADROS

Cuadro 1 Variable Dependiente	53
Cuadro 2 Variable Independiente.....	54
Cuadro 3 Tabla de Pregunta #1	56
Cuadro 4 Tabla de Pregunta #2.....	57
Cuadro 5 Tabla de Pregunta #3.....	58
Cuadro 6 Tabla de Pregunta #4.....	60
Cuadro 7 Tabla de Pregunta #5.....	61
Cuadro 8 Descripción de la Población	63
Cuadro 9 Frecuencias Observadas	64
Cuadro 10 Frecuencias Esperadas.....	65
Cuadro 11 Frecuencias Esperadas.....	65
Cuadro 12 Cálculo de Ji Cuadrado	65
Cuadro 13 Plan Operativo Línea de Acción 1	75
Cuadro 14 Plan Operativo Línea de Acción 2	78
Cuadro 15 Plan Operativo Línea de Acción 3	79

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1 Arbol de Problemas.....	4
Gráfico 2 Categorías Fundamentales	18
Gráfico 3 Pregunta #1	56
Gráfico 4 Pregunta #2	57
Gráfico 5 Pregunta #3	59
Gráfico 6 Pregunta #4	60
Gráfico 7 Pregunta #5	61
Gráfico 8 Región de Aceptación	64

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN.
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:

“LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU INCIDENCIA EN LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE HOTELERÍA TURISMO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO DURANTE EL PERÍODO NOVIEMBRE 2010 MARZO 2011”.

TUTOR: Lic. Mg. Gaviño Ortiz, Noemy Hortencia

AUTOR: Navas Sanchez, Alfredo Xavier

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo está estructurado en siete capítulos que se describe a continuación.

En el Capítulo Primero.- La problemática existente es la Inexistencia de una Agencia de viajes para la realización las practicas Pre-profesionales para los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato se plantea al problema con una contextualización; macro, meso, y micro de forma específica. Luego se presenta en análisis crítico, la prognosis, se formula el problema, se presenta preguntas directrices, se delimita el problema en forma temporal y espacial para luego justificar el impacto de la investigación, la factibilidad definiendo también los objetivos propuestos para el estudio.

En el Segundo Capítulo.- Se describe un marco Teórico, que comprende antecedentes investigativos, Fundamentación

Legal, filosófica y teórica pertinentes al tema de investigación mediante la consulta en textos convencionales especializados e investigación bibliográfica electrónica el mismo que es el soporte y fuente para la elaboración de la propuesta.

En el Tercer Capítulo.- Abarca la metodología de la investigación iniciando con el enfoque paradigmático, de la investigación Cuantitativo y Cualitativo, de investigación que se aplicó como bibliografía – Documental de campo en un proyecto de intervención social se utilizó la investigación descriptiva, de asociación de variables para luego definir la población y muestra buscando la coherencia con las técnicas e instrumentos de investigación aplicados.

En el Cuarto Capítulo.- Contiene los resultados de las técnicas e instrumentos de investigación aplicados, se presentan los datos obtenidos mediante cuadros y gráficos estadísticos en forma cuantitativa y luego su análisis e interpretación cualitativa.

En el Quinto Capítulo.- Incluye las conclusiones obtenidas de la interpretación de los resultados de la encuesta que se encuentra en el capítulo anterior y finalmente de cada conclusión se presenta una recomendación adecuada al caso de estudio.

En el Sexto Capítulo.- Contiene el producto de la investigación considerando como la propuesta de solución de problema detectado, analizado e investigado, en este caso es el diseño de un plan operativo para la creación de una Agencia de Viajes de Practicas Pre-profesionales

INTRODUCCIÓN

Hoy en día la universidad Técnica de Ambato ofrece una gran variedad de carreras de las cuales Hotelería y Turismo es una de ellas, la educación impartida en esta carrera es de buena calidad, sin embargo la malla curricular opta por la enseñanza teórica y poco practica dejando a los estudiantes sin un lugar donde poder realizar sus prácticas Pre-profesionales en lo que se refiera a Agencias de viajes

En la actualidad las universidades en su misión de fortalecer académicamente a los estudiantes están optando por crear sus propios centros de capacitación o lugares donde los estudiantes pueden realizar sus prácticas Pre-Profesionales aplicando todo lo aprendido en clases. De esta manera los estudiantes se libran de realizar tediosos papeleos para la asignación de una institución donde puedan ejecutar sus prácticas y además, muchas de las ocasiones no aportan al enriquecimiento educacional que necesitan los estudiantes.

Los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo actualmente realizan sus prácticas pre-profesionales en lugares donde se haya realizado anteriormente un convenio, pero las actividades que realizan dentro de la institución escogida por el estudiante no son las óptimas para que los estudiantes aprendan el desenvolvimiento de la vida laboral y paralelamente apliquen sus conocimientos teóricos.

En lo que se refiere a la infraestructura la Universidad técnica de Ambato se verá favorecida, adornando sus predios universitarios y llamando así la atención nuevos estudiantes que estarán deseosos de ingresar a la universidad y forarse como óptimos profesionales.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema De Investigación

LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU INCIDENCIA EN LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO DURANTE EL PERÍODO NOVIEMBRE 2010 MARZO 2011

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

Las Agencias de Viajes son empresas que se especializan en diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero, tales como reservaciones de boletos y alojamiento en hoteles, programación de tours, arrendamiento de autos, etc.

En términos del proceso de comercialización del turismo, las agencias de viajes son tiendas minoristas, que suelen trabajar estrechamente vinculadas con las empresas transportistas, líneas aéreas, de las cuales reciben una determinada comisión por concepto de boletos vendidos, de los hoteles, que también les reconocen un pago en general, de todos los operadores. Trabajan igualmente en estrecha cooperación con los operadores de tours, figura que se correspondería con la de un mayorista.

Con las personas cambiando al servicio de los sitios en línea, el número de empleos disponibles como agente de viaje ha disminuido. La mayoría de los empleos que se vuelven disponibles son de agentes de viaje mayores que se retiran. Neutralizando la disminución de empleos por los servicios en línea, está el incremento de la gente que viaja. Desde 1995, muchos agentes de viaje han salido de la industria, y relativamente poca gente joven ha entrado en el campo debido a salarios menos competitivos. En todo caso, otras han abandonado la agencia “ladrillo y mortero” por un negocio basado en el hogar para reducir gastos. Aquellos que quedan han sobrevivido promoviendo otros productos de viaje como cruceros y excursiones en tren, o promoviendo su habilidad para agresivamente buscar y ensamblar complejos paquetes de viaje.

La idea de abrir una agencia de viajes posee un atractivo natural para mucha gente, quienes probablemente piensan que para empezar con este negocio solamente necesita de un capital limitado y una mínima información sobre viaje.

Durante los últimos años en el Ecuador las Agencias de Viajes se han incrementado debido al aumento del turismo externo e interno por esta razón se están creando nuevas agencias de Viajes debido al acrecentamiento de demanda turística

En la provincia del Tungurahua existen muchas agencias de viajes pero debido a la falta de planes de marketing no se dan a conocer y tan solo unas pocas manejan el mercado. Además dichas agencias poseen casi los mismo servicios entre si por lo que no existe variedad y muy pocas son las que atraen al turista con llamativas ofertas y descuentos

1.2.2 Análisis crítico

Árbol de problemas

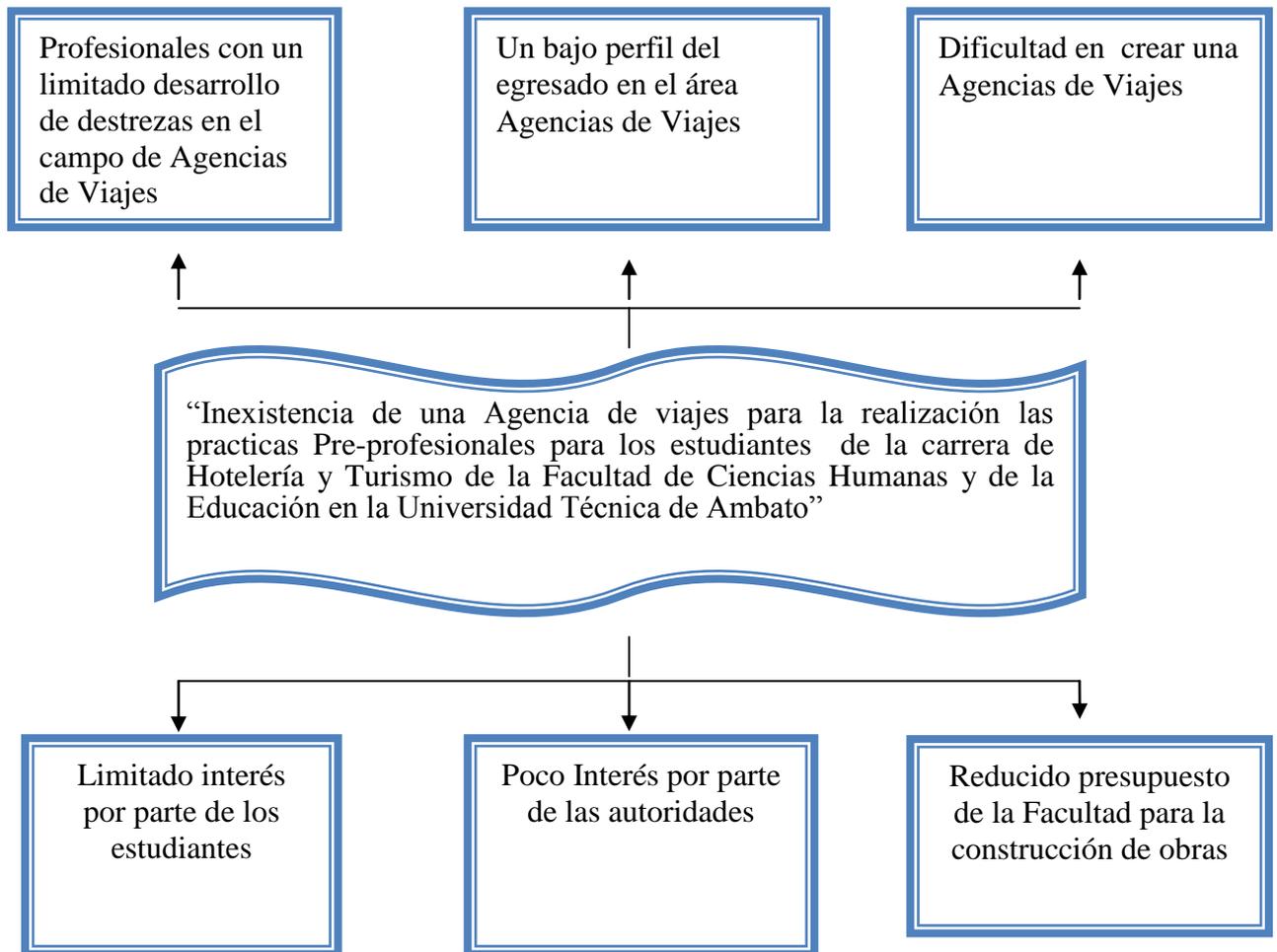


Grafico #1
Elaborado por: Alfredo Navas

La inexistencia de una Agencia de Viajes para la realización de las practicas Pre-profesionales de los estudiantes de Hotelería y Turismo de la facultad de C.C.H.H. de la UTA se da por varios factores tales como: el poco interés por parte de las autoridades competentes de la Facultad y a su vez por los estudiantes mismos de la carrea , como resultado de todo esto se halla un bajo perfil del egresado en el área de Agencias de Viajes y profesionales con un limitado desarrollo de destrezas en el campo de Agencias de Viajes .

Otro importante punto son los reducidos presupuestos para la creación de nuevas obras que favorezcan a la carrera e universidad, produciendo esto un gran impedimento para la creación de una agencia de Viajes

Los conocimientos que se van adquiriendo durante toda la carrera no se ven complementados con la practica en el área. Además de que los estudiantes disponen de pocas Agencias de viajes en donde puedan realizar sus prácticas pre-profesionales y muchas de estas agencias no ayudan al aprendizaje del estudiante ubicándolos en tareas que tienen muy poca relación con la Área. La Universidad por otro lado ha enfocado la carrera al ámbito hotelero dejando a los estudiantes con escasas posibilidades de enfocarse en el área de agencias de Viajes y así de esta manera poder incrementar sus conocimientos.

1.2.3Prognosis

Analizando la problemática examinamos que la falta de una Agencia de Viajes creara falencias educativas, pues en un futuro no contarán con las herramientas necesarias para enfrentar la competitividad laboral, profesional y administrativa que cada día es más profesional.

Las prácticas pre-profesionales son una pieza fundamental para la aplicación de los conocimientos adquiridos y saber en qué nivel se encuentra los estudiantes

1.2.4 Formulación del Problema

¿Inciden las practicas-pre-profesionales en las Agencias de Viajes para la formación de los estudiantes de la carrera de Hotelería Turismo de la facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato?

1.2.5 Interrogantes (sub-problemas)

- ¿La incidencia de la falta de prácticas Pre-profesionales afecta a los estudiantes de la carrera de hotelería y turismo?
- ¿Es importante la realización de las Practicas Pre-profesionales en las Agencias de viajes?
- ¿Cómo diseñar una propuesta que facilite existencia de una Agencia de Viajes para la realización de las prácticas Pre-profesionales?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

1.2.6.1 Delimitaciones del contenido

Campo: Turismo

Área: Servicios Turísticos

Aspecto: Las Agencias de Viajes

1.2.6.2 Delimitación espacial

La presente investigación se realizó en el cantón Ambato, en la Universidad Técnica de Ambato de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Carrera de Hotelería y Turismo - Tungurahua-Ecuador.

1.2.6.3 Delimitación temporal

Esta investigación se llevó a cabo durante el mes de Noviembre del 2010

1.2.6.4 Unidades de observación

- Autoridades de la Universidad Técnica de Ambato
- Estudiantes de la Carrera de hotelería y Turismo

1.3 Justificación

El Ecuador posee una gran variedad de atractivos turísticos por lo cual requiere de agencias de viajes que asesore y brinde atractivos paquetes de viajes, de esta forma los turistas puedan informarse y acceder a estos paquetes de una manera fácil y rápida. Es por eso que esta investigación es de mucha importancia porque aportara a los estudiantes en el desarrollo de las destrezas en el área de Agencias de viajes, creando así excelentes profesionales que tengan un buen desenvolvimiento en el área de trabajo. Además de que la universidad y más concreto la carrera se verá favorecida al rellenar los vacios que posee la malla de estudios y así de esta manera la carrera podrá brindar a los estudiantes excelentes conocimientos que mas allá de forjar buenos profesionales se creara un prestigio y una imagen que atraerá cada vez a mas estudiantes .

Los beneficiarios de esta investigación serán los estudiantes de la carrera que se verán favorecidos por incrementar sus conocimientos, también la Universidad por mejorar su malla de estudios y eliminar sus falencias.

Este proyecto se podrá realizar sin muchas dificultades ya que no necesita de un gran capital económico y además de que la universidad siempre tendrá las puertas abiertas para investigaciones que favorezcan a la misma.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Investigar la incidencia de las Agencias de Viajes en las prácticas Pre-profesionales de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato

1.4.2 Específico

- Evaluar el funcionamiento de las Agencias de Viajes y su aporte a la formación de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo
- Identificar la relevancia de las Prácticas Pre-profesionales para la formación académica de los estudiantes
- Diseñar un plan operativo para la creación de una Agencia de Viajes

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

A nivel global se han realizados estudios acerca de la incidencia de la Agencias de viajes en las Practicas Pre-profesionales llegando a la conclusión de que las Practicas Pre-profesionales se verían mejoradas si las universidades invirtieran en la creación de propios centros donde los estudiantes pueden realizar sus prácticas-Pre-profesionales. En el Ecuador no se han realizado investigaciones sobre la las Agencias de Viajes y su incidencia en las Practicas Pre-profesionales

2.2. Fundamentación Filosófica

La investigación planteada es coherente con la corriente de pensamiento filosófico del contexto académico de la universidad Técnica de Ambato, ya que se enmarca en el paradigma critico-propositivo constructivista social , debido a que se consideran aspectos importantes permitiendo aportar al cambio , mediante un estudio y una comprensión del contexto del tema de estudio

Para lograr la finalidad de cambio en la realidad social, se comprende que existen múltiples realidades socialmente construidas , con una visión concreta . En la relación sujeto-objeto del conocimiento existe una interrelación transformadora, con la presencia de valores en todo proceso, y de explicación e interpretaciones debidamente contextualizadas

2.3 Fundamentación Legal

REGLAMENTO SOBRE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

Gaceta Oficial N° 5.293 de fecha 26 de enero de 1999

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

Decreto N° 3.223 de fecha 13 de enero de 1999

DECRETA

el siguiente

REGLAMENTO SOBRE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

CAPITULO I

DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

Artículo 1°: Se consideran Agencias de Viajes y Turismo, las personas jurídicas, que se dediquen a la organización, promoción, representación y comercialización del servicio turístico, bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales.

Artículo 2°: Se considera servicio turístico el prestado a turistas nacionales o Internacionales, en forma directa o indirecta, por los integrantes del Sistema Turístico Nacional, con el fin de dar información, alojamiento, alimentación, transporte u otros servicios para el desarrollo de la actividad turística.

Artículo 3°: Son actividades propias de las Agencias de Viajes y Turismo las siguientes

a) Estudio, organización, promoción, operación y comercialización de giras, circuitos y excursiones a realizarse en el territorio nacional o en el extranjero, bien sean organizadas por ellas o por terceros, las cuales hayan sido consignadas ante la Corporación de Turismo de Venezuela para su debido registro;

- b) reservación y ventas de boletos aéreos nacionales e internacionales;
 - c) reservación y comercialización de servicios de establecimientos de alojamientos turísticos;
 - d) reservación y comercialización de servicios en establecimiento referidos a alimentos, bebidas y similares;
 - e) reservación y comercialización de servicios de alquiler de vehículos;
 - f) estudio, organización, promoción y comercialización de congresos, convenciones y otros eventos de carácter gremial, cultural, religioso, deportivo e institucional, tanto nacional como internacional;
 - g) reservaciones y comercialización de boletos para espectáculos públicos;
 - h) recepción, asistencia y conducción de turistas nacionales y extranjeros en giras, viajes y excursiones en el territorio nacional o fuera de el, directamente o a través de operadores;
 - i) contratar guías, conductores y operadores de turismo en el territorio nacional o en el extranjero.
 - j) tramitación en representación de sus clientes de todo tipo de documentos necesarios para viajar;
 - k) tramitación de pólizas de seguros de personas y bienes contra cualquier riesgo que pueda derivarse de la actividad de viajes y turismo;
 - l) prestar servicio de protección y auxilio al turista;
 - m) reservación y comercialización de servicios recreativos y de esparcimiento;
 - n) facilitación de divisas extranjeras a sus clientes a través de las instituciones legalmente autorizadas, sin perjuicio de lo establecido al respecto por las leyes y reglamentos correspondiente y
 - o) representación comercial de otras empresas, tanto nacionales como internacionales dedicadas a la prestación de los servicios turísticos a que se refiere la Ley Orgánica de Turismo excepto de las líneas aéreas de transporte de pasajeros en general con carácter de representantes exclusivo o de agente general.
- Parágrafo Primero: Las Agencias de Viajes y Turismo sólo podrán ofrecer, contratar y vender servicios turísticos de personas integrantes del Sistema Turístico Nacional, por sí mismas o a través de un representante, salvo cuando

dichos servicios vayan a ser prestados en el exterior. Parágrafo Segundo: Las Agencias de Viajes y Turismo no podrán ejercer en sus locales, actividades técnicas comerciales diferentes a las autorizadas por la Ley Orgánica de Turismo y sus Reglamentos.

CAPITULO II

REQUISITOS, FORMALIDADES Y FUNCIONAMIENTO

Artículo 4°: Las Agencias de Viajes y Turismo, deberán estar inscritas en el Registro Turístico Nacional

Artículo 5°: La Corporación de Turismo de Venezuela otorgará a las Agencias de Viajes y Turismo inscritas en el Registro Turístico Nacional, una licencia de funcionamiento.

Artículo 6°: Para establecer una Agencia de Viajes y Turismo los interesados deberán presentar a la Corporación de Turismo de Venezuela, la solicitud de licencia de funcionamiento de las agencias de Viajes y Turismo, la cual deberá ir acompañada de la documentación siguiente:

- a) Planilla de Solicitud de licencia y de solicitud de inscripción en el Registro Turístico Nacional;
- b) Oficio de aprobación de la denominación comercial otorgada por la Corporación de turismo de Venezuela, la cual no podrá ser igual o similar a una ya existente;
- c) Publicación de Acta Constitutiva y Estatutos Sociales del fondo de Comercio cuyo objeto será principalmente todas o algunas de las actividades propias de las Agencias de Viajes y Turismo;
- d) Deberá constar un Capital Social totalmente suscrito y pagado no menor al equivalente de dos mil Unidades Tributarias (2.000 UT);
- e) Relación del personal directivo y administrativo, con indicación de datos de identificación, nacionalidad, profesión y cargo que desempeña;
- f) Deberá constar que los gerentes o encargados de la Agencia de Viajes y Turismo están acreditados en el país como Licenciados en Turismo, Técnicos

Superiores en Turismo o que poseen la credencial de Agentes de Turismo otorgada por la Corporación de Turismo de Venezuela;

g) Constancia de solicitud de la Patente de Industria y Comercio;

h) No haber sido objeto de sanción mediante la cual se revoca la licencia de Agencia de Viajes y Turismo y;

i) Cualquier otro documento que el Directorio de la Corporación de Turismo de Venezuela considere necesario para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

Parágrafo Primero: Queda entendido que las Agencias de Viajes y Turismo no podrán disminuir el monto del Capital Social exigido en el literal D.

Parágrafo Segundo: Para obtener la credencial de Agente de Turismo exigida en el literal F es requisito ser Licenciado en Turismo o Técnico Superior en Turismo debidamente acreditado en el país o tener experiencias no menor a cinco (5) años ocupando cargos gerenciales en el sector de Agencias de Viajes y Turismo.

Artículo 7°: Una vez otorgada la licencia, las Agencias de Viajes y Turismo deberán comenzar a funcionar dentro del lapso de tres (3) meses, contados a partir de la fecha de expedición de la licencia. Vencido este lapso, sin haber comenzado sus operaciones se revocará la licencia otorgada.

Artículo 8°: Las Agencias de Viajes y Turismo están obligadas a participar a la Corporación de Turismo de Venezuela cualquier cambio de dirección o domicilio de la empresa y el cese de operaciones, en un lapso que no podrá ser mayor a seis (6) meses.

Artículo 9°: Las Agencias de Viajes y Turismo sancionadas con la cancelación de licencia, podrán solicitar nuevamente la licencia de funcionamiento después de transcurrido dos (2) años de haber sido sancionadas, y a tal fin deberán cumplir con todos los requisitos exigidos para la obtención de la misma.

Artículo 10: Para la apertura de sucursales se requiere la autorización previa de la Corporación de Turismo de Venezuela a cuya solicitud deberá anexarse la documentación que a continuación se especifica:

a) Identificación del Solicitante;

b) Relación del personal que administre la sucursal, contentiva de los datos que

identifiquen a las personas, su nacionalidad, profesión y el cargo que van a ocupar;

c) Acta de la asamblea debidamente publicada, en la cual conste la apertura de la sucursal y el aumento de mil Unidades Tributarias (1.000 UT) del Capital Social del Fondo de Comercio por cada sucursal.

d) Deberá constar que el gerente o encargado de la sucursal está acreditado en el país como Licenciado en Turismo, Técnico Superior en Turismo o que posee la credencial de Agente de Turismo otorgada por la Corporación de Turismo de Venezuela y;

e) Constancia de solicitud de la Patente de Industria y Comercio.

Artículo 11: Las Agencias de Viajes y Turismo deberán solicitar autorización a la Corporación de Turismo de Venezuela para la venta, traspaso, cesión, fusión o cualquier otro acto que implique cambios en el capital social de la empresa, debiendo consignar los documentos siguientes:

a) Identificación de los adquirientes o nuevos socios;

b) Nómina de personal y

c) Constancia de que el gerente o encargado de la empresa está acreditado en el país como Licenciado en Turismo, Técnico Superior en Turismo o que posee la credencial de Agente de Turismo otorgada por la Corporación de Turismo de Venezuela.

Artículo 12: Las Agencias de Viajes y Turismo deberán notificar a la Corporación de Turismo de Venezuela, dentro del lapso de sesenta (60) días continuos en los casos del artículo anterior, contados a partir de la fecha en la cual se perfeccione cualquiera de estos, debiendo consignar en ese mismo lapso acta de asamblea debidamente publicada en la cual conste el acto jurídico efectuando así como los mismos recaudos exigidos en ese mismo artículo.

Artículo 13: Las Agencias de Viajes y Turismo serán sancionadas con multa de acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica de Turismo en los siguientes casos:

a) La inactividad comprobada de la Agencia durante tres (3) meses continuos, cuando no haya sin notificado a la Corporación de Turismo de Venezuela, sin

perjuicio de las obligaciones frente a terceros;

b) Cambio de dirección sin previa notificación a la Corporación de Turismo de Venezuela;

c) Disminución del capital social de la Agencia, de conformidad con el artículo 6 literal D y Parágrafo Primero de este Reglamento y

d) Por cese de operaciones de las Agencias por más de seis (6) meses continuos, así haya notificado su cese con anterioridad.

Artículo 14: Quedarán revocadas las licencias de las Agencias de Viajes y turismo en los siguientes casos:

a) Por haber sido excluido del Registro Turístico Nacional;

b) Por incumplimiento de lo dispuesto en los artículos 7, 11 y 12 de este Reglamento.

c) Ser reincidentes de acuerdo con el artículo 78 de la Ley Orgánica de Turismo y

d) Disolución de la empresa.

Artículo 15: Los socios o propietarios de una empresa sancionada con la revocatoria de la

licencia, no podrán inscribir una nueva Agencia de Viajes y Turismo en el Registro Turístico Nacional, ni adquirir bajo cualquier título o conformar el capital social de una ya constituida, cuando la sanción es producto de falta de profesionalismo o negligencia, salvo que la misma haya sido revocada por el órgano competente.

Artículo 16: Las Agencias de Viajes y Turismo deberán presentar anualmente por ante la Corporación de Turismo de Venezuela dentro de los noventa (90) días siguientes al cierre del ejercicio económico, los siguientes documentos:

a) Nómina de empleados, indicando: nombre, cédula de identidad, cargo y nacionalidad y,

b) Cualquier otro documento que el Directorio de la Corporación de Turismo de Venezuela considere necesario.

Artículo 17: Las Agencias de Viajes y Turismo serán inspeccionadas periódicamente por funcionarios debidamente identificados, autorizados por la Corporación de Turismo de Venezuela

Artículo 18: Los Establecimientos de las Agencias de Viajes y Turismo llevarán un Libro Oficial de Sugerencias y Reclamos en cada uno de sus locales, que deberá estar a disposición de los usuarios.

Artículo 19: Las Agencias de Viajes y Turismo exhibirán en la entrada principal y a la vista del público una placa la cual será previamente autorizada por la Corporación de Turismo de Venezuela, que indique el número correspondiente al Registro Turístico Nacional y a la licencia. La elaboración y los costos de fabricación de dicha placa serán por cuenta del interesado.

Artículo 20: La Placa de la Agencias de Viajes y Turismo se elaborarán según el diseño que suministre la Corporación de Turismo de Venezuela y contará con el logotipo de la Corporación.

Las especificaciones, así como el marco de la placa, serán realizadas en bronce pulido y en alto relieve de cinco milímetros (5mm) y el fondo pintado en esmalte azul turquesa. Las medidas de la placa identificadas serán de cuarenta centímetros por cuarenta centímetros (40 cm x 40 cm).

2.4 Categorías Fundamentales

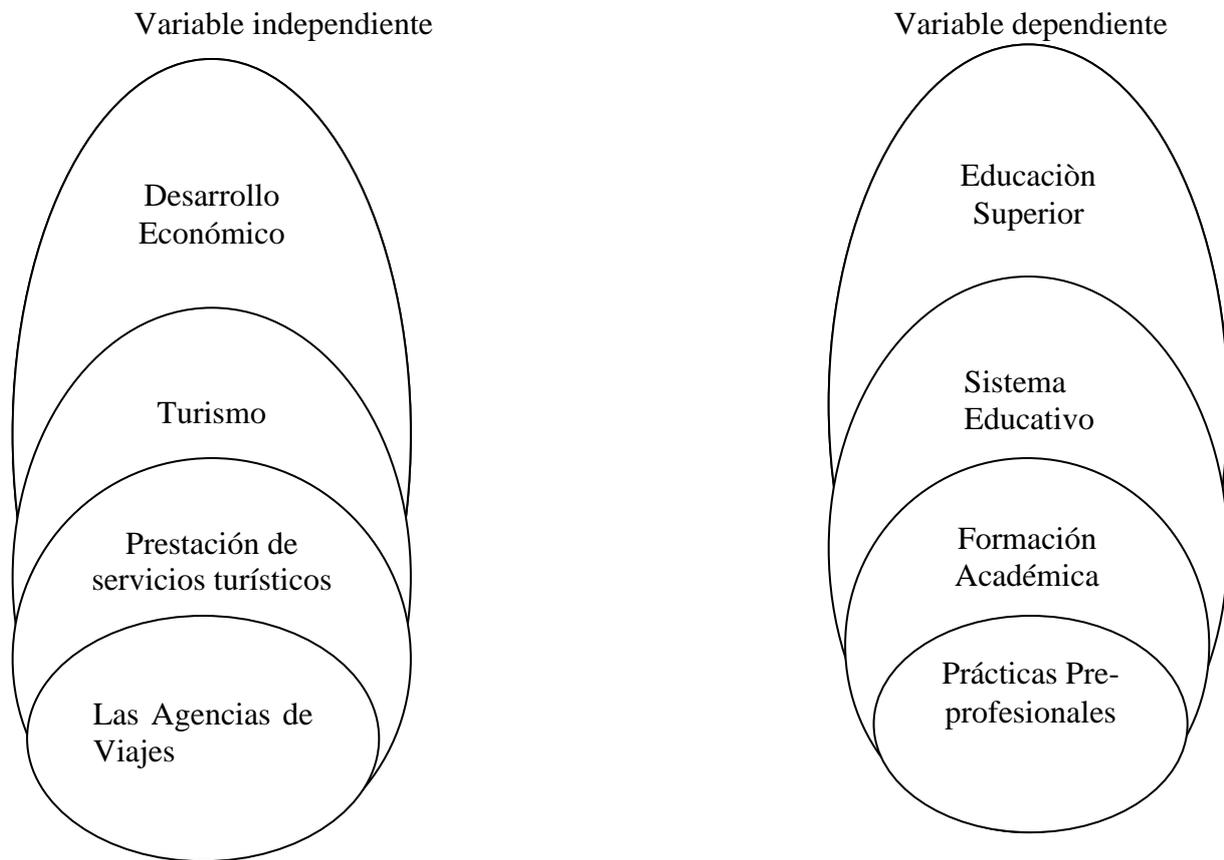


Gráfico #2
Elaborado por: Alfredo navas

2.4.1 Variable independiente

LAS AGENCIAS DE VIAJES

Es la Empresa que se especializa en diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero, tales como reservaciones de boletos y alojamiento en hoteles, programación de tours, arrendamiento de autos, etc.

Según Jose A Avilez M

En términos del proceso de comercialización del turismo, las agencias de viajes son tiendas minoristas, que suelen trabajar estrechamente vinculadas con las empresas transportistas, v.g. líneas aéreas, de las cuales reciben una determinada comisión por concepto de boletos vendidos (generalmente entre un 8 y un 10 por ciento), de los hoteles, que también les reconocen un pago (del 5 al 15 por ciento) y, en general, de todos los operadores. Estas empresas, que suelen a tener mucho material informativo sobre destinos y paquetes turísticos, trabajan igualmente en estrecha cooperación con los operadores de tours, figura que se correspondería con la de un mayorista.

Una agencia de viajes es una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes o otros servicios turísticos. El papel de la agencia turística es el de intermediario entre la persona que demanda turismo y la persona que ofrece esa demanda y que es productor de bienes o servicios turísticos.

Según López, Ángeles, Curso para Agentes de Viajes. EAEHT, La Habana. 2003.

Una agencia de viajes es una empresa 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.

Colectivo de autores (2000): Agencias de Viajes. Localizada

Expansión de las agencias de viajes

Con la llegada de las líneas aéreas regulares, el negocio de las agencias de viajes empezó a cambiar. En los años treinta la Pan American World Airways eran tan pequeña que no se podían permitir una oficina de venta de sus billetes, y por ello pidieron prestada una zona de ochenta y cuatro centímetros en el mostrador de la Thos. Cook e Hijo en Nueva York.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial se desató el deseo de viajar y mucha gente se inició en los negocios como lo agente de viaje profesores, oficinista y amas de casas trabajaron fuera de sus hogares dedicando parte de su tiempo a ser agente de viaje.

La idea de abrir una agencia de viajes posee un atractivo natural para mucha gente, quienes probablemente piensa que para empezar con este negocio solamente necesita de un capital limitado y una mínima información sobre viaje.

Dentro de Estados Unidos y Canadá una 37 mil agencia de viaje minorista están en funcionamiento. Cada año se abren alrededor de mil nueve agencias y cada año varios ciento cierran. A mediados de los años ochenta los cinco estados con mayor número de agencia eran California, Nueva York, Florida, Illinois y Texas. Lógicamente los estados con más agencias pueden esperarse que sean lo que generen más viajes.

Las grandes corporaciones de agencia de viaje en Estado Unidos tienen una facturación muy importante. Así, por ejemplo, en 1992, la agencia de viaje más importante de este país fueron American Express, con una facturación de más de 65 mil millones de dólares, Carlson Travel Network, con 3200 millones de dólares, y Thomas Cook Travel US, con dos mil millones de dólares.

LAS FUNCIONES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Clasificación de las funciones:

Función asesora

Asesorar:

- Informar al viajero sobre las características de los destinos, servicios, proveedores y viajes existentes.
- Ayudarle en la selección de lo más adecuado en su caso concreto.

Exigencias para cumplir esta función asesora:

- Contar con amplias fuentes de información; para ello cuentan con varios sistemas:
 - a. Deben disponer de conexiones con sistemas computerizados de reservas (SCR) o sistemas globales de reservas (SGR, Ej. Amadeus).
 - b. Deben disponer de conexiones vía Internet, tanto para estar en contacto con sus clientes, como para sus relaciones con los proveedores de servicios turísticos.
 - c. Otra fuente de información consiste en la recopilación de mapas, manuales técnicos, guías y bibliotecas especializadas de folletos.
 - d. Otra fuente de información es que la agencia cree su propio banco de datos, lo que le permite facilitar información exclusiva y personalizada. También puede permitirle guardar información sobre los clientes para poder llevar a cabo determinadas campañas de marketing.

- Contar con una adecuada comunicación con el viajero, de manera que trate de captar de la mejor forma posible las necesidades y expectativas que el cliente ha puesto en el viaje; para ello la agencia debe contar con profesionales expertos en destinos y viajes con la adecuada preparación cultural y técnica y, a su vez, con profesionales con cualidades como el don de gentes y con capacidad para captar las necesidades de los clientes.
- Contar con una ubicación adecuada y con el equipamiento apropiado que favorezca el contacto personalizado con el mercado.

Función mediadora

Consiste en gestionar e intermediar la reserva, distribución y venta de productos turísticos. Aunque no sea imprescindible es importante, ya que permite acercar el producto al cliente y multiplica los puntos de venta. Normalmente esta función mediadora es ejercida por las agencias minoristas, que materializan la reserva, el alquiler o venta de los siguientes grupos de servicios:

- Pueden ofrecer al cliente servicios sueltos ofertados de forma aislada como puedan ser billetes de un determinado medio de transporte, alojamientos en establecimientos hoteleros, alojamientos en establecimientos extrahoteleros, entradas para espectáculos culturales o deportivos, alquiler de vehículos, alquiler de salones para banquetes o congresos, pólizas de seguro de viajes, venta de guías turísticas, etc.
- También pueden ofrecer viajes combinados, ofertados generalmente por mayoristas o touroperadores; en este caso la función mediadora se puede resumir en una mera función distribuidora.
- También ofrecen servicios subsidiarios como el cambio de divisas, el cambio y venta de cheques de viajes, la modificación o cancelación de reservas y la tramitación de la documentación necesaria para el viaje como el pasaporte o el visado.
- Otro grupo de servicios corresponde a la representación de proveedores, destinos u otras agencias de viajes, en este caso, la empresa no actúa como

un mero distribuidor, sino que adquiere el producto y luego lo vende, por lo tanto está asumiendo el riesgo de la operación.

La función mediadora es, en principio, la más vulnerable desde la incorporación de las nuevas tecnologías de la información, que permiten la venta directa al cliente por parte de los proveedores y los productos turísticos. De todas formas, las agencias de viajes también tienen sus ventajas: además de asesorar al cliente pueden abaratar los productos gracias al poder negociador que tienen al comprar a mayor escala, por lo tanto es muy importante a la hora de considerar la función elegir bien a los proveedores, que concederán licencias a la agencia y le exigirán fianzas para que actúe en su nombre.

Función productora

Consiste en diseñar, organizar, comercializar y operar viajes y productos turísticos generados por la combinación de distintos servicios y que se ofertan a un precio global establecido, que es lo que se suele conocer por viajes combinados o paquetes (viajes estándar programados a la oferta) o también podemos encontrarnos con forfaits (viajes programados a la demanda, que están adaptados a cada cliente o customizados). Esta función está gestionada por touroperadores y agencias mayoristas. Para llevar a cabo esta función productora, se exigen varias cosas:

- La investigación permanente de los mercados para conocer las tendencias y necesidades de los clientes, así como las ofertas de la competencia.
- La creatividad o imaginación para diseñar nuevos productos que permitan a la agencia diferenciarse frente a la competencia.
- La calidad del servicio, que en este caso se suele basar en la adecuada elección de los proveedores y en el trato dado a los clientes.
- Una adecuada gestión de los costes.

Además, para potenciar su función productora, una agencia no puede limitarse a organizar viajes, debe ampliar constantemente sus actividades, para ello puede pasar a organizar congresos, ferias, cruceros, prácticas deportivas (Ej. Club Mediterráneo, Catai Tours, Nuevas Fronteras).

Para crear los productos, las agencias deben aprovechar las economías de escala y negociar los precios netos con los proveedores, si la agencia no organiza el viaje, sólo lo vende, obtendrá un porcentaje de beneficio y el precio de venta al público se obtendrá sumando el precio negociado con el proveedor más el porcentaje de las agencias.

La función productora culmina con la comercialización y venta del producto turístico, para ello habrá que realizar las acciones oportunas para dar a conocer los productos al consumidor final; lo que podríamos denominar función comercializadora, que consiste en las labores de marketing necesarias, las cuales requerirán elevados costes.

Función Técnica: A través de esta función las AAVV proyectan, confeccionan, y ponen en marcha los productos turísticos. Esta función deriva 4 actividades:

- 1 Planificación del programa que se pretende poner en marcha (la gente está motiva de ir a un sitio, pues hay que investigar se sitio donde quieren ir, recurso, transporte, etc)
- 2 Diseño del viaje (al saber donde vamos realizamos las contrataciones)
- 3 Distribución (se organizan las plazas, según las que vengan son las que vendo, no vender más de las que vienen ni viceversa)
- 4 Control de las operaciones llevar un control según vaya saliendo el viaje para ver si va bien o no.

Función Financiera: mejorar la administración de los recursos económicos de la empresa, para esto es necesario:

- Conocer y analizar la estructura económica-financiera de la empresa.
- Realizar los presupuestos
- Establecer un método adecuado de ingreso y gastos y de cobros y pagos.
(Gasté 30000 en teléfono pero hasta 1^a de mes el banco no se lo cobra, no lo he pagado.)

Función Contable: registra todos los hechos contables que se hacen las AAVV, es útil y obligatoria, le interesa a los proveedores, la opinión pública, posibles nuevos inversores, a los empleados.

Función Social (factor humano muy importante): Los empleados deben ser considerados con especial atención en las empresas de sector turístico, la calidad personal y profesional de los trabajadores debe ser buena. Esta función examina sus actividades hacia:

1. Una implantación de sistema aprendizaje y actualización que estimule al trabajador y se le integre en un plan de formación.
2. Conseguir una estructura satisfactoria del trabajo (valorar el trabajo)
3. Conseguir el bienestar del personal (vacaciones, festivos)
4. Aplicación rigurosa de carácter laboral entre los representantes de la empresa y los trabajadores.

Función Comercial : se pretende conectar la empresa con el exterior, contactando por un lado con los proveedores y por otro con los consumidores. Mejorar las condiciones de ventas y compra de la empresa.

Función Administrativa : abarca la planificación, organización mando y control d todas las actividades que se realizan en las AAVV. En las grandes empresas existen departamentos que llevan a cabo estas funciones, sin embargo en las AAVV pequeñas las funciones administrativas las ejecuta el director.

CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Existen varios criterios de clasificación:

1: Clasificación según el reglamento jurídico:

Establece el nuevo reglamento jurídico por la que se han de regir las AAVV en España, si bien las comunidades autónomas que tengan transferencia competitiva con el fin de que en ellos queden regladas y reguladas algunas cuestiones peculiares, aunque hay aspectos que en todas las AAVV tienen que coincidir. Uno de los factores en los que debe coincidir es en el de sus clasificaciones.

AAVV Mayoristas: son aquellas que proyectan, elaboran y ofrecen toda clase de servicios y viajes combinados para su afianzamiento. No pudiendo vender ni ofrecer su producto al usuario.

AAVV Minorista: comercializan el producto de los AAVV mayoristas vendiendo directamente al usuario turístico o proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y viajes combinados al turista, no pudiendo ofrecer ni comercializar sus productos a través de otros servicios.

Agencias de Viajes de Publicidad: las agencias de viajes aunque suele contar con mucho folletos publicitarios y promocionales suministrado por los operadores de tours, tienen a menudos la necesidad de hacer publicidad. Cuando este es el caso, las agencias de viajes concentras sus esfuerzos en dos grandes categoría, que dependerán del área donde operan.

Si lo hace en un país que reciben mucho turismo, orientarán su gesto publicitario hacia la información y venta de aquellos servicios que le serán de utilidad al viajero mientras visita el punto de destino. Es decir, es tratar de hacer su estadía lo más cómodas e interesantes posible, ofreciéndole, por ejemplo, facilidades de cambio de moneda, venta, de boletos para eventos locales, alquiler de autos, diseño de excursiones, etcétera.

Por otro lado, si la agencia de viajes tiene su negocio en zona que son grandes mercados turísticos, que genera corriente de turista hacia otros lugares, se inclinara hacia a venta de tours y servicios a quienes son clientes potenciales para viajar a otros lugares.

AAVV Mayoristas – Minoristas: pueden simular las actividades de los 2 grupos.

Atendiendo a la actividad que realizan pueden ser:

- AAVV emisoras, donde está la gente que tiene intención de viaje
- AAVV receptiva, está donde llega el turismo de masas
- AAVV emisora – receptiva, simultan las 2 actividades.

Atendiendo al Producto o al Mercado:

La amplia variedad de oferta turística unida a las ganas de viajar han obligado a pequeñas empresas a especializarse en determinados productos (viajes, trabajo, excursiones,) o se especializan en el sector del mercado de la 3ª edad, estudiante, deportistas.

Según el tráfico de viajeros:

Emisoras (outgoing)

Envían viajeros a áreas geográficas distintas del lugar donde se encuentra la propia agencia. En España el 56,3% de las agencias de viajes son emisoras.

Receptivas (incoming)

Se ocupan de atender o traer turistas de otras áreas geográficas, a pesar de que España es un destino turístico importante, sólo el 7,9% de las agencias son receptivas.

Dentro de estas hay varias modalidades:

- Las situadas en zonas de gran afluencia turística.
- Agencias de viajes grandes o medianas con departamentos receptores.

Emisoras - Receptivas.

Simultáneamente organizan el tráfico en ambos sentidos. El 35,8% de las agencias son de este tipo.

La decisión de quedarse un tipo u otro de agencia dependerá de la experiencia de los gestores de la agencia. A pesar de todo, conviene llevar a cabo un estudio de mercado, pues suele ser difícil lanzarse hacia un mercado receptivo sin contar con contactos previos en el mercado emisor extranjero.

Según el canal de distribución:

Agencias in – plant.

Se trata de pequeñas oficinas o dependencias que las agencias de viajes instalan en empresas clientes con el fin de que operen eficientemente los servicios que estas solicitan. Normalmente se trata de oficinas que cuentan con uno o dos empleados que están en constante contacto con los viajeros de la empresa. En el año 96 había 200 empresas de este tipo.

Agencias de viajes en franquicia.

Franquicia: sistema de colaboración entre dos empresas independientes en el que una, la franquiciadora, concede a la otra, la franquiciada, el derecho de explotar un negocio siguiendo unas técnicas comerciales uniformes. La franquiciadora aporta también la marca y la imagen corporativa, el saber hacer, los productos, la formación de los trabajadores, el plan de marketing y la gestión de las compras. La franquiciada pagará una cuota periódica a la franquiciadora.

Las agencias de viajes proporciona:

- Viajes de Vacaciones.
- Viajes doméstico independiente.
- Viaje sencillo.
- Viaje Sentimental.
- Viaje de todo incluido.
- Viajeros de tránsito.
- Viajero solitario.
- Viaje de familiarización.
- Viajes de incentivo.

PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

1. Se considerará prestación de servicios toda operación sujeta al Impuesto que, de acuerdo con esta Ley Foral, no tenga la consideración de entrega, adquisición intracomunitaria o importación de bienes.

Extracto tomado de José-Luis Ibarrola Navaz, economista

2. En particular se considerarán prestaciones de servicios:

1. El ejercicio independiente de una profesión, arte u oficio.
2. Los arrendamientos de bienes, industria o negocio, empresas o establecimientos mercantiles, con o sin opción de compra.
3. Las cesiones del uso o disfrute de bienes.
4. Las cesiones y concesiones de derechos de autor, licencias, patentes, marcas de fábrica y comerciales y demás derechos de propiedad intelectual e industrial.

5. Las obligaciones de hacer y no hacer y las abstenciones estipuladas en contratos de agencia o venta en exclusiva o derivadas de convenios de distribución de bienes en áreas territoriales delimitadas.
6. Las ejecuciones de obra que no tengan la consideración de entregas de bienes con arreglo a lo dispuesto en el artículo 8º de esta Ley Foral.
7. Los trasposos de locales de negocio.
8. Los transportes.
9. Los servicios de hostelería, restaurante o acampamento y las ventas de bebidas o alimentos para su consumo inmediato en el mismo lugar.
10. Las operaciones de seguro, reaseguro y capitalización.
11. Las prestaciones de hospitalización.
12. Los préstamos y créditos en dinero (*modificado por DF 8/2000, de 10.01.00, BON 20; del*).
13. El derecho a utilizar instalaciones deportivas o recreativas.
14. La explotación de ferias y exposiciones.
15. Las operaciones de mediación y las de agencia o comisión cuando el agente o comisionista actúe en nombre ajeno. Cuando actúe en nombre propio y medie en una prestación de servicios se entenderá que ha recibido y prestado por sí mismo los correspondientes servicios.

El suministro de productos informáticos cuando no tenga la condición de entrega de bienes, considerándose accesoria a la prestación de servicios la entrega del correspondiente soporte. En particular, se considerará prestación de servicios el suministro de productos informáticos que hayan sido confeccionados previo encargo de su destinatario conforme a las especificaciones de éste, así como aquellos otros que sean objeto de adaptaciones sustanciales necesarias para el uso por su destinatario

Es la prestación de obligaciones de hacer que realice una persona a favor de otra, cualquiera que sea el acto que le dé origen y el nombre o clasificación que a dicho nombre o clasificación que a dicho acto le den otras leyes.

Según C.P. José Aguirre Cortés

Servicios turísticos

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de alimentación**, cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de intermediación** en la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos.
- **Servicio de información**, cuando se facilite la información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de guía**, servicios prestados por guías profesionales, para interpretar el patrimonio natural y cultural.
- **Servicio de acogida** de eventos congresuales, convenciones o similares.

PRESTADORES DEL SERVICIO TURÍSTICO

Son prestadores del servicio turístico:

1. Las personas que realicen en el país actividades turísticas, tales como: guiatura, transporte, alojamiento, recreación, alimentación y suministro de bebidas, alquiler de buques, aeronaves y vehículos de transporte terrestre y cualquier otro servicio destinado al turista.
2. Las personas que se dediquen a la organización, promoción y comercialización de los servicios señalados en el numeral anterior, por cuenta propia o de terceros.
3. Las personas que se dediquen a prestar servicios de información, promoción, publicidad y propaganda, administración, protección, auxilio, higiene y seguridad de turistas, sin perjuicio de lo establecido en otras leyes.
4. Los profesionales del turismo y aquellas personas jurídicas que se dediquen a la prestación de servicios turísticos, según lo establezca el Reglamento respectivo.
5. Las personas que presten servicios gastronómicos de bares y similares que por sus características de oferta, calidad y servicio, formen parte de la oferta turística local, regional o nacional.

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

Para ver el gráfico seleccione la opción "Descargar" del menú superior

Empresas de alojamiento

Para ver el gráfico seleccione la opción "Descargar" del menú superior

Agencias de Turismo

Para ver el gráfico seleccione la opción "Descargar" del menú superior

Empresas turísticas de alimentación.

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 tienen las empresas prestatarias 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.

TURISMO

La palabra turismo se deriva del latín *tornus* (torno) y *tornare* (redondear, tornear, girar), y el sufijo *ismo* se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual

Según Manuel Ramírez Blanco, *Teoría General del Turismo*, Diana, México, 1992, pp. 29-30

En 1967, la Unión internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) definió al turismo como “la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales”

Extracto del acta de Antecedentes de la Organización Mundial de Turismo “Cursos de Estudios de Turismo de la UIOOT”, Tomo I, 1967, citado en Oscar de la Torre Padilla, *Turismo, fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, pp. 15-19

La OMT, durante su Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, revisó y actualizó sus conceptos estableciendo que “el turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros”. Esta definición fue adoptada por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas el 4 de marzo de 1993 y se utiliza para definir y clasificar las actividades turísticas internas e internacionales

“Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes”, Ottawa, Canadá, 1991, s.p. Organización Mundial del 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.

Conceptos: es 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.

El turismo es 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. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

Turismo Social: es el conjunto de relaciones y fenómenos que proviene de la participación en el campo del turismo de estrato sociales económicamente débiles, participación que se hace posible o se facilita por medidas de carácter bien definido, pero que implican un predominio de la vida de servicio y no la del lucro.

CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

Atendiendo al último concepto expuesto antes, clasificamos al turismo según 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.

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.

Clase Privilegiada: son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.

Características

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
- Utilización de los servicios guías, interpretes, etc.
- Utilización de los medios de transporte más rápidos.
- Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país.

Clase Bueguesa: son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.

Características:

- Invierten en turismo todos sus ahorros. Utilizan el automóvil propio.
- Servicios de primera categoría, pero no de lujo. Prefieren viajes a Forfait.
- Estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país visitado.
- Visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.

Clase Juvenil: son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

Características:

- Utilización de medios de transportes económicos.
- Alojamiento de tiendas de campaña, refugios, posadas y otros.
- Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.
- Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni interpretes.

Clase Popular: constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, la turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

Características:

- Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.
- Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.
- Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- Nula intervención de las agencias de viajes.

Cabe destacar que para este tipo de turistas se han creado una infinidad de ventajas que obedecen al desarrollo del Turismo Social en los países.

EFFECTOS DEL TURISMO

El fenómeno turístico mueve millones de personas en el mundo y tiene repercusiones de muy diversa índole.

Efectos económicos

Son muy relevantes debido al nivel de negocio que representa. Según la OMT el volumen de sector turístico en el 2003 ya representaba aproximadamente el 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios; Esta cifra representaba el 30% de la exportación de servicios. Estos flujos económicos debidos al turismo afectan tanto en términos macroeconómicos como microeconómicos tanto en las zonas emisoras como en las receptoras (aunque especialmente en éstas). Las repercusiones económicas del turismo se pueden clasificar en las siguientes:

2.4.2 Variable dependiente

PRACTICAS PRE-PROFESIONALES

DEFINICIÓN Y FINALIDAD

Según **Brandon C. Spencer** la práctica pre-profesional, es el ejercicio de las capacidades y actitudes adquiridas durante el proceso de formación, en situaciones reales de trabajo. Tiene carácter formativo.

OBJETIVOS Y CARACTERÍSTICAS

La práctica pre-profesional tiene como objetivos:

- Posibilitar a los estudiantes, la obtención de experiencias reales en un centro de trabajo.
- Vincular a los estudiantes con las empresas e instituciones públicas o privadas, a través del contacto directo en los procesos de su propia carrera profesional.
- Promover en los estudiantes, el aprendizaje y transferencia de nuevas tecnologías.
- Fomentar en los estudiantes la realización personal y social, así como, vivenciar el quehacer propio de la carrera profesional.

La práctica pre-profesional posee las siguientes características:

- Es integral, porque comprende todo el ámbito de la formación profesional del estudiante.
- Es sistemática, porque está organizada y se desarrolla en función de cada módulo técnico profesional.
- Es realista, porque posibilita al estudiante desenvolverse en situaciones reales de trabajo, en empresas e instituciones de su propio entorno socio económico y permite que adopte decisiones frente a contingencias imprevistas.

- Es participativa, porque intervienen diversos actores sociales: directivos, docentes, administrativos, comunidad y el sector productivo y de servicios.
- Gradual, porque permite al estudiante adquirir experiencias, que sucesivamente, le permitan actuar con mayor autonomía.

DURACIÓN Y ÁMBITOS DE LA PRÁCTICA PRE-PROFESIONAL

En el diseño curricular basado en competencias, con estructura modular, la formación está organizada en módulos, siendo el número de horas de cada módulo técnico profesional el referente para determinar la amplitud (duración) de la práctica pre-profesional a realizar.

El desarrollo de la práctica pre-profesional de los estudiantes tiene una duración como mínimo equivalente al 35% del total de horas de la formación recibida en cada módulo técnico profesional.

Para que el estudiante acceda a éste espacio de labor en la empresa, en la entidad universitaria respectiva, puede suscribir los convenios que considere necesarios.

La realización de la práctica pre-profesional puede tener lugar en los siguientes ámbitos:

- En la empresa o institución del sector privado ó público, donde se planifican, organizan, ejecutan y evalúan, de manera objetiva y económica, los procesos de producción de bienes o servicios.
- En la entidad universitaria respectiva, siempre que cuente con las instalaciones y desarrolle proyectos productivos, acorde con las prácticas del módulo.
- Autogestionaria, es aquella que realizan los estudiantes en talleres o laboratorios, en los que participan de manera independiente o asociados, para la producción de bienes o servicios

CONVALIDACIONES

De conformidad con la Cuarta Disposición Complementaria del Decreto Supremo N° 028-2007-ED, los estudiantes que participen en el desarrollo de las Actividades Productivas y Empresariales de las Instituciones de Educación Superior, podrán convalidar las horas de dichas actividades productivas con la práctica pre-profesional. La participación de los estudiantes en estas actividades productivas y empresariales, requiere la necesaria aprobación previa, por parte de la entidad universitaria, del respectivo proyecto productivo.

Los estudiantes que laboran en puestos de trabajo de empresas o instituciones, cuyas funciones y características coincidan con los contenidos de uno ó más módulos técnico profesionales de la carrera, podrán convalidar toda o parte de la práctica pre-profesional, que corresponda a un módulo técnico profesional, para lo cual, el estudiante presentará la documentación pertinente ante el Comité de Prácticas Pre-profesionales.

ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN

En cada Instituto Superior, se organizará el Comité de Prácticas Pre-profesionales y un registro que permita facilitar el record de practicas de cada estudiante.

Esta comité estará integrado por el subdirector académico o quien haga sus veces, quien la presidirá y los jefes de departamento.

El comité elaborará el Reglamento Interno de la práctica pre-profesional, el cual será aprobado por las autoridades. Asimismo, elaborará y autorizará todos los instrumentos necesarios para gestionar, supervisar, monitorear, evaluar e informar sobre la práctica pre-profesional.

De la empresa o institución

- Firmar los convenios para el desarrollo de las prácticas pre-profesionales.
- Coordinar con la entidad universitaria para la organización de la práctica pre-profesional, apoyar el desarrollo y el monitoreo correspondiente.
- Designar a un responsable para coordinar la ejecución de las prácticas pre-profesionales.
- Aceptar el plan de práctica, conjuntamente con el responsable
- Recoger y registrar evidencias de las competencias mostradas por el practicante.
- Emitir informe valorativo de cada practicante, al finalizar el período de práctica pre-profesional.
- Otorgarle la respectiva constancia de prácticas al estudiante expresado en horas.

De los estudiantes

- Cumplir con el desarrollo del plan de práctica pre-profesional aprobado.
- Actuar en forma responsable y respetuosa en el entorno del trabajo e integrarse en el sistema de relaciones socio-laborales de la empresa.
- Cumplir con las normas higiénico-sanitarias, de seguridad y medio ambientales en la empresa.
- Contribuir al rendimiento productivo de la organización
- Elaborar y presentar el informe de práctica pre-profesional realizada.
- Cumplir con las normas administrativas de la empresa.

SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN

La supervisión y monitoreo de la práctica pre-profesional, que desarrolle cada estudiante, estará a cargo de un docente de la carrera profesional respectiva, quien elaborará el plan de ejecución supervisión y monitoreo, presupuesto correspondiente y el informe final de la ejecución.

Los docentes encargados de la supervisión y monitoreo de la práctica pre-profesional, efectuarán visitas programadas a las empresas e instituciones , en las cuales los estudiantes realizan su práctica; recabarán la información necesaria sobre el estudiante a su cargo.

La evaluación de la práctica pre-profesional, debe permitir la comprobación de las capacidades adquiridas. Será cualitativa y es realizada por la persona a cargo de la supervisión de la propia empresa, institución o proyecto productivo en de la entidad universitaria. En el caso de la práctica pre-profesional autogestionaria, donde los estudiantes actúan en ambientes propios o asociados, será autorizada y monitoreada por los responsables de la respectiva carrera profesional.

La evaluación cualitativa, se sustenta en los logros obtenidos para consolidar capacidades y actitudes adquiridas en el proceso formativo, para lo cual se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

- Organización y ejecución del trabajo
- Capacidad técnica y empresarial
- Cumplimiento en el trabajo
- Calidad en la ejecución.
- Trabajo en equipo
- Iniciativa

La ponderación de los logros obtenidos será cualitativa y realizada por la persona a cargo de la supervisión en la empresa y/o proyecto de producción, utilizando la siguiente escala:

- A Muy Buena
- B Buena
- C Aceptable
- D Deficiente

Los estudiantes que obtengan la ponderación D, “deficiente”, deben volver a realizar la práctica pre-profesional.

FORMACIÓN ACADÉMICA

La formación académica se entiende todos aquellos estudios y aprendizajes encaminados a la inserción, reinserción y actualización laboral, cuyo objetivo principal es aumentar y adecuar el conocimiento y habilidades de los actuales y futuros trabajadores a lo largo de toda la vida.

Según el Dr. Ronald Gibson

Para ello, y dependiendo de la especificidad de cada país, suelen encontrarse tres subsistemas de formación profesional:

- **Formación académica Específica (FPE) o Inicial:** destinada, en principio, al colectivo de alumnos del sistema escolar que decide encaminar sus pasos hacia el mundo laboral, cuyo objetivo es la inserción laboral.
- **Formación académica Ocupacional (FPO):** destinada al colectivo que en ese momento se encuentra desempleado, cuyo objetivo es la reinserción laboral de la persona.
- **Formación académica Continua (FTE):** destinada al colectivo de trabajadores en activo, cuyo objetivo es la adquisición de mayores competencias que le permitan una actualización permanente del trabajador al puesto de trabajo que desempeña u optar a otro, lo que en definitiva se resume como un aumento de su empleabilidad.

Sistema educativo

El Sistema Educativo o Sistema de Enseñanza puede ser considerado un subsistema social, integrado, junto con otros subsistemas (familiar, ocio/consumo, de trabajo o vida activa) en el amplio sistema social, sometido a sus reglas de juego y exigencias y a la vez prestando un amplio e importante servicio a sus ciudadanos.

Según Román Reyes (Dir): *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales*

El **sistema escolar** es un conjunto de elementos interrelacionados con un fin determinado; en el caso del sistema educativo, el fin es educar de una manera uniforme a todos los alumnos y los elementos principales son: instituciones educativas y normas.

Según Fernandez de Castro, I. y EDE: (1988)

El sistema educativo es una creación del ser humano que tiene como objetivo principal permitir que una gran parte de la sociedad, si no toda, reciba el mismo tipo de educación y formación a lo largo de su vida. El sistema educativo tiene además otras funciones tales como la socialización de los individuos y diferentes opciones de capacitación para enfrentar posteriormente el mundo laboral.

Según Fernandez De Castro, I. y colectivo de investigadores: (1990)

Organización

El sistema educativo posee unas finalidades, y una organización y estructura propias para desarrollar el currículum que diseñe, desde una concepción más amplia el sistema educativo abarca no sólo a la escuela sino a todos los medios sociales que influyen en la educación

Por sistema educacional se entiende la forma en la cual se organiza la educación formal y sus diferentes niveles en un determinado país. Para cada nivel se definen las exigencias de ingreso y egreso, currículum de cada nivel o según lo definido por cada institución en el caso de la educación superior. Por lo general los niveles educacionales están determinados por actos legislativos (leyes) o ejecutivos (decretos y reglamentos) en cada país, en menor o mayor detalle.

Un sistema educacional distingue por lo general los siguientes niveles:

- Educación preescolar
- Educación primaria (de carácter obligatorio en la mayoría de los países)
- Educación secundaria
- Educación superior

Educación preescolar

Es el nombre que recibe el ciclo de estudios previos a la educación primaria obligatoria establecida en muchas partes del mundo. En algunos lugares es parte del sistema formal de educación y en otros como un centro de cuidado o guardería.

En cada país del mundo existe este sistema educativo como una institución establecida aunque en cada uno de ellos se le conoce de diversas formas tales como guardería, jardín de infancia, jardín infantil, educación infantil, parvulario, kínder, *kindergarten*, jardín de infantes, etc.

La edad de los niños que asisten tienen entre 3 y 6 años, aprenden la forma de comunicarse, jugar e interactuar con los demás apropiadamente. Una maestra le ofrece varios materiales para manipular y realizar actividades que motiven a los niños a aprender el lenguaje y el vocabulario de las palabras, matemáticas, ciencias, idiomas extranjeros y computación, así también como arte, música y conducta social.

Educación primaria

La educación primaria (también conocida como educación básica, enseñanza básica, enseñanza elemental, estudios básicos o estudios primarios) es la que asegura la correcta alfabetización, es decir, que enseña a leer, escribir, cálculo básico y algunos de los conceptos culturales considerados imprescindibles. Su finalidad es proporcionar a todos los alumnos una formación común que haga posible el desarrollo de las capacidades individuales motrices, de equilibrio personal; de relación y de actuación social con la adquisición de los elementos básicos culturales; los aprendizajes relativos mencionados anteriormente.

La educación primaria, también conocida como la educación elemental, es la primera de seis años establecidos y estructurados de la educación que se produce a partir de la edad de cinco o seis años a aproximadamente 12 años de edad. La mayoría de los países exigen que los niños reciban educación primaria y en muchos, es aceptable para los padres disponer de la base del plan de estudios aprobado.

Es el primer paso para la educación secundaria y superior. En la mayoría de países constituye un estadio obligatorio y se imparte en escuelas o colegios. Los niños deben comenzar la educación primaria coincidiendo con el año natural en el que cumplen 6 años y normalmente finalizan a los 12.

Educación secundaria

La educación secundaria (también se denomina *educación media*, *segunda enseñanza*, *enseñanza secundaria*, *enseñanza media* ó *estudios medios*) es la que tiene como objetivo capacitar al alumno para proseguir estudios superiores o bien para incorporarse al mundo laboral. Al terminar la educación secundaria se pretende que el alumno desarrolle las suficientes habilidades, valores y actitudes para lograr un buen desenvolvimiento en la sociedad. En particular, la enseñanza secundaria debe brindar formación básica para responder al fenómeno de la universalización de la matrícula; preparar para la universidad pensando en quienes

aspiran y pueden continuar sus estudios; preparar para el mundo del trabajo a los que no siguen estudiando y desean o necesitan incorporarse a la vida laboral; y formar la personalidad integral de los jóvenes, con especial atención en los aspectos relacionados con el desempeño ciudadano.

Puede ser una educación secundaria común para todos los alumnos o diversificada en vías formativas según las salidas posteriores.

Las modalidades, a la vez, pueden tener diversas especializaciones y orientaciones que te permiten formarte en temas específicos.

Por ejemplo, en la educación técnico profesional, se prepara mayoritariamente para el trabajo después de abandonar la escuela secundaria, en esta modalidad se entrena al alumno para que aprenda una carrera técnica o industrial. secundaria mexicana ofrece diversas modalidades de atención: GENERAL, TECNICA, TELESECUNDARIA Y PARA TRABAJADORES

Educación superior

La expresión educación superior (o enseñanza superior o estudios superiores) se refiere al proceso, los centros y las instituciones educacionales que están después de la educación secundaria o media. En ella se puede obtener una titulación superior (o título superior).

Según Barnett, R. (2002): "Claves para entender la universidad. En una era de supercomplejidad". Madrid: Pomares

Por lo general el requisito de ingreso del estudiante a cualquier centro de enseñanza superior es tener 18 o 20 años como mínimo, lo que supone que se han completado la educación primaria y la educación secundaria antes de ingresar. Es común que existan mecanismos de selección de los postulantes basados en el rendimiento escolar de la secundaria o exámenes de selección. Según el país, estos exámenes pueden ser de ámbito estatal, local o universitario. En otros sistemas, no

existe ningún tipo de selección. Cabe destacar también que cada vez más instituciones de enseñanza superior permiten, o incluso animan, el ingreso de personas adultas sin que hayan tenido necesariamente éxito en la educación secundaria; esto se aplica sobre todo a las universidades abiertas.

Preparación que brinda

La preparación que brinda la educación superior es de tipo profesional o académica. Se distingue entre estudios de pregrado, grado (carrera universitaria) y posgrado (Máster y Doctorado) según el sistema de titulación profesional y grados académicos. Los establecimientos de educación superior han sido tradicionalmente las universidades, pero además se consideran otros centros educacionales como institutos, escuelas profesionales o escuelas técnicas, centros de formación del profesorado, escuelas o institutos politécnicos, etc. (las denominaciones dependen del sistema educacional del país en particular).

La educación Superior es el cuarto nivel del sistema educativo y comprende la formación profesional. Se imparte en las Universidades, Pedagógicos, Colegios o Institutos Universitarios e Institutos de Formación de Oficiales de las Fuerzas Armadas y en los Institutos Superiores de Formación de Ministros de Cultos.

**Según Pedro García-Alonso Montoya y Rafael Carrasco Polaino
Universidad Complutense de Madrid**

2.5 Hipótesis

Las Agencias de Viajes inciden positivamente en el desarrollo de las prácticas Pre-profesionales de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato

2.6 Señalamiento de variables

Variable Dependiente: Las practicas Pre-profesionales

Variable Independiente: Las Agencias de Viajes

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

El enfoque utilizado es cuanti-cualitativo, en consideración de la necesidad de utilizar técnicas cuantitativas y cualitativas que permitan obtener resultados los mismos que se evidencien en valores porcentuales. Dichos resultados se consideraran de la percepción de la comunidad frente a la problemática estudiada, además de cualificar criterios de los encuestados

3.2 Modalidad Básica De La Investigación

Se aplico la investigación de campo, debido a que el estudio sistemático se lo realizo in situ, con relación a las agencias de viajes y las practicas pre-profesionales, el contacto tomado con la realidad permitió obtener suficiente información, misma que fue necesaria para la consecución de los resultados esperados.

Vale resaltar que se tomó como base teórica aspectos relacionados con la información científica sobre las agencias de viajes y las practicas pre-profesionales, con lo que se hizo investigación documental y bibliográfica durante el proceso

3.3 Nivel O Tipo De Investigación

La presente investigación es de tipo exploratorio debido a que el investigador no considera necesario responder a las interrogantes de forma extensa para corroborar la hipótesis.

3.4 Población Y Muestra

La Carrera de Hotelería y Turismo posee alrededor de 320 estudiantes Y para poder hacer esta investigación es necesario establecer una muestra aplicando la siguiente fórmula:

$$N = \frac{Z^2 * P * Q * n}{Z^2 * P * Q + N e^2}$$

En donde:

N: tamaño de muestra

Z: nivel de confiabilidad

P: probabilidad de que ocurra

Q: probabilidad de que no ocurra

n: población

e: error de muestreo

y reemplazando los valores:

$$N = \frac{(0.95)^2 * 0.5 * 0.5 * 320}{(0.95)^2 * 0.5 * 0.5 + 320 (0.05)^2}$$

$$N = \frac{72,2}{0,225625 + 0,8}$$

$$N = 70$$

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro #1
Elaborado por: Alfredo Navas

Variable dependiente: Prácticas Pre-profesionales					
Conceptualización	Subtemas	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
Es el ejercicio de las capacidades y actitudes adquiridas durante el proceso de formación, en situaciones reales de trabajo	Capacidades Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en administración de Agencia de Viajes • Comunicación asertiva • Relaciones humanas • Empatía • responsabilidad • tolerancia • respeto 	<p>1) ¿A recibido UD. capacitación en administración de agencias de viajes? Si___ No___ Porqué</p> <p>2) ¿Piensa UD. que la comunicación asertiva es parte fundamental para el manejo de una Agencia de Viajes? Si___ No___ Porqué</p> <p>3) ¿Considera que la realización de Prácticas pre-profesionales en una Agencia de Viajes a portara a la formación académica de un estudiante? Si___ No___ Porqué</p> <p>4)¿Las Agencias de Viajes presentan facilidades para la realización de las practicas Pre-profesionales ? Si___ No___ Porqué</p>	Encuesta	Cuestionario

Variable independiente: Las Agencias de viajes					
Conceptualización	Subtemas	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
Empresa que se especializa en diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero	Tipos de servicio Viajero	alojamiento arrendamiento de carros paquetes turísticos Venta tiques aéreos Extranjero Nacionales	1) ¿Considera UD. que los servicios que ofertan las Agencias de viajes en la ciudad de Ambato son aceptables? Si___ No___ Porqué 2) ¿Considera UD. que el turismo interno es el más desarrollado en la ciudad de Ambato? Si___ No___ Porqué 3) ¿Cree UD. que la población local se vincula a las actividades enlazadas al turismo interno? Si___ No___ Porqué	Encuesta	Cuestionario

Cuadro #2
Elaborado por: Alfredo Navas

3.6 Plan De Procesamiento De La Información

3.6.1 Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de datos se tendrán en cuenta algunos aspectos tales como:

1. Revisión crítica de la información recogida; es decir, limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no permite, etc.
2. Repetición de la información, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación
3. Tabulación o cuadros
4. Estudio estadístico de datos para la presentación de resultados
5. Interpretación cualitativa de la información

3.6.2 Análisis e interpretación de datos

Los aspectos e desarrollar para el análisis e interpretación de resultados serán los siguientes:

1. Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis
2. Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente
3. Comprobación de hipótesis, mediante la aplicación de un modelo preestablecido
4. Establecimiento de conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de hotelería y turismo

Pregunta N. 1

¿Considera que la realización de Prácticas pre-profesionales en una Agencia de Viajes aportará a la formación académica de un estudiante?

Si__ No__ ¿Por qué?__

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	68	97%
No	2	3%
Total	70	100%

Cuadro # 3
Elaborado por: Alfredo Navas

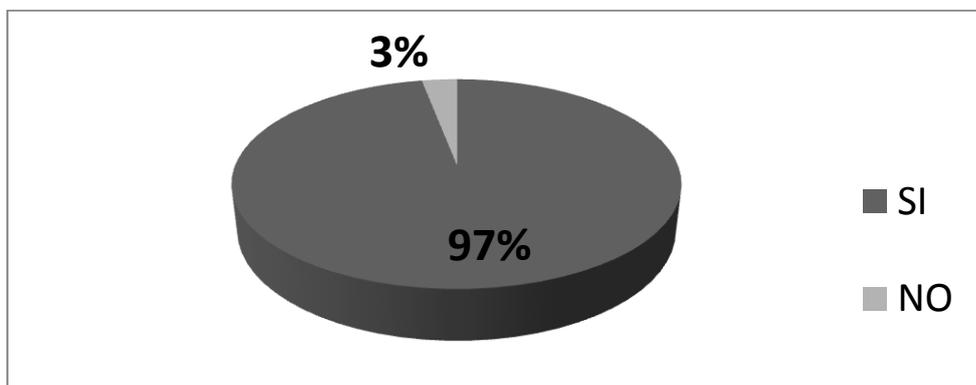


Gráfico # 3
Elaborado por: Alfredo Navas

Análisis

De 70 encuestas realizadas 97% de los estudiantes considera que la realización de Prácticas pre-profesionales en una Agencia de Viajes aportara a la formación académica de un estudiante 3% considera que la realización de Prácticas pre-profesionales en una Agencia de Viajes no aportara a la formación académica de un estudiante

Interpretación

Según los resultados obtenidos se tienen que la formación académica de los estudiantes se vera fortalecido si se realiza las Prácticas- pre-profesionales en una Agencia de Viajes debido a que los conocimientos que poseen los estudiantes son solamente teóricos y necesitan aplicarlos para incrementar su desenvolvimiento en una área de trabajo

Pregunta N. 2

¿Las Agencias de Viajes presentan facilidades para la realización de las prácticas Pre-profesionales?

Si____ No____ Porqué_____

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	46%
No	38	54%
Total	70	100%

Cuadro # 4
Elaborado por: Alfredo Navas

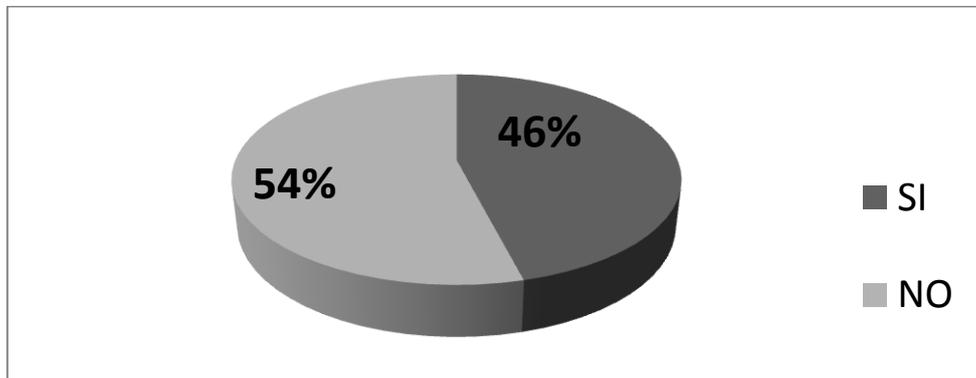


Grafico # 4
Elaborado por: Alfredo Navas

Análisis

De 70 encuestas realizadas 46% de los estudiantes dice que las Agencias de Viajes presentan facilidades para la realización de las prácticas Pre-profesionales, mientras que el 54 % dice las Agencias de Viajes no presentan facilidades para la realización de las prácticas Pre-profesionales

Interpretación

De los resultados obtenidos se tiene que una parte de las Agencias de Viajes en la ciudad de Ambato prestan sus instalaciones para que los estudiantes realicen sus prácticas pre-profesionales, pero muchas de las veces los pasantes solamente se dedican a realizar otras tareas que no enriquecen los conocimientos y no ayuda a la aplicación de los conocimientos teóricos. Mientras la otra parte de Agencias de Viajes simplemente no dan apertura o no existen convenios con la Universidad; por lo que es necesario la creación de un espacio donde los estudiantes realicen sus Practicas

Pregunta N. 3

¿Considera UD. que los servicios que ofertan las Agencias de viajes en la ciudad de Ambato son aceptables?

Si___ No___ Porqué

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	69%
No	22	31%
Total	70	100%

Cuadro # 5
Elaborado por: Alfredo Navas

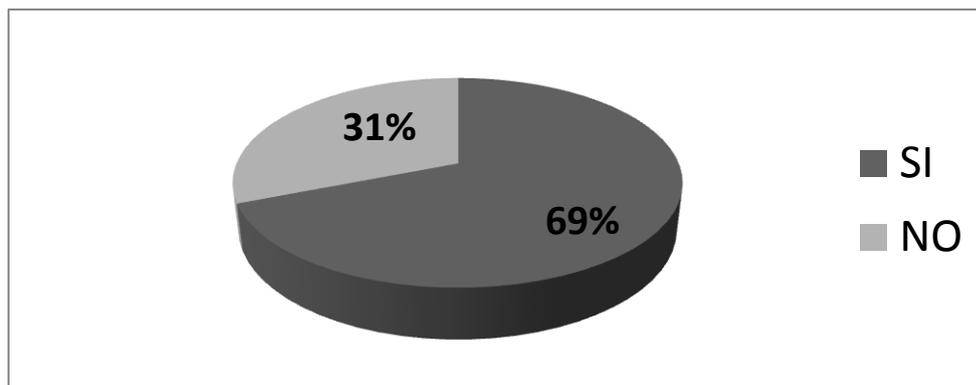


Grafico # 5
Elaborado por: Alfredo Navas

Análisis

De 70 encuestas realizadas 69% considera que los servicios que ofertan las Agencias de viajes en la ciudad de Ambato son aceptables, mientras que el 31 % considera que los servicios que ofertan las Agencias de viajes en la ciudad de Ambato no son aceptables

Interpretación

De los resultados obtenidos se tiene que un gran número de Agencias de Viajes en la ciudad de Ambato prestan servicios que son catalogados como aceptables para los encuestados debido a que en Ambato existen muchas Agencias de Viajes de las cuales una gran parte poseen las instalaciones adecuadas, además de que el servicio al cliente es muy bueno, y mientras que la otra parte de agencias de Viajes son consideradas como deficientes en cuanto a instalaciones personal y servicio al cliente

Pregunta N. 4

¿Considera UD. que el turismo interno es el más desarrollado en la ciudad de Ambato?

Si ___ No ___ Porqué

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	29%
No	50	71%
Total	70	100%

Cuadro # 6
Elaborado por: Alfredo Navas

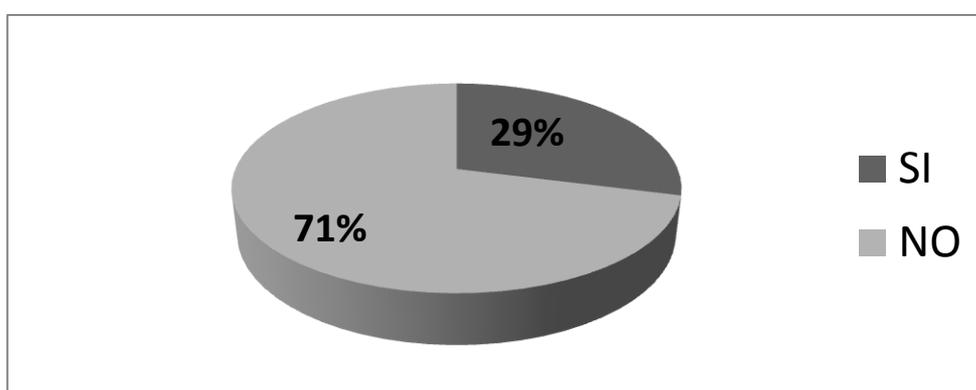


Grafico #6
Elaborado por: Alfredo Navas

Análisis

De 70 encuestas realizadas 29% de los estudiantes considera que el turismo interno es el más desarrollado en la ciudad de Ambato, mientras que el 71% no considera que el turismo interno es el más desarrollado en la ciudad de Ambato

Interpretación

De los resultados obtenidos se tiene el turismo interno no es el mas desarrollado en la ciudad de Ambato, debido a que los turistas prefieren realizar viajes a otros países por la gran promoción que se los da , esto llama la atención de los turistas y hace que prefieran otros países antes que el Ecuador .La poca publicidad y promoción de nuestro país hace también que muchos de los turistas desconozcan de los atractivos que posee y también de cómo llegar a visitarlos.

En la provincia de Tungurahua se cuenta con atractivos que en la actualidad están siendo difundidos por parte de los gobiernos seccionales y organismos que tienen a cargo la actividad turística

Pregunta N. 5

¿Cree UD. que la población local se vincula a las actividades enlazadas al turismo interno?

Si___ No___ Porqué___

alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	26%
No	52	74%
Total	70	100%

Cuadro # 7
Elaborado por: Alfredo Navas

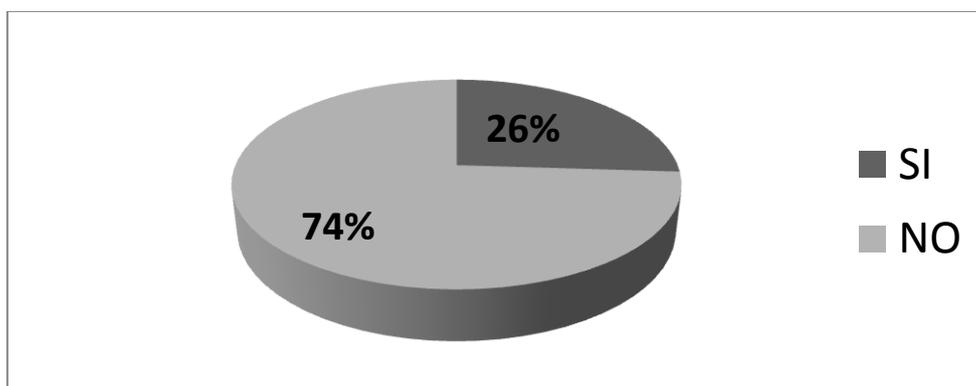


Grafico # 7
Elaborado por: Alfredo Navas

Análisis

De 70 encuestas realizadas el 26% de los estudiantes cree que la población local se vincula a las actividades enlazadas al turismo interno, mientras que el 74% cree que la población local no se vincula a las actividades enlazadas al turismo interno

Interpretación

De los resultados obtenidos se tiene que la población local no se vincula a las actividades enlazadas con el turismo interno debido a que el turismo interno no es muy explotado y existen pocas actividades en la que los ambateños se pudieran relacionar con el mismo o también se desconocen por la poca promoción o falta de interés por parte de los ciudadanos Ambateños, lo que nos indica que con una adecuada promoción de los atractivos locales el turismo interno podría desarrollarse en la zona

4.2 Verificación De La Hipótesis

1.-Planteamiento de la Hipótesis

H0. Las Agencias de Viajes **NO** inciden en el desarrollo de las prácticas Pre-profesionales de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato en el periodo noviembre 2010 – marzo 2011

H1. Las Agencias de Viajes **SI** inciden en el desarrollo de las prácticas Pre-profesionales de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato en el periodo noviembre 2010 – marzo 2011

2.-Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de $\alpha = 0.01$

3.-Descripción de la población

Se ha tomado como referencia para la investigación de campo una muestra de los estudiantes de la Carrera de Hotelería y Turismo

Muestra de estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo	Porcentaje
70	100%

Cuadro #8
Elaborado por: Alfredo Navas

4.- Especificación del Estadístico

Es necesario mencionar que para la verificación de las hipótesis se expresara un cuadro de contingencia de 4 filas por 2 columnas con el cual se determinara las frecuencias esperadas mediante la siguiente fórmula:

$$x^2 = \frac{\sum(O - E)^2}{\sum}$$

x^2 = Chi o Ji cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Frecuencias observadas

E = Frecuencias esperadas

5.- Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Para decidir sobre estas regiones primeramente determinamos los grados de libertad conociendo que el cuadro está formado por 4 filas y 2 columnas

$$gl = (f - 1)(c - 1)$$

$$gl = (4 - 1)(2 - 1)$$

$$gl = (3)(1)$$

$$gl = 3$$

Entonces con 3 gl y un nivel de 0.01 tenemos en la tabla de χ^2 el valor de 11.345 por consiguiente se acepta la hipótesis nula para todo valor de χ^2 cuadrado que se encuentre hasta el valor de 11.345 y se rechaza la hipótesis nula cuando los valores calculados son mayores de 11.345. La presentación gráfica sería:

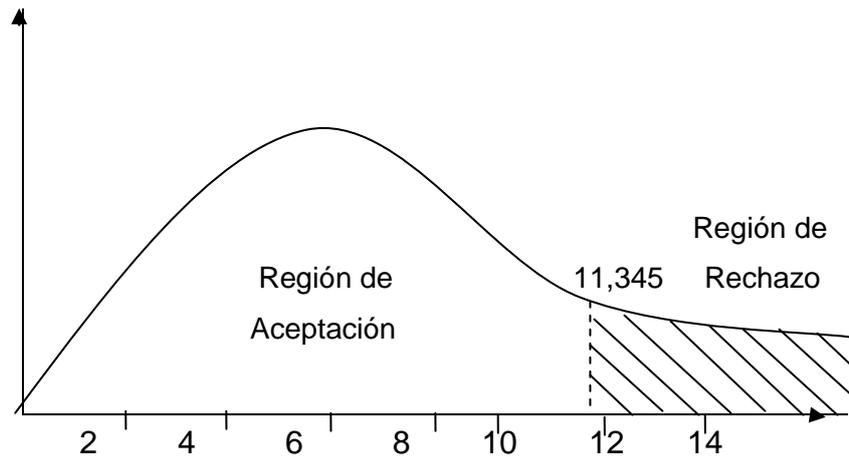


Grafico #8
Elaborado por: Alfredo Navas

6.-Recoleccion de datos y cálculo del estadístico

PREGUNTAS	FRECUENCIAS OBSERVADAS		
	CATEGORIAS		SUBTOTAL
	SI	NO	
3.- ¿Considera que la realización de prácticas Pre-profesionales en una Agencia de Viajes aportaría a la formación académica?	68	2	70
4.- ¿Las Agencias de Viajes en la ciudad de Ambato prestan facilidades para la realización de las Prácticas pre-Profesionales?	32	38	70
1.- ¿Considera que los servicios que aportan las Agencias de Viajes en la ciudad de Ambato son aceptables?	48	22	70
2.- ¿Considera Ud. que el turismo interno es el más desarrollado en la ciudad de Ambato?	20	50	70
SUBTOTAL	168	112	280

Cuadro #9
Elaborado por: Alfredo Navas

Frecuencias Esperadas	
$(168*70)/280=$	42
$(112*70)/280=$	28

Cuadro #10
Elaborado por: Alfredo Navas

PREGUNTAS	FRECUENCIAS ESPERADAS		
	CATEGORIAS		SUBTOTAL
	SI	NO	
¿Considera que la realización de prácticas Pre-profesionales en una Agencia de Viajes aportaría a la formación académica?	42	28	70
3.- ¿Las Agencias de Viajes en la ciudad de Ambato prestan facilidades para la realización de las Prácticas pre-Profesionales?	42	28	70
4.- ¿Considera que los servicios que aportan las Agencias de Viajes en la ciudad de Ambato son aceptables?	42	28	70
5.- ¿Considera Ud. que el turismo interno es el que más se desarrolla en la ciudad de Ambato?	42	28	70
SUBTOTAL	168	112	280

Cuadro #11
Elaborado por: Alfredo Navas

Calculo del Ji Cuadrado

O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
68	42	26	676	16,109
2	28	-26	676	24,142
32	42	-10	100	2,380
38	28	10	100	3,571
48	42	6	36	0,857
22	28	-6	36	1,285
20	42	-22	484	11,523
50	28	22	484	17,285
280	280			77.152

Cuadro #12
Elaborado por: Alfredo Navas

7.- Decisión

Para 3 grados de libertad a un nivel 0.01 se obtiene en la tabla 11.345 y como el valor del Ji cuadrado es 77.152 se encuentra fuera de la región de aceptación, entonces se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice: ***“Las Agencias de Viajes SI inciden en el desarrollo de las prácticas Pre-profesionales de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato en el periodo noviembre 2010 – marzo 2011”***

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La educación que demanda el contexto en la actualidad establece parámetros de formación académica más exigentes que le permitan al estudiante como profesional competir en el mercado con eficiencia, efectividad y eficacia
- Si bien Agencias de Viajes en Ambato prestan sus instalaciones para que los estudiantes realicen sus prácticas Pre-profesionales; los estudiantes realizan actividades poco constructivas para su formación profesional en dichas empresas
- La formación académica de los estudiantes se verá fortalecida gracias a la realización de las prácticas Pre. Profesionales en una Agencia de Viajes dirigida por la universidad.
- La universidad Técnica de Ambato debe crear una Agencia de Viajes en sus predios que permita el desarrollo de destrezas y capacidades de los futuros profesionales de Hotelería y Turismo a través de una práctica mas continua, permanente y monitoreada por parte de los docentes y autoridades

5.2 Recomendaciones

- Fomentar la interrelación de los estudiantes con el ámbito laboral para lograr una formación profesional q cumpla las expectativas externas
- Se requerirá de un reglamento que controle las actividades desempeñas durante la realización de las Practicas Pre-profesionales
- La Universidad Técnica de Ambato debe generar un espacio en el cual los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo pongan en práctica los conocimientos adquiridos
- Diseñar un plan operativo para la creación de una Agencia de Viajes

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos

Título:

Plan operativo para la creación de una Agencia de Viajes de prácticas Pre-profesionales en la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato, en el periodo 2011

Institución Ejecutora: Universidad Técnica de Ambato

Localización Geográfica: Ciudadela Universitaria – Predios de Huachi

Beneficiarios: Estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato

Duración del proyecto: 1 año

Fecha estimada de inicio: Marzo 2011

Fecha estimada de finalización: Agosto 2011

6.2 Antecedentes de la propuesta

Ciertas Agencias de viajes en la ciudad de Ambato prestan sus instalaciones para que los estudiantes realicen sus prácticas Pre- profesionales, pero no son de mucho aporte, ya que las actividades que desempeñan no enriquecen sus conocimientos y refuerzan su desenvolvimiento en el mundo laboral.

La formación académica se verá afectada si los estudiantes no aplican los conocimientos adquiridos en clases a la vida profesional y posteriormente se crearán vacíos que perjudicaran a los mismos y a la imagen de la carrera por crear deficientes profesionales que no cumplen las expectativas que van acorde con las exigencias de las empresas que hoy en día requieren de excelentes profesionales.

En la actualidad la Carrera de Hotelería y Turismo no posee un espacio propio donde los estudiantes pueden realizar sus prácticas Pre-profesionales, es decir que a la par marchen en conjunto la parte teórica y la parte práctica dentro de la misma casona universitaria con la presencia de los docentes que guiarían permanentemente el desempeño laboral del futuro profesional.

En la actualidad algunas universidades están optando por establecer sus propias áreas tales como restaurantes, laboratorios, hoteles, agencias de viajes, donde los estudiantes puedan aplicar sus conocimientos teóricos sin tener que depender de terceras instituciones que en ocasiones no ofrecen lo que el estudiante requiere para aprender funcionamiento de la área en la que se desenvuelva.

Los estudiantes tendrán un rol muy importante ya que con ayuda de ellos se tratará de concientizar a las autoridades de la carrera en la necesidad de crear una agencia de viajes para las prácticas Pre-Profesionales, todo esto se realizará mediante charlas con las autoridades y además de conseguir apoyo de consejo universitario será una de las pautas para crear este plan operativo.

6.3 Justificación

En función de fortalecer la educación impartida en la carrera de Hotelería y Turismo la importancia de la creación de una Agencia de Viajes abriría las puertas a los estudiantes, aportando así al desarrollo académico de los estudiantes y reforzando vacíos que muy probablemente en el espacio laboral se hagan notorios.

La universidad Técnica de Ambato se verá favorecida en la creación de una agencia de Viajes ya que la misma servirá para relucir la imagen que posee atrayendo más estudiantes a la carrera y adornando sus predios universitarios

La Agencia de Viajes para las Practicas Pre-Profesionales garantizara la formación académica de los estudiantes a través de las diferentes ocupaciones que se les asignara y a su vez brindara un servicio de calidad a la sociedad

Esta implementación podrá servir a las siguientes generaciones de estudiantes que cada vez pulirán sus habilidades y eliminaran sus defectos obteniendo así cada vez profesionales más capacitados y listos para la vida laboral

Para la realización de este proyecto se necesitara el ciento por ciento de apoyo por parte de los estudiantes y autoridades tanto de la carrera como de la universidad, teniendo también la posibilidad de asociarnos con terceras instituciones que ayuden a la viabilidad de este proyecto

6.4 Objetivos

General

- Diseñar un plan operativo para la creación de una Agencia de Viajes de prácticas Pre-profesionales en la carrera de Hotelería y Turismo

Específicos

- Definir las partes del plan operativo a seguir
- Establecer líneas de acción para el desarrollo del plan operativo para la creación de una Agencia de Viajes de prácticas Pre-profesionales
- Concientizar en los actores involucrados la necesidad de desarrollar practicas Pre-Profesionales en una agencia de viajes dirigida por la Universidad para lograr estándares de calidad y gestión del proceso productivo y de servicio

6.5 Análisis de factibilidad

Factor Académico.- Académicamente hablando esta propuesta enriquecerá la formación académica de los estudiantes mediante la aplicación de lo teórico en las actividades a realizar durante las prácticas Pre-profesionales

Factor Económico Financiero.- La siguiente propuesta requiere de una moderada inversión la cual será aportada por el investigador.

A continuación el detalle de todos los gastos:

Rubros	Estimado
Transporte	5.00
Internet	5.00
Solicitudes	3.20
Impresiones	10.00
Total	\$23.20

Factor Social.- Dos tipos de sociedades se verán beneficiadas con este proyecto, la sociedad universitaria que se fortalecerá académicamente y la sociedad Ambateña que gozará de los servicios que ofrezca la Agencia de Viajes

Factor Organizacional.- Estamos organizados con la Universidad Técnica de Ambato que y con los estudiantes de la Carrera de Hotelería y Turismo.

6.6 Fundamentación

El Plan Operativo es un instrumento de gestión muy útil para cumplir objetivos y desarrollar la organización. Permite indicar las acciones que se realizarán, establecer plazos de ejecución para cada acción, definir el presupuesto necesario, y nombrar responsables de cada acción. Permite además, realizar el seguimiento necesario a todas las acciones y evaluar la gestión según se planifique. Este Plan permite planificar y organizar el trabajo en función a las necesidades y posibilidades de la organización.

El plan operativo tiene las siguientes partes:

Objetivos Específicos:

Son los resultados que se desean alcanzar en el año respectivo. Pueden ser dos o más objetivos.

Actividades y Metas:

Se determinan las actividades que se realizarán para lograr los objetivos propuestos, señalando la meta a cumplirse en cada caso.

Tiempo de Ejecución:

Señala los plazos en que se cumplirán cada una de las acciones programadas.

Responsabilidades:

Se designan los responsables de las acciones.

CASTRO M. Fernando. (2001). El Proyecto de investigación y su esquema de elaboración. Colson C.A, Caracas.

6.7 Metodología Modelo Operativo

Para llevar a ejecución la propuesta “Diseño del plan operativo anual para la creación de la agencia de viajes para las practicas pre-profesionales” se establecerá tres líneas de acción que permitirán su operativización

PLAN OPERATIVO

LINEA DE ACCIÓN 1: Implementación logística					
OBJETIVOS	Fases ACTIVIDADES	Actividades METAS	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLES
Establecer los recursos humanos, materiales, económicos y de infraestructura que se requieren para la implementación de la agencia de viajes de prácticas Pre-profesionales	Sensibilizar en los actores involucrados la necesidad de implementar la agencia de viajes para las practicas pre-profesionales	90% de actores de la UTA sensibilizados en la necesidad de implementar la Agencia de viajes para las Practicas Pre-Profesiones hasta junio del 2011	Humanos: <ul style="list-style-type: none"> • Autoridades de la UTA y de la Facultad de Hotelería y Turismo • Estudiantes 	de Marzo a Diciembre 2011	Alfredo Navas
	Gestionar ante las autoridades la consecución de los recursos necesarios para la implementación	Autoridades apoyando con el 80% de recursos Para la implementación	Humanos: <ul style="list-style-type: none"> • Docentes de la facultad • Estudiantes de 6to semestre de Hotelería y Turismo 		Autoridades de la UTA de la Facultad Alfredo Navas

	Implementación de la Agencia de viajes	Agencia de Viajes con un 80% de implementación hasta finales del 2011	Materiales: <ul style="list-style-type: none"> • Tecnológicos • Equipamientos • Mobiliario Infraestructura: <ul style="list-style-type: none"> • Oficina de 6 x 5 metros (interna o externa a la UTA) 		Autoridades de la UTA de la Facultad
--	--	---	---	--	--------------------------------------

Cuadro #13
Elaborado por: Alfredo Navas

LINEA DE ACCIÓN 2: **Organización Administrativa**

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	METAS	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLES
<p>Determinar las organización Administrativa para el funcionamiento de la agencia de viajes para las practicas pre-profesionales</p>	<p>Instauración de las aéreas para una buena práctica de servicios :</p> <p>-Área de Marketing</p> <p>Análisis de Mercado</p> <p>Publicidad:</p> <p>Promoción de ofertas y servicios</p> <p>-Área de atención al cliente</p> <p>Información y asesoría al cliente</p> <p>Venta del servicio</p> <p>Reserva de servicios</p> <p>Operación del servicio y seguimiento</p> <p>Control de calidad</p> <p>Seguimiento post venta</p>	<p>100% de organización de las aéreas para una buena práctica de servicio en la Agencia de Viajes de Prácticas Profesionales hasta diciembre de 2011</p>	<p>Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Docentes de la facultad • Estudiantes de 6to semestre de Hotelería y Turismo 	<p>de Marzo a Diciembre 2011</p>	<p>Autoridades de la UTA de la Facultad</p> <p>Alfredo Navas</p>

	<p>-Área de tesorería</p> <p>Manejo de dinero</p> <p>Registro de operaciones de compra venta (pago de impuestos)</p> <p>Cobro y elaboración de flujo de caja</p> <p>-Área de recursos Humanos</p> <p>Capacitación a los estudiantes</p> <p>Incentivos a los estudiantes</p>				
--	---	--	--	--	--

Cuadro #14
Elaborado por: Alfredo Navas

LINEA DE ACCIÓN 3: Fortalecimiento Institucional					
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	METAS	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLES
Fortalecer los servicios que ofrece la Universidad a los estudiantes	Apoyo de las autoridades de la universidad a la creación de la agencia de viajes para prácticas Pre-Profesionales	100 % de estudiantes de 6 to semestre de Hotelería y Turismo fortalecidos en sus prácticas Pre-profesionales	Humanos : <ul style="list-style-type: none"> • Docentes de la facultad • Estudiantes de 6to semestre de Hotelería y Turismo • Autoridades de la UTA de la Facultad 	de Marzo a Diciembre 2011	Autoridades de la UTA de la Facultad
Desarrollar capacidades y habilidades de los estudiantes en sus prácticas pre-profesionales	Desempeño del estudiante en las diversas áreas que ofrece la agencia de viajes para las practicas Pre-profesionales	90% de estudiantes de hotelería y turismo con capacidades en sus practicas pre-profesionales			

Cuadro #15
Elaborado por: Alfredo Navas

6.8 Administración de la propuesta

Estrategias de Acción

FASE: Implementación logística

- Charlas Motivacionales dirigido a los estudiantes
- Diálogos con autoridades
- Solicitud a Consejo universitario, directores de carrera

FASE: Organización Administrativa

- Apoyo de los docentes especializados en marketing servicio al cliente tesorería recursos Humanos
- Convenios con instituciones públicas y privadas

FASE: Fortalecimiento Institucional

- Solicitud a las autoridades de la Universidad
- Incentivos a los estudiantes para su mejor desempeño

A N E X O S

BIBIOGRAFÍA

- López, Ángeles, Curso para Agentes de Viajes. EAEHT, La Habana. 2003
- Colectivo de autores (2000): Agencias de Viajes. Localizada
- Manuel Ramírez Blanco, *Teoría General del Turismo*, Diana, México, 1992, pp. 29-30
- Acta de Antecedentes de la Organización Mundial de Turismo “Cursos de Estudios de Turismo de la UIOOT”, Tomo I, 1967, citado en Oscar de la Torre Padilla, *Turismo, fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, pp. 15-19
- “Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes”, Ottawa, Canadá, 1991, s.p. Organización Mundial del Turismo
- Román Reyes (Dir): *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales*
- Barnett, R. (2002): "Claves para entender la universidad. En una era de supercomplejidad". Madrid: Pomares
- CASTRO M. Fernando. (2001). El Proyecto de investigación y su esquema de elaboración. Colson C.A, Caracas.

Enlaces de Internet

- <http://www.tripadvisor.es/SmartDeals-g294307-Ecuador-Hotel-Deals.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- <http://www.turismo.gov.ar/>
- <http://definicion.de/turismo/>
- <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos11/trabagenc/trabagenc.shtml>
- <http://www.definicionabc.com/economia/agencia-de-viajes.php>
- http://www.hezkuntza.ejgv.euskadi.net/r43-2639/es/contenidos/informacion/sis_cualif_prof_pv/es_2020/adjuntos/ht234

- http://es.mimi.hu/economia/desarrollo_economico.html
- http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_econ%C3%B3mico
- <http://www.definicion.org/desarrollo-economico>
- <http://www.econlink.com.ar/concepto-desarrollo>
- <http://www.econlink.com.ar/economia/crecimiento/crecimiento.shtml>
- <http://www.xuletas.es/ficha/turismo-definiciones-y-servicios/>
- <http://es.scribd.com/doc/12870721/Prestadores-de-servicios-turisticos-definicion-y-obligaciones>
- http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/d_turismo.htm
- <http://www.wordmagicsoft.com/diccionario/es-en/formaci%C3%B3n%20acad%C9mica.php>
- <http://www.blogopositor.com/search/definicion-de-formacion-academica>
- <http://www.slideboom.com/presentations/191814/Cap%C3%ADtulo-7-La-formaci%C3%B3n-acad%C3%A9mica-del-adolescente>
- http://www.wikilearning.com/monografia/competencias_un_nuevo_reto_ii-proceso_de_formacion_definicion_y_manifestaciones_de_la_cult/15977-3
- http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n_superior
- http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n_superior
- <http://www.rieoei.org/deloslectores/880Aguila.PDF>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo

La presente encuesta servirá como aporte al estudio de investigación a realizarse
previo a la obtención del Título de Licenciado en Hotelería y Turismo

Marque con una x

1) ¿Considera que la realización de Prácticas pre-profesionales en una Agencia de Viajes a portara a la formación académica de un estudiante?

Si___ No___

Porqué_____

2) ¿Las Agencias de Viajes presentan facilidades para la realización de las practicas Pre-profesionales?

Si___ No___

Porqué_____

3) ¿Considera UD. que los servicios que ofertan las Agencias de viajes en la ciudad de Ambato son aceptables?

Si___ No___

Porqué_____

4) ¿Considera UD. que el turismo interno es el más desarrollado en la ciudad de Ambato?

Si___ No___

Porqué_____

5 ¿Cree UD. que la población local se vincula a las actividades enlazadas al turismo interno?

Si___ No___

Porqué_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

