



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la
obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación,**

Mención: Turismo y Hotelería

TEMA:

**“LAS OPERADORAS TURÍSTICAS Y SU IMPORTANCIA PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA
DE CHIMBORAZO”**

AUTORA: Nidia Liseth Moyano Tapia

TUTORA: Lic. Mg. Noemy Gaviño Ortíz

Ambato-Ecuador

2012

APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo Lcda. Mg. Noemy Gaviño Ortiz con C.I. 171243441-2 en mi calidad de Tutora del trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LAS OPERADORAS TURÍSTICAS Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** desarrollado por la egresada NIDIA LISETH MOYANO TAPIA, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 9 de Abril del 2013

.....
TUTORA

Lcda. Mg. Noemy Gaviño Ortiz.

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien basada en los estudios realizados durante la carrera; además de la revisión bibliográfica y de campo, he 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 autora.

.....
Nidia Liseth Moyano Tapia

C.I.: 060359588-5

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema **“LAS OPERADORAS TURÍSTICAS Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de Autor y no se utilice con fines de lucro.

Ambato, 9 de Abril del 2013

.....
Nidia Liseth Moyano Tapia

C.I.: 060359588-5

AUTORA

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

La Comisión de estudio y calificación del informe del trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LAS OPERADORAS TURÍSTICAS Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO** “presentada por la Srta. NIDIA LISETH MOYANO TAPIA egresada de la Carrera de Hotelería y Turismo, promoción: Septiembre 2010 - Marzo 2011 una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

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

LA COMISIÓN

.....
Ing. Mg. Diego Melo Fiallos

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Lcdo. Mg. Oscar Abril Flores

MIEMBRO

.....
Lcda. Mg. Ritha Garzón Jácome

MIEMBRO

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida por darme las fuerzas necesarias para afrontar cada una de las pruebas que ha puesto en mi camino además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Nidia por darme la vida y ser la persona que me brinda su apoyo constante, por sus consejos, sus valores y por creer en mí, gracias por darme una carrera para mi futuro todo esto te lo dedico a ti.

A mi padre Bolívar por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo ha caracterizado y que siempre han influido en mí, por el valor mostrado para salir adelante y por su incondicional afecto de cariño.

A mi hijo Jonathan, que bajó del cielo para llenar de alegría mi vida por ser mi fuente de inspiración y motivación que mis esfuerzos te sirvan de ejemplo de superación.

Por último, pero no menos importante a mis amigas: Keila y Kasandra que nos hemos apoyado mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora seguimos siendo amigas por compartir los buenos y malos momentos que hemos pasado juntas.

Nidia Liseth Moyano Tapia

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional, a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Un agradecimiento especial a mi Tutora de Tesis Lcda. Mg. Noemy Gaviño por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito; a los miembros del tribunal, gracias.

A la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO** por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

Para ellos muchas gracias y que Dios los bendiga.

Nidia Liseth Moyano Tapia

Febrero, 2012

ÍNDICE

APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
CAPÍTULO II	2
CAPÍTULO III.....	2
CAPÍTULO V	3
CAPÍTULO VI.....	3
CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA	4
1.1.- TEMA.....	4
1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2.1.- Contextualización	4
1.2.2.- Análisis Crítico	8
1.2.3.- Prognosis.....	9
1.2.4.- Formulación del problema	9
1.2.5.- Interrogantes o Subproblemas	10
1.2.6.- Delimitación del Objeto de Investigación	10
1.2.6.1.- Delimitación del contenido:.....	10
1.2.6.2.- Delimitación espacial:.....	10

1.2.6.3.- Delimitación temporal:	10
1.3.- JUSTIFICACIÓN	11
1.4.- OBJETIVOS	13
1.4.1.- General.....	13
1.4.2.- Específico.....	13
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO.....	14
2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	14
2.2.- FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	17
2.3.- FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	17
2.4.- CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	24
2.4.1 Fundamentación Teórica Variable Independiente (LAS OPERADORAS TURÍSTICAS).	25
2.4.2 Fundamentación Teórica Variable Dependiente (DESARROLLO TURÍSTICAS)	33
2.5.- HIPÓTESIS	43
2.6.-SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES.....	43
CAPÍTULO III.....	14
METODOLOGÍA	44
3.1.-ENFOQUE.....	44
3.2.-MODALIDAD.....	44
3.3.-NIVEL	45
3.4.- POBLACIÓN.....	46
3.5.-OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.	47
3.6.- PLAN DE RECOLECCIÓN.....	49
3.7.- PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	50

CAPÍTULO IV	51
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	51
PREGUNTA 1	51
PREGUNTA 2	52
PREGUNTA 3	53
PREGUNTA 4	54
PREGUNTA 5	55
PREGUNTA 6	56
PREGUNTA 7	57
PREGUNTA 8	58
PREGUNTA 9	59
PREGUNTA 10	60
4.2 Verificación de hipótesis.....	61
4.2.1 Planteamiento de la hipótesis	61
4.2.2 Selección del nivel de significación.....	61
4.2.3 Descripción de la población	61
CAPÍTULO V	65
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES	65
CAPÍTULO VI.....	66
PROPUESTA.....	66
6.1 DATOS INFORMATIVOS	66
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA PLAN DE NEGOCIOS	67
6.7 METODOLOGÍA	72
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES.....	82
6.8 ADMINISTRACIÓN Y PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN	100

BIBLIOGRAFÍA.....	100
LINKOGRAFÍAS	102
ANEXO 1.....	103
ANEXO 2.....	105
ANEXO 3.....	106
ANEXO 4.....	107
ANEXO 5.....	108
ANEXO 6.....	109
ANEXO 7.....	110
ANEXO 8.....	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Árbol de Problemas	8
Gráfico N° 2 GRÁFICOS DE INCLUSIÓN	24
Gráfico N° 3 Representación gráfica pregunta 1	51
Gráfico N° 4 Representación gráfica pregunta 2	52
Gráfico N° 5 Representación gráfica pregunta 3	53
Gráfico N° 6 Representación gráfica pregunta 4	54
Gráfico N° 7 Representación gráfica pregunta 5	55
Gráfico N° 8 Representación gráfica pregunta 6	56
Gráfico N° 9 Representación gráfica pregunta 7	57
Gráfico N° 10 Representación gráfica pregunta 8	58
Gráfico N° 11 Representación gráfica pregunta 9	59
Gráfico N° 12 Representación gráfica pregunta 10	60
Gráfico N° 13 Representación gráfica de grados de libertad.....	63
Grafico N° 14Arbol de Problemas (propuesta)	73
Grafico N° 15 Árbol de Objetivos.....	74
Gráfico N° 16 Entrada De Extranjeros	80
Gráfico N° 17 LOGO DE LA EMPRESA.....	81
Gráfico N° 18 Distribución de las Instalaciones de la Operadora de Turismo "SAMBITRAVEL TOURS"	82
Gráfico N° 19 Organigrama Estructural de la Operadora de Turismo "SAMBITRAVEL TOURS"	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1 Individuos investigados.....	46
Tabla #2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	47
Tabla #3 PLAN DE RECOLECCIÓN	49
Tabla #4 Tabulación pregunta 1.....	51
Tabla #5 Tabulación pregunta 2.....	52
Tabla #6 Tabulación pregunta 3.....	53
Tabla #7 Tabulación pregunta 4.....	54
Tabla #8 Tabulación pregunta 5.....	55
Tabla # 9 Tabulación pregunta 6.....	56
Tabla # 10 Tabulación pregunta 7.....	57
Tabla # 11 Tabulación pregunta 8.....	58
Tabla #12 Tabulación pregunta 9.....	59
Tabla #13 Tabulación pregunta 10.....	60
Tabla #14 Población.....	61
Tabla #15 Categorías.....	62
Tabla #16 Frecuencias esperadas	62
Tabla #17 Grados de libertad	63
Tabla #18 Grados de libertad	64
Tabla #19 Factibilidad Económica.....	70
Tabla #20 Inversión.....	71
Tabla # 21 Entrada De Extranjeros	80
Tabla # 22 Análisis de costos.....	87
Tabla # 23 Presupuesto de Ingresos	88
Tabla # 24 manual de funciones GERENTE "SAMBITRAVEL TOURS"	91
Tabla # 25 manual de funciones SECRETARIA "SAMBITRAVEL TOURS"	92
Tabla # 26 manual de funciones CHOFER GUIA "SAMBITRAVEL TOURS"	93
Tabla # 27 manual de funciones CONTADORA "SAMBITRAVEL TOURS"	94
Tabla # 28 manual de funciones PUBLICISTA "SAMBITRAVEL TOURS"	95
Tabla # 29 Administración de la evaluación "SAMBITRAVEL TOURS"	100

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE: HOTELERÍA Y TURISMO

MODALIDAD DE ESTUDIOS PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA:

“LAS OPERADORAS TURÍSTICAS Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

AUTORA: Nidia Liseth Moyano Tapia

TUTORA: Lcda. Mg Noemy Gaviño Ortiz

RESUMEN

El actual trabajo de Investigación tiene el objetivo de identificar y corregir las falencias que se presentan; con la finalidad de dar solución al desconocimiento de la importancia de las Operadoras Turísticas en el desarrollo turístico que existe actualmente en el Cantón Pallatanga y colaborar con el desarrollo turístico y a la vez impulsar un ingreso económico para dicho cantón y la Provincia de Chimborazo.

Pallatanga ha sido reconocido como el Cantón que se encuentra en pleno “boom” de atractivos turísticos relacionados con el turismo de aventura y ecoturismo por la gran diversidad de atractivos, el Cantón ha sido conocido como uno de los más

productivos de acuerdo a la gran actividad comercial que lo ha caracterizado por desarrollo agrícola y florícola, la misma que causa un gran atractivo para los visitantes; afluencia que podría ser aprovechada para captar el turismo en el cantón.

El Cantón de la Eterna Primavera, como se lo considera a Pallatanga después de un arduo trabajo de sondeo se ha determinado que las ofertas de servicios turísticos que se dan en el cantón son demasiado empíricas y no se logra satisfacer las necesidades de los visitantes; ya que los servicios existentes no cumplen con el grado de aceptación de los turistas; los turistas buscan una empresa que realice el trabajo de organización de los paquetes turísticos con todos los servicios adicionales que puedan ofertar seguridad, calidad y responsabilidad en el momento de brindar los servicios, en función del establecimiento de una agencia operadora la cual será de gran importancia y será la intermediaria entre el turista y los atractivos turísticos naturales y culturales que posee el Cantón Pallatanga para potencializar como producto turístico intangible.

Palabras claves: Operadora de Turismo, Modelo Operativo, Estrategia de Gestión, Potencializar, Turismo, Estudio de Mercado, Plan de Negocios, Publicidad, Precios, Manual de Funciones.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se lo ha realizado con la finalidad de identificar las necesidades y requerimientos que tienen los turistas cuando visitan el cantón Pallatanga; es por ese motivo que se ha decidido realizar un estudio sobre la relación que tienen las Operadoras Turísticas con el desarrollo turístico del Cantón Pallatanga.

Pallatanga últimamente ha sido denominado uno de los destinos turísticos más imponentes de los cantones de la Provincia de Chimborazo, luego de la ciudad de Riobamba, al cantón se lo caracteriza por su diversidad de flora y fauna y su atractivo principal es el clima el cual beneficia para ser denominado atractivo turístico y rodeado de hermosas montañas, lagunas, cascadas y a sus alrededores páramos los cuales son hábitat de grandes especies de animales que complementan y forman esta gran diversidad paisajística.

La estructura de la investigación tuvo que seguir una secuencia de pasos que se explicarán a continuación mediante una síntesis.

CAPÍTULO 1

En el primer capítulo se trata sobre las problemáticas, causas y efectos, del tema de investigación, se realiza una contextualización dividida en tres niveles, macro, meso y micro, además, se desarrolla la prognosis del problema y se delimita el contenido en tiempo y espacio, otro aspecto importante es que se puede definir y aclarar los objetivos a nivel general y específico para encaminar el trabajo de mejor manera.

CAPÍTULO II

También se fundamentó filosóficamente la investigación para medir la alternativa del incremento del turismo y así mismo se citó el aspecto legal para hacer constancia de las leyes que pueden amparar el documento, se desarrolló las categorías fundamentales y la subordinación conceptual de las dos variables para delimitar nuestro trabajo investigativo, y finalmente la hipótesis.

CAPÍTULO III

En este capítulo se da a conocer el enfoque y la modalidad de estudio que se designa para el tema de la tesis, también se presenta la muestra para determinar el número de encuestas que se realizara y se realiza el cuadro de la operacionalización de las variables.

CAPÍTULO IV

En este capítulo se realiza un análisis y la interpretación de los resultados que da después de realizar las encuestas se tabula y se realiza las tablas y gráficos que expliquen de una manera gráfica el resultado final de cada pregunta en la encuesta. También se verifica el resultado y se determina si la hipótesis es afirmativa o no en caso de haberla.

CAPÍTULO V

Se determinan y se realizan las conclusiones y recomendaciones en base al resultado obtenido de cada pregunta que se encuentra estipulada en la encuesta.

CAPÍTULO VI

En este capítulo se elabora la propuesta que se planteó desde el inicio y se presenta en un proyecto completo que obtenga todo los datos necesarios para justificar y defender la propuesta planteada, es necesario determinar los antecedentes, la justificación y los objetivos tanto generales como específico.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.- TEMA

LAS OPERADORAS TURÍSTICAS Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1.- Contextualización

Desde un punto de vista geográfico, Ecuador es un país pequeño; no obstante esta caracterizado por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas y por una prolífica población de especies animales y vegetales, así también como sitios culturales e históricos.

El Ecuador es un país eminentemente turístico y su importancia radica en sus contribuciones a la economía nacional, como en la dinámica social que la economía ecuatoriana descubre en esta actividad. El turismo como actividad económica en el Ecuador es cada vez más importante a tal punto de convertirse en el tercer producto que genera ingresos económicos al país luego del petróleo y del banano como productos de exportación.

En el Ecuador, la actividad turística aunque no se encuentra desarrollada en su totalidad, genera múltiples beneficios a sus habitantes, por lo que cada vez más la industria del turismo aumenta, en muchos casos desordenadamente, lo que ha

provocado que los sectores más pobres no alcancen una mejor calidad de vida. Una adecuada planificación turística y el involucramiento de todos los actores de la sociedad, puede contribuir a la reducción de problemas económicos, sociales y culturales de la población.

Anteriormente existían pocas empresas que prestaban sus servicios como operadoras turísticas en el Ecuador y no contenían los servicios adecuados, con el pasar del tiempo se ha ido tornando la evolución de dichas empresas conforme a las necesidades de los visitantes para así de esa manera ofrecer un buen servicio al turista. No existía ninguna agrupación de operadoras turísticas que prestaran los servicios que hoy se facilitan para satisfacción total del turista.

Su Organización data desde el 2 de febrero del 2004 en Quito bajo acuerdo ministerial, OPTUR Asociación Nacional de operadores de Turismo Receptivo en Ecuador se constituye con el propósito de fortalecer el desarrollo integral de la operación turística, el turismo receptivo y de representar a sus miembros en todas las instancias de participación del sector turístico, especialmente en los cuerpos colegiados del sector privado y en aquellos de constitución mixta que se encuentren vigentes o se crearen a futuro.

La provincia de Chimborazo es reconocida como un destino turístico a través de 4 corredores turísticos estratégicamente representados por cada uno de sus cantones, quienes exhibieron de manera profesional alrededor de 152 productos turísticos, presentando así un nuevo modelo de hacer turismo, rescatando la geografía, gastronomía, artesanías y demás manifestaciones culturales de la provincia.

Chimborazo, es un pueblo rico en tradiciones, folclor, música, danza, creencia y medicina. Presenta un paisaje privilegiado, pues es custodiada por tres majestuosos nevados de los cuales sobresale el punto terrestre más cercano al sol: la cumbre del Chimborazo.

El Turismo en la Provincia ha sido descuidado por parte del gobierno, se han determinado problemas para facilitar el desarrollo.

La Provincia es visitada por turistas nacionales e internacionales por ser una de las Provincias ubicadas en el centro de los Andes, los bellos y altísimos nevados son sus iconos más representativos.

Se ha determina que el desarrollo turístico de la Región Sierra Centro la cual está representada por la Provincia de Chimborazo es una atractivo turístico desde hace varios años por su belleza paisajística y por sus magníficos volcanes y nevados.

El Cantón Pallatanga, cuenta con condiciones privilegiadas para el desarrollo del turismo, sus paisajes son conocidos y se manifiesta que posee los recursos necesarios para consolidarse como uno de los sitios de desarrollo del turismo más importante en el país. Es conocida por sus notables condiciones para la práctica de deportes, las visitas guiadas y un sinnúmero de otras actividades asociadas al contacto con la naturaleza y al aire libre.

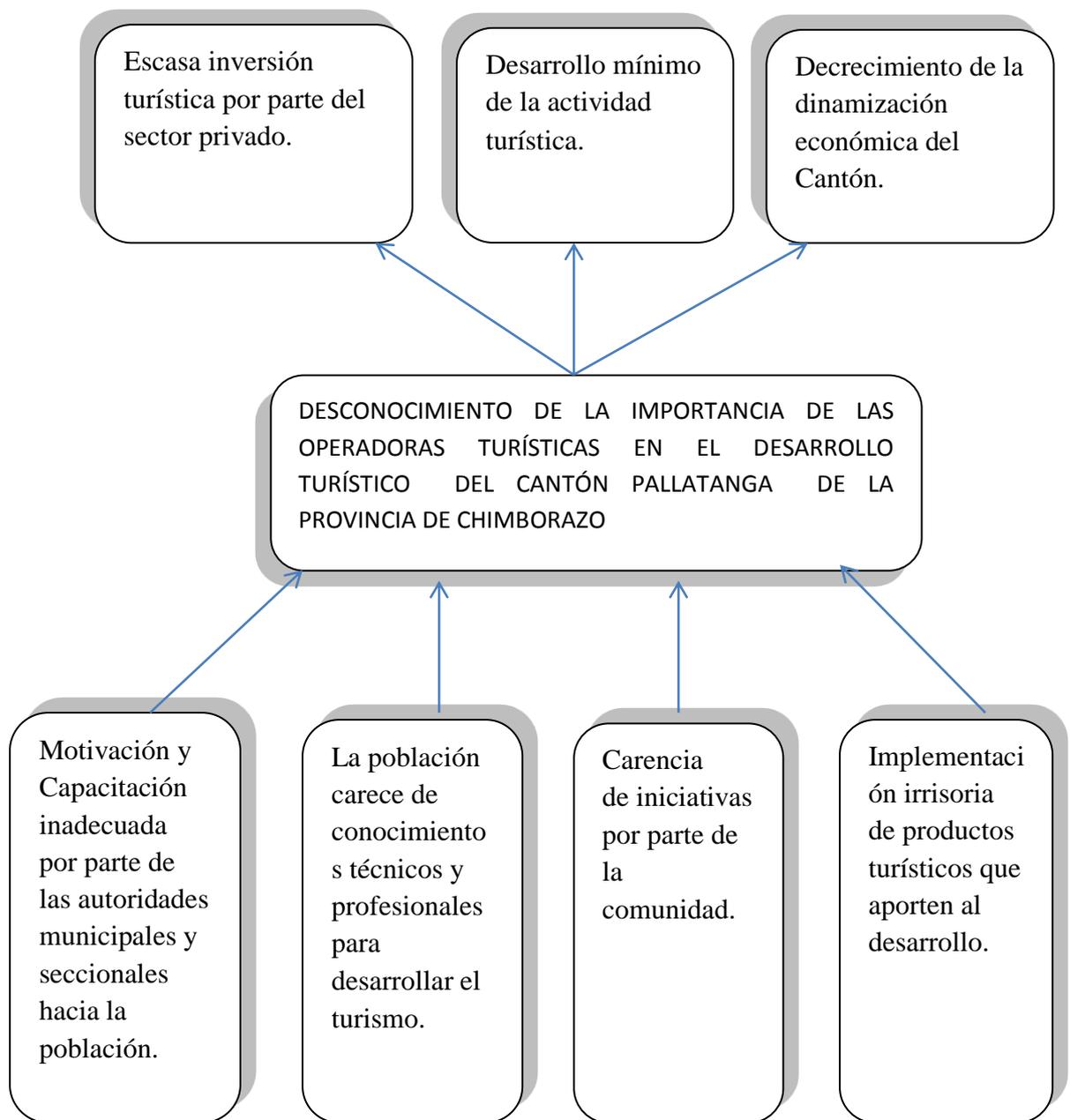
Este Paraíso Subtropical perteneciente a la Provincia de Chimborazo, esta incrustado en un valle de la Cordillera de los Andes, por su ubicación une la Costa con los Andes, por la carretera Panamericana. Este sector es destacado por el trabajo en el sector agropecuario y el sector turístico, debido a lo variable del clima y paisajes de los atractivos turísticos. La municipalidad del Cantón promueve el desarrollo cantonal, mediante la alianza estratégica permanente con instituciones nacionales e internacionales, permitiendo acciones encaminadas al desarrollo turístico, social, cultural, económico, ambiental e infraestructura.

En este Cantón denominado la Eterna Primavera, existe una gran variedad de sitios de dinamización turística, sin embargo ninguna de ellas se aprovechado como por ejemplo: cascadas de San Rafael, San Carlos, Sillagoto, Santa Ana, Yaguarcocha, Guaro, entre otras, de la misma manera un sin número de lugares aptos para el turismo. Por iniciativa propia de particulares se han construido hosterías como son: El Valle, El Pedregal y Sillagoto que promocionan desde sus empresas el cantón. Dentro de los problemas planteados en la mesa de turismo se manifiesta que no existen facilidades para ingresar a los atractivos turísticos, ni promoción de los mismos, esto se debe, a la falta de senderización, señalización

de los atractivos, sistema vial inadecuado a los atractivos, y falta de guías turísticos nativos. Por otro lado también existen problemas por la baja calidad del servicio que se presta al cliente, los hoteles y restaurantes del centro de la ciudad; el desaseo de las instalaciones, calidad de comida, atención al cliente son las causas principales que agobian al desarrollo del turismo en este Cantón. Actualmente la actividad turística va desarrollándose paulatinamente gracias a la inversión privada quienes en la zona sur este, y sur oeste han invertido en hosterías que atraen un flujo importante de turistas sobre todo de la costa del país. La actividad turística ecológica se pretende convertirla con el tiempo en la base económica principal del cantón; esto debido a la riqueza de sus atractivos combinados con su clima espectacular, por ello se está desarrollando un Plan Integral de Productos Turísticos, así como la capacitación permanente a involucrados con la finalidad de que, como política cantonal se cuente con una comunidad con cultura turística.

1.2.2.- Análisis Crítico

Gráfico N° 1 Árbol de Problemas



Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

El desconocimiento de la importancia de las Operadoras Turísticas en el desarrollo Turísticos del Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo se ha venido dando principalmente debido a que la Motivación y Capacitación es inadecuada por parte de las autoridades municipales y seccionales hacia la población, lo cual ha repercutido en que la inversión turística por parte del sector privado sea escasa; siendo así que el turismo no marche de la manera esperada por todos los turistas.

Además el desconocimiento de la importancia de las Operadoras Turísticas en el desarrollo Turísticos del Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo se debe a que la población carece de conocimientos técnicos y profesionales para desarrollar el turismo, siendo uno de los factores principales el desarrollo mínimo de la actividad turística actual en el Cantón Pallatanga.

Se ha determinado que la insuficiente iniciativa por parte de la comunidad o población, ha repercutido en el existente decrecimiento de la dinamización económica del Cantón, siendo el resultado de una implementación irrisoria de productos turísticos que aporten al desarrollo de la actividad turística en el Cantón Pallatanga

1.2.3.- Prognosis

De no investigar sobre la posible relación de las operadoras turísticas en el desarrollo de la actividad turística no se podrá conocer sobre las necesidades y expectativas del visitante y sobre todo no se podrá establecer las características intrínsecas del mercado turístico del Cantón.

1.2.4.- Formulación del problema

¿Cuál es la importancia de las Operadoras Turísticas en el desarrollo turístico del Cantón Pallatanga Provincia de Chimborazo?

1.2.5.- Interrogantes o Subproblemas

¿Cuáles son los beneficios dinamizadores que brindan las Operadoras Turísticas a favor del desarrollo de la actividad turística?

¿De qué manera se ha venido desarrollando el turismo en el Cantón Pallatanga?

¿Qué alternativas de solución se presenta ante la problemática identificada?

1.2.6.- Delimitación del Objeto de Investigación

1.2.6.1.- Delimitación del contenido:

- Campo: Turismo.

-Área: Servicios y facilidades turísticas.

-Aspecto: Operadoras Turísticas y Desarrollo.

1.2.6.2.- Delimitación espacial:

La presente investigación se realizó en el Cantón Pallatanga, ubicado en el barrio la Matriz de Pallatanga perteneciente a la Provincia de Chimborazo.

1.2.6.3.- Delimitación temporal:

El trabajo de Investigación se aplicó durante el segundo semestre del año 2012.

1.3.- JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de investigación es factible de realizarlo, debido a que por medio de éste se puede prosperar el desarrollo del turismo en el Cantón Pallatanga, ya que influye como promotor para que acrecenté la economía en dicho Cantón y que a su vez genera fuentes de trabajo para los pobladores del sector; considerándolos directamente como los principales beneficiarios de este proyecto turístico, la principal utilidad de este proyecto será la de captar turismo y prestar un servicio de calidad a clientes y turistas nacionales y extranjeros, otro aspecto importante de este proyecto, es que los recursos que se emplearan para la investigación del mismo, no son extremadamente costosos ni tampoco imposibles de conseguir, lo cual facilita enormemente su desarrollo y ejecución, siempre poniendo creatividad y diseñando un proyecto con originalidad.

Es necesario diseñar y desarrollar un Plan de Negocios para la implementación de una Agencia Operadora Turística porque las situaciones o problemas detectados en el Cantón Pallatanga requieren soluciones con enfoque innovador, el sistema de oferta de servicios utilizados es tradicional que no favorece en potenciar al Cantón ni a la Provincia, con ésta investigación se pretende que los propietarios, empleados de los establecimientos que se ofertan en el cantón desarrollen habilidades, destrezas para utilizar estrategias de venta de servicios innovadores que les permita integrar y apropiarse de los nuevos conocimientos; para de esta forma enfrentarse a los desafíos que diariamente encontrarán frente a la competencia, aparte de ésta situación además revertirá no solo en beneficio personal, institucional sino que se logrará el progreso y dinamismo económico social del Cantón Pallatanga.

Existe por parte de las personas que visitan el Cantón Pallatanga insatisfacción por la ausencia de servicios turísticos de calidad y con profesional capacitado y la falta de creatividad e inversión de empresarios en esta rama, observándose una fuga de capitales y recursos; es por tal motivo se cree conveniente establecer en el

Cantón una operadora turística que proporcione todo tipo de servicios turísticos y los servicios que se desean ofertar llegando a los clientes de un modo más eficaz.

Si bien se dice que el turismo es un sector estratégico para el desarrollo nacional, en especial por factores relacionados con la generación de empleos directos, indirectos, permanentes y estacionales; la distribución de los ingresos entre un mayor número de habitantes; las oportunidades de diversificación económica y la complementariedad a las actividades tradicionales, no siempre suele ser así, porque los beneficios que produce esta actividad no siempre se ven reflejados en las poblaciones consideradas turísticas, pues sus habitantes deben afrontar esta situación con mucha imaginación para sobrevivir elaborando artesanías, comidas típicas o representaciones de ritos y/o costumbres tradicionales que llamen la atención del cliente.

La finalidad es de convertir al cantón Pallatanga perteneciente a la provincia de Chimborazo en un destino turístico importante para el país, este proyecto propone, la factibilidad para la implementación de una operadora turística, la cual adecuada y equipada de la mejor manera, promocionarán y ofrecerán servicios calificados y garantizados, la misma que, constituirá un paso más en esta estrategia para que el cantón sea competitivo y se posicione como destino de turismo e inversión.

La comprensión a los turistas es fundamental mediante un seguimiento a través de encuestas y entrevistas de la valoración de los servicios de información que han recibido para la mejora de la calidad en los servicios.

1.4.- OBJETIVOS

1.4.1.- General

Investigar la importancia de las Operadoras Turísticas en el desarrollo del turismo en el Cantón Pallatanga Provincia de Chimborazo.

1.4.2.- Específico

- Definir los beneficios dinamizadores que brindan las Operadoras Turísticas a favor del desarrollo de la actividad turística.
- Determinar los elementos que han venido desarrollando el turismo en el Cantón Pallatanga.
- Establecer alternativas de solución para la problemática identificada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tomó como antecedente investigativo la tesis titulada “PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE DEPORTE DE TURISMO EXTREMO EN EL ECUADOR” febrero 2010 realizada por Elizabeth Luisa Vela Gárate, Mayra Gabriela Soto Fernández, Diana Carina Miranda Rivadeneira para optar por el título de Ingeniera Comercial Y Empresarial de cual se extrajo las conclusiones y recomendaciones más relevantes y originales, en vista que existía mucha similitud en cada uno de los aportes de los autores quienes concluyen lo siguiente:

CONCLUSIONES:

- Brindaremos un servicio intangible, por lo cual el talento humano va a ser primordial, para ofrecer un excelente servicio.
- La publicidad y el marketing van a jugar un papel fundamental cuando llevemos a cabo este proyecto ya que sabemos de antemano que la población desconoce en gran porcentaje acerca de los deportes de aventura.
- Las alianzas con las agencias de viajes y hoteles, deben partir de compromisos serios de cooperación mutua, para que así la captación de clientes sea efectiva y rentable para ambas partes, estas alianzas van a ser pilar fundamental, ya que de ellas dependerá en gran parte la rentabilidad de la empresa.

RECOMENDACIONES:

- Poner mucho énfasis en la publicidad que se realice en el proyecto, ya que cumple un papel fundamental en el desarrollo del mismo.

- Influir en las planificaciones de los turistas tanto nacionales como extranjeros.
- Se recomienda llevar a cabo el proyecto, por una parte existe un mercado creciente que desee probar los servicios y por otro lado esto se vería reflejado en altas rentabilidades.

COMENTARIO PERSONAL

Se puede resaltar que hace falta la promoción de los servicios deportivos y en que cuales son las actividades que se realizan durante el transcurso de la operación de dichos deportes, se los realiza de una forma segura para que el turista pueda disfrutar de los servicios prestados por la entidad y así captar más flujo turístico.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tomó como antecedente investigativo la tesis titulada "ESTUDIO DE MERCADO EN LA POBLACION DE MILAGRO, PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE CREACION E IMPLEMENTACION DE UNA AGENCIA OPERADORA DE TURISMO CON PAQUETES PROMOCIONALES DENTRO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS" julio 2011 realizada por Diana Jazmín Vera Jurado, Diana Natalia Llerena Lozada para optar por el título de Ingeniero Comercial con mención en finanzas de cual se extrajo las conclusiones y recomendaciones más relevantes y originales, en vista que existía mucha similitud en cada uno de los aportes de los autores quienes concluyen lo siguiente:

CONCLUSIONES:

- El Proyecto de la Agencia Operadora de Turismo cuenta con proyecciones muy definidas, no sólo para tener beneficios para sí mismo (accionistas), sino también para generar fuentes de trabajo con beneficios positivos, los cuales dará como resultado un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Cuenta con una estructura organizacional bien distribuida para cubrir todas las funciones y metas que desea alcanzar en la Agencia, el personal que la

integra está altamente capacitado para desempeñar cada función asignada, por lo cual “AOT”, cuenta con la eficiencia y eficacia para cumplir sus objetivos.

- Tenemos como resultado de los movimientos financieros que “AOT” Obtiene una excelente utilidad gracias a las operaciones realizadas y valores bien distribuidos, ya que como resultado de ello y con el préstamo bancario se cubren todas las necesidades esperadas y se obtienen grandes beneficios. “AOT” es un proyecto con grandes oportunidades que beneficiará y contribuirá al crecimiento del mercado local.

RECOMENDACIONES:

- Ejecutar nuestro proyecto de la Creación e Implementación de la Agencia Operadora de Turismo con la finalidad de satisfacer los requerimientos de la población.
- No arriesgarse a solicitar préstamos, sobrepasando los niveles del flujo de efectivo con los que se cuenta.
- Se recomienda crear cultura en los ciudadanos para incentivar que visiten los lugares turísticos que ofrece la Provincia del Guayas.

COMENTARIO PERSONAL

Se ha logrado determinar que el proyecto de implementación de una Agencia de Viajes involucra varias actividades en las cuales se establece la parte financiera y se expone que no se debe hacer una inversión alta y se debe reducir los gastos hasta estar en pleno funcionamiento y empezar a ver las utilidades monetarias.

2.2.- FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Se basa en un paradigma crítico propositivo; ya que analiza una realidad sobre las tendencias del mercado turístico, en base al estudio de la operación turística como eje primordial para el desarrollo de la actividad, y así mismo se busca las alternativas de solución ante las problemáticas encontradas que aportará al cantón para que se desarrolle como un destino turístico y para que se dé a conocer por sus atributos naturales a la vez dando a conocer que es un sitio donde el turista puede tener a la mano todo lo que necesite.

2.3.- FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Tomado del Reglamento de Actividades Turísticas de la Ley de Turismo.

CAPITULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

Capítulo II

DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Art. 78.- Actividades.- Son actividades propias de las agencias de viajes las siguientes, que podrán ser desarrolladas dentro y fuera del país.

- a. La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte local o internacional;
- b. La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior;
- c. La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.), ajustado o proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido, para ser operados dentro y fuera del territorio nacional;
- d. La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional.
- g. La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios.
- k. La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones; y,
- l. La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

Art. 79.- Clasificación.- Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:

- a. Mayoristas;
- b. Internacionales; y,
- c. Operadoras.

Las agencias internacionales y las operadoras podrán ejercer los dos tipos de actividades a la vez, siempre y cuando el activo real sea igual a la sumatoria de los requeridos para cada una de ellas. En la licencia anual de funcionamiento constará este particular.

Ni las agencias internacionales, ni los operadores, podrán en ningún caso realizar las actividades determinadas como propias de las agencias mayoristas; estas últimas no podrán efectuar las actividades de ninguna de las otras.

Art. 82.- Agencias de viajes operadoras.- Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan. y venden, ya sea directamente al usuario o a

través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

Art. 83.- Exigencias para los locales.- Los locales que se destinen al funcionamiento de agencias de viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax, y una batería de servicios higiénicos, cuando menos.

Art. 84.- Certificado de registro.- En el certificado de registro, constará el número de registro de la agencia el cual servirá para su identificación en todo acto a desarrollar en el ejercicio de la actividad.

En toda publicidad impresa que realice una agencia de viajes se indicará el número de registro otorgado por el Ministerio de Turismo, el nombre de la agencia o, en su caso, el de la marca comercial registrada, así como su dirección. El material publicitario deberá corresponder a la realidad de la oferta.

Art. 85.- Variación en los valores anunciados por servicios.- El valor anunciado de los servicios sueltos o de los paquetes turísticos podrá ser variado cuando se produzca antes de la perfección del contrato.

En el caso de los paquetes turísticos previamente programados, las condiciones de posible variación del precio deben constar claramente especificadas, con todas sus circunstancias, en el programa, y podrán darse por las causales de fluctuación en el tipo de cambio de las monedas o por modificación de tarifas de transporte, servicios y mínimo de participantes en las que la agencia de viajes no tenga incidencia.

Cuando la variación del valor anunciado sea mayor a un veinte por ciento, el cliente podrá desistir de los servicios, con derecho al reembolso de sus pagos exceptuando los gastos de gestión y anulación, si los hubiere.

Art. 86.- Desistimiento de los servicios.- En todo momento el cliente puede desistir de los servicios solicitados o contratados teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiere abonado, tanto si se trata del precio total como de

los depósitos que se hubieren pactado y hecho efectivos, pero deberá reconocer a la agencia de viajes los montos que a continuación se indican:

- a. En el caso de servicios sueltos y paquetes turísticos, los gastos de comunicación y gestión, así como los de anulación debidamente justificados; y,
- b. Cuando los servicios contratados y desistidos consistieran o incluyeran boletos de cualquier tipo o cualquier servicio turístico que estuviere sujeto a condiciones económicas especiales de contratación, los gastos de anulación por desistimiento se establecerán de acuerdo a estas condiciones económicas especiales de contratación entre la agencia de viajes, el operador de servicios, el propietario u operador de los servicios y la agencia y el usuario.

Art. 87.- Prestación de la totalidad de los servicios.- Las agencias de viajes están obligadas a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados, dentro de las condiciones y características estipuladas. Solo la fuerza mayor le eximirá de esta obligación.

Art. 88.- Sustitución de servicios.- Las agencias de viajes brindarán siempre a sus clientes, la posibilidad de optar por el reembolso de lo no utilizado, o por la sustitución con otro servicio de similares características.

Si por esta sustitución el servicio resultare de inferior categoría, la agencia deberá reembolsar la diferencia.

Art. 89.- Servicios de agencias operadoras.- Todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos, directamente, tanto nacional como internacionalmente.

Su actividad se desenvolverá dentro del siguiente marco:

- a. Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;
- b. Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes;
- g. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las agencias deberán utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo, previa la evaluación correspondiente.

Para la operación del transporte turístico dentro del país, la operadora deberá exhibir en el vehículo su nombre y número de registro. Los guías responsables del transporte deberán portar siempre su licencia debidamente autorizada, al igual que la orden de servicio sellada y fechada por la operadora a su cargo. No podrán prestar el servicio de transporte turístico ninguna persona natural o jurídica, que no esté registrada legalmente en el Ministerio de Turismo, como agencia de viajes operadora.

Capítulo IV

DE LOS GUÍAS PROFESIONALES DE TURISMO

Art. 118.- Guías profesionales de turismo.- Son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y procurar una experiencia satisfactoria durante su permanencia en el lugar visitado.

Los guías profesionales de turismo, para ejercer sus actividades, deberán contar con la correspondiente licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo.

Art. 120.- Obligación de agencias, operadores y prestadores de servicios.- Las agencias de viajes, los operadores, y los prestadores de servicios turísticos, contratarán, para desempeñar la actividad de guías profesionales, únicamente a quienes cuenten con la licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo retirará la licencia a quienes incumplan con lo previsto en el inciso anterior.

Art. 121.- Obligación de contratar guías profesionales de turismo.- Para la atención de grupos organizados de turismo, las agencias de viajes operadoras

están obligadas a contratar el servicio de un guía profesional de turismo por cada quince pasajeros o fracción de ellos.

CAPITULO II DE LAS EMPRESAS

PRESTADORAS DE SERVICIOS

TURISTICOS

Artículo 5º.- (De las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos contemplados en el presente reglamento).- Las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos contempladas en el presente Reglamento están categorizadas de la siguiente manera:

- 1.- Empresas Operadoras de Turismo Receptivo.
- 2.- Empresas de Viajes y Turismo; (en sus modalidades de: Agencias de Viajes y Turismo; Agencias Mayoristas de Turismo y Representaciones de Empresas de Turismo).

CAPITULO III DE LAS EMPRESAS OPERADORAS DE TURISMO

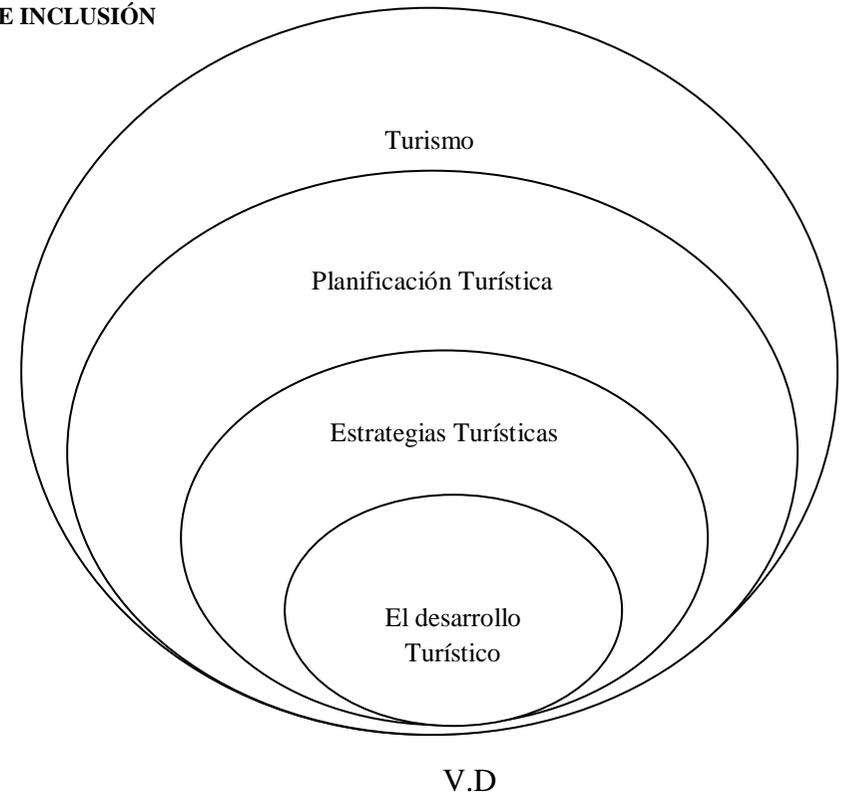
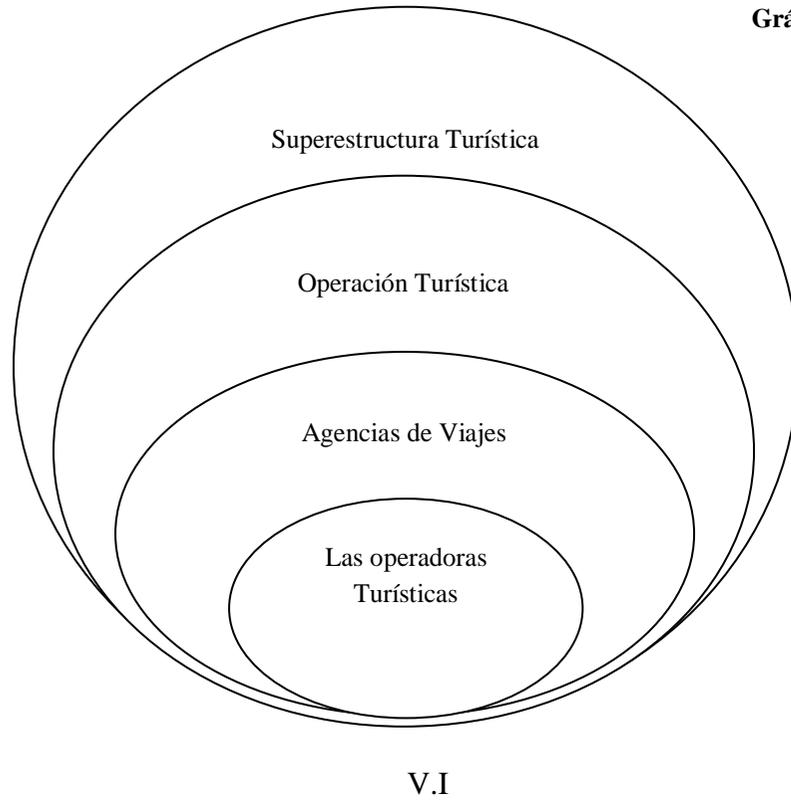
Artículo 6º.- (De las Empresas Operadoras de Turismo Receptivo).- Las Empresas Operadoras de Turismo Receptivo, (por su propia naturaleza son genuinas agencias de viajes y turismo), son aquellas dedicadas a la prestación de servicios de turismo organizado desde los mercados de origen (exterior) hacia el territorio nacional y/o turismo interno, y una vez acreditadas por la Unidad Departamental de Turismo se dediquen en forma exclusiva a lo siguiente:

- a) Organizar, elaborar y ofertar paquetes de turismo receptivo con intermediación de otros servicios propios y/o ajenos.
- b) Prestar servicios turísticos a turistas nacionales y extranjeros en todo el territorio nacional.
- c) Informar, orientar y organizar diversos circuitos turísticos a solicitud expresa o por oferta programada.
- d) Comercializar la mediación de servicios turísticos como ser: Transporte terrestre, acuáticos o aéreo; paseos y excursiones; hospedaje y plan de comidas, así como de otras actividades relacionadas con el turismo.
- e) Elaborar itinerarios, proporcionar información turística, y difundir material promocional.

- f) Brindar asistencia y facilitación a los turistas en sus trámites.
- g) Reservar, adquirir y vender entradas para todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y similares.
- h) Prestar cualquier otro servicio turístico que complemente los servicios de intermediación antes mencionados.
- i) Proporcionar útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo, científico, ecoturístico, turismo de aventura y otras modalidades de turismo.
- j) Realizar contratos de transporte, flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros, para coadyuvar las prestaciones de servicios.
- k) Crear y desarrollar nuevos productos turísticos.

2.4.- CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico N° 2 GRÁFICOS DE INCLUSIÓN



Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

2.4.1 Fundamentación Teórica Variable Independiente (LAS OPERADORAS TURÍSTICAS).

SUPRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Según JARAMILLO PANESSO, Raúl, Etapas de la planificación Turística” (2009). “Comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

La existencia es poderosa y sobre todo eficiente, es mucho más importante de lo que habitualmente se piensa para que el sector turismo rinda en relación directa a la importancia de los atractivos y de la planta que se construyó para explotarlos.

De acuerdo con la importancia que el turismo tenga para el país, y si sabemos que el turismo es la base de presentación de los servicios. En América Latina los organismos públicos responsables de la administración del sector turismo oscilan desde el nivel más alto representado por un Ministerio o Secretaria, hasta los de dirección o institutos adscritos a bienestar social u otros organismos del Estado. En casi todos los casos sus funciones específicas son: la promoción turística en el extranjero, el control de calidad de los servicios, la fijación y el control de precios, la planificación del desarrollo, la promoción del turismo interno, el desarrollo del turismo social y, a veces, la construcción del equipamiento e instalaciones turísticas.

Por su parte, la actividad privada participa en la superestructura a través de numerosas organizaciones que las empresas han creado para compatibilizar y defender sus intereses particulares, entre ellos tenemos asociaciones de hoteleros, restauranteros, agentes de viajes, transportistas, guías turísticos sin que exista por lo general, una organización que los represente a todos en su conjunto al igual que

en otros sectores productivos como el campo y la industria porque las cámaras de turismo están poco difundidas y las pocas que hay tienen poco peso político. En su faz operativa la superestructura oficial enfrenta grandes problemas para cumplir con sus objetivos en todos sus campos de acción que en teoría deben caer bajo su responsabilidad”.

OPERACIÓN TURÍSTICA

Según RODRÍGUEZ FARÍÑAS, Ricardo Organización y Técnica del Turismo. 1998. “Es la actividad económica del conjunto de acciones y relaciones que se originan cuando se efectúa el desplazamiento de personas fuera de los confines de su residencia habitual, con fines de ocio, negocio, aventura, personales, religiosos, de salud, placer, profesionales, etc.

Promover actividades para el desarrollo, operación y fomento de los servicios turísticos, a través de la evaluación de los programas que permitan un desarrollo turístico sustentable y competitivo que coadyuve en la generación de empleos, en la preservación del entorno natural e histórico de las regiones, y en la captación de divisas.

AGENCIAS DE VIAJES

Según Bigné, E., Belloch, A., Martínez, C., Miguel, M. J. 1996 La calidad de servicio en las agencias de viajes: una adaptación de la escala SERVQUAL.

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

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 se necesita de un capital limitado y una mínima información sobre viajes.

Las funciones de las Agencias de viajes

* **FUNCIÓN ORIENTADORA:** Consiste en informar al viajero sobre las características de los destinos, servicios, proveedores y viajes existentes; así como ayudarle en la selección de lo más adecuado en su caso concreto. Para ello la agencia debe contar con amplias fuentes de información y 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.

* **FUNCIÓN INTERMEDIARIA:** 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 servicios que se ofertan.

Así es como funciona: El proveedor del producto turístico se compromete a suministrar a la agencia la información necesaria sobre sus servicios y a aportar los elementos que materializan la venta. La agencia se compromete a conocer y promover los servicios de sus proveedores vendiéndolos al precio fijado por los mismos. La agencia también se compromete a depositar en el Banco el dinero recibido y pagar lo pactado al proveedor, después de descontar la comisión acordada entre ambos por la venta.

* **FUNCIÓN CREADORA:** 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 viajes programados a la demanda, que están adaptados a cada cliente. Esta función está gestionada por tour operadores y agencias

mayoristas y exige la investigación permanente de los mercados para conocer las tendencias y necesidades de los clientes, así como las ofertas de la competencia, así como la creatividad o imaginación para diseñar nuevos productos que permitan a la agencia diferenciarse frente a la competencia. y una adecuada gestión de los costes.

* **FUNCIÓN COMERCIALIZADORA:** 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. Por tanto, esta función consiste fundamentalmente en las labores de marketing necesarias para que el producto llegue al cliente, las cuales requerirán elevados costes.

* **FUNCIÓN PRÁCTICA:** A través de esta función las AAVV proyectan, confeccionan, y ponen en marcha los productos turísticos. Esta función deriva 4 actividades: Planificación del programa que se pretende poner en marcha; diseño del viaje y control de las operaciones.

* **FUNCIÓN FINANCIERA:** A través de esta función se logra 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.

* **FUNCIÓN CONTABLE:** Es la que permite registrar todos los hechos contables que se hacen en las AAVV, es útil y obligatoria, le interesa a los proveedores, la opinión pública, posibles nuevos inversores y a los empleados.

* **FUNCIÓN SOCIAL (factor humano muy importante):** Los empleados deben ser considerados con especial atención en las empresas del sector turístico, la calidad personal y profesional de los trabajadores debe ser buena.

Emisoras (outgoing): Envían viajeros a áreas geográficas distintas del lugar donde se encuentra la propia agencia.

Receptivas (incoming): Se ocupan de atender o traer turistas de otras áreas geográficas.

Emisoras – Receptivas: Simultáneamente organizan el tráfico en ambos sentidos.

Formación profesional de los agentes de viajes

Toda persona que trabaja en la Agencias de viajes, vinculada directamente al proceso de comercialización de sus productos, es un Agente de Viajes. Los agentes de viajes son hombres de negocios que venden servicios de viajes. Son agentes en cuanto a que actúan para empresas de transporte, hoteles y otras entidades que venden servicios especiales pero ellos son mucho más que eso. Un término que los describe mejor sería el de consejero o asesores de viajes.

Un buen agente tiene algo de consejero personal, psicólogo y experto en el arte y la ciencia de viajar. Los agentes no solo conocen las ventajas y desventajas de diferentes formas de viajar, sus precios y horarios, sino que en muchos casos también actúan como consejeros para ajustar los servicios de los viajes a la personalidad del cliente.

Conocer y aconsejar sobre los muchos detalles implicados en los viajes actuales, tales como el seguro del equipaje y el de viajes, material de estudio de idiomas, cheques de viajes, cambio de moneda extranjera, documentos necesarios (visados y pasaporte) y requisitos médicos (inmunizaciones y vacunas).

Adoptar una forma de actuación, profesional y experimentada, desde los horarios de conexiones entre trenes, precios de hoteles, su calidad, si poseen habitaciones con baño, si sus precios incluyen los impuestos y descuentos locales.

Hacer las reservas para actividades de interés especial, tales como peregrinaciones religiosas, convenciones y viajes de negocios, viajes gastronómicos y deportivos.

Las convenciones y los viajes de negocios conforman la mitad del negocio de las agencias de viajes.

Organización del trabajo en una agencia de viajes

En toda agencia de viajes, tres son los departamentos o áreas fundamentales que funcionan: marketing o comercial; operaciones o reservas y contabilidad; aunque pueden existir otros definidos por las características propias de la empresa (tamaño, localización, objetivos, etc.)

En el departamento de Marketing es donde se diseñan, elaboran y se da precio a las ofertas que serán presentadas a los clientes. A este departamento pertenecen los puntos de ventas que son los lugares donde se ejecuta directamente la venta. Así mismo, en esta área es donde se contratan los servicios a terceros (hoteles, restaurantes, transportistas, etc).

La calidad en las Agencias de viajes

Una Agencia de Viajes, como toda unidad organizativa, para que pueda cumplir con sus Objetivos de mejora continua de la Calidad ofertada a los clientes y llegue a ser competitiva dentro de su actividad económica, necesita establecer los elementos operativos básicos que, en una estructura adecuada y con un contenido estudiado pero adaptado a las condiciones particulares de cada unidad de negocio, organice este factor estratégico para la empresa en un Sistema de Calidad.

Una Agencia de Viajes que intente realizar actividades sujetas a un aseguramiento y garantía de Calidad tiene que tener previstas, establecidas y vigentes un conjunto de acciones que coadyuven a alcanzar los Objetivos de Calidad pretendidos, encaminados a garantizar que se entienden y satisfacen las necesidades de sus clientes.

Estos Objetivos de Calidad dentro de una Política de Calidad asumida por la Dirección y difundida en la Organización, una estructura para la Calidad, el establecimiento de los procedimientos técnico-administrativos en la realización de tareas y su control, los requerimientos en las relaciones contractuales, la garantía

de proveedores y subcontratistas, control y actuaciones con los servicios no conformes, la gestión de los recursos humanos aplicados, el soporte documental que lo justifica, son, entre otros, elementos a tener en cuenta para ordenar la Calidad en el negocio que es, en resumen, lo que debe entenderse por Sistema de Calidad.

Como consecuencia, el Sistema de Calidad que se implante debe estar sometido a revisiones periódicas y las mejoras a introducir deben venir respaldadas por los requerimientos de los clientes en cuanto no sólo a la percepción de la Calidad ofertada sino también en cuanto a la adecuación de la misma a las exigencias de esa demanda.

Un Sistema de Calidad para una Organización de prestación de servicios como es una Agencia de Viajes, debe dar respuesta también a los aspectos humanos implicados en la prestación de esos servicios, mediante

La motivación y sensibilización del personal

El desarrollo de la formación y capacitación del personal

La proyección de una buena imagen, cultura y prestaciones del establecimiento que sean percibidas y reconocidas por los clientes. El reforzamiento de las acciones que conduzcan a la mejora de la Calidad de Servicio

Según Beckham, Paúl Estrategias Turísticas (2011). Las agencias de viaje, son empresas turísticas, por excelencia. Estas organizaciones, actúan como intermediarios, entre el cliente o turista y las diversas opciones de traslado, ya sea vía aérea o terrestre, y de hospedaje, que se puedan llegar a ofrecer.

Es así, como las agencias de viaje, se dedican a vender tanto pasajes aéreos y acomodaciones habitacionales en los distintos hoteles, ofreciendo servicios tanto dentro como fuera del país. El valor agregado que entregan, consiste en armar los llamados "paquetes turísticos", que combinan opciones de traslado y alojamiento con precios altamente competitivos. Esto se logra llegando a acuerdos con las líneas aéreas y cadenas hoteleras, reservando con anticipación una gran cantidad

de cupos. O sea, es por medio de estas agencias, que las personas se pueden ahorrar bastante tiempo y dinero en programar sus vacaciones.

Con respecto a la historia de las agencias de viaje, esta no es muy abultada, en cuanto a información. Las primeras agencias de viaje, comenzaron a nacer, gracias al desarrollo de la aviación comercial. Es por medio del boom de los viajes turísticos y no de negocios, impulsado por las compañías aéreas privadas, que vieron nacer su segmento objetivo. Aquellas personas que deseaban viajar y conocer otros lugares y países del mundo, pero que no desean complicaciones ni ocuparse de todos los detalles. Con respecto a la primera agencia de viaje, esta nace en Portugal y data de 1840.

LAS OPERADORAS TURÍSTICAS

La Organización Mundial del Turismo, OMT 1998 expresa: "Los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la Actividad Turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de la oferta de alojamiento)".

Aunque no hay una definición exacta sobre lo que es un tour operador, podría decirse en forma amplia, que es un encargado de consolidar servicios, generalmente en el destino. Este proceso lleva a cabo la intermediación entre el mayorista que vende al cliente final, y el destino turístico con todos los servicios implicados en el proceso de visitación del turista. O bien provee los servicios y la intermediación coordinada directa al cliente final

2.4.2 Fundamentación Teórica Subordinación Variable Dependiente (DESARROLLO TURÍSTICO).

TURISMO

Según MONTANERO MONTEJANO, Jordi, ANTICH CORGOS, Jordi, ARCARONS, Ramón, Diccionario de Turismo (2008). “Conjunto de técnicas y actividades encaminadas a atraer y satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas en sus desplazamientos vacacionales. Por extensión, organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Afición a viajar por placer”.

“Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), es la actividad realizada por las personas al desplazarse por diferentes motivos fuera de su lugar habitual de residencia por un periodo superior a 24 horas e inferior a un año. En esta definición se incluye tanto el turismo realizado dentro del mismo país, el turismo interior, como el turismo que supone un desplazamiento fuera del propio país, es decir, el turismo exterior. Dentro de la definición del turismo de la OMT no se incluye el excursionismo, esto es aquellos viajes que no suponen pernoctar al menos una noche fuera del domicilio habitual. Cualquier otro tipo de turismo como el turismo de vacaciones, de negocios, cultural, ecológico etc.”

MOCHÓN, Francisco, Economía y Turismo. (2006).

Según RAMÍREZ CAVASSA, César, Visión Integral del Turismo, (2007). “Es un fenómeno de desplazamiento temporal, que efectúa un individuo voluntariamente desde su lugar habitual de residencia a otro distinto, por motivo de recreación, descanso, cultura, salud, etc., sin que lo mueva un fin de lucro y sin la idea de expatriarse.

El turismo como fenómeno socioeconómico y cultural integra al grupo humano y se transforma en un vehículo de paz y de interrelación humanas.

Los beneficios económicos más importantes que genera son:

- Creación de infraestructura y fuentes de empleo.
- Aportación de divisas para el país receptor.
- Ayuda a la redistribución del ingreso.”

Según TOLEDO, Marco Módulo de Introducción y Teoría del Turismo, (2007). “La palabra turismo, etimológicamente se deriva de la palabra latina “tornus” que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al “turismo”.

Según Ley de Turismo del Ecuador, (2008). “Es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.”

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

Según ASCANIO GUEVARA, Alfredo. Turismo Sustentable, (2006). “Es el proceso que permite establecer una visión estratégica para un área que refleje los objetivos y aspiraciones de la comunidad, e implementándolo con la identificación de los criterios preferentes para el mejor uso del territorio según el estilo de desarrollo que se quiere aceptar.

La planificación turística necesita de modelos y conceptos que puedan dar respuestas a los asuntos críticos, más evidentes, como por ejemplo: ¿cuál es la configuración espacial más deseable para facilitar el turismo en un destino y dentro de una región dada?; ¿cómo puede manipularse la estructura espacial de un destino con el fin de promover un ambiente que sea percibido por los visitantes como no masivo?; ¿cómo puede un destino integrar la planificación turística con la planificación regional?; ¿cuál es el modelo de la planificación más adecuado para lograr una buena relación coste-efectividad?”

Según Aguirre, Núñez y Moncada, Importancia de la Planificación Turística (2002). “Proceso que busca intervenir deliberadamente en la realidad con el fin de moderarla u orientarla hacia una situación o estado de cosas consideradas más deseables.

- Instrumento para modificar la evolución natural de una situación no deseada que se produciría en caso de no intervenir.

La importancia de la planificación reside en los retos que implica dinamizar la actividad Turística. Según el Ministerio de Turismo, éste impulso al sector supone la interrelación entre los ámbitos económico y social, entre producción material e inmaterial, entre capital natural y humano, con una lógica de sustentabilidad ambiental, protección de los recursos culturales, utilización del suelo y la infraestructura.

El rol de la planificación se verifica en el concepto de turismo que se ha adoptado, como una actividad basada en “...políticas y en normas adecuadas; planificada,

organizada y que garantiza el ejercicio de los derechos individuales y colectivos para participar en las decisiones y en los beneficios; que convoca a la acción concertada del sector público y privado y de las comunidades locales para mejorar la competitividad del país; como una fuente de divisas, generadora de trabajo y empleo que contribuye al mejoramiento de los ingresos de la población para la superación de la pobreza”

Según Junta de Andalucía. Turismo Sostenible en España (2011) “Es una acción de ámbito territorial supramunicipal y municipal que pretenden el desarrollo de destinos turísticos bajo las premisas de la calidad y un crecimiento sostenible, coherente y solvente. Se trata de un modelo de actuación que en la actualidad ha sido sustituido por la Estrategia de Turismo Sostenible”.

Según MOLINA, Sergio, planeamiento Integral del Turismo: Un enfoque para América Latina. Traducción de VALERO Carlos. , (2001.) “Es una herramienta de gestión de destinos, enfocada en la percepción de la situación actual en que el destino se encuentra y sus posibles panoramas futuros. Construyendo metodológicamente un trámite que posibilite guiar el destino del panorama actual para un futuro utilizando de forma eficiente los recursos disponibles para este fin”.

ESTRATEGÍAS TURÍSTICAS

Según Beckham, Paúl Estrategias Turísticas (2011). La Estrategia está concebida como una herramienta de trabajo que puede orientar los esfuerzos de las diversas dependencias e instancias que intervienen en el desarrollo del turismo y la conservación de la biodiversidad en las AP, con planeación concurrente de políticas públicas orientadas hacia un desarrollo integral y sustentable, tal como lo plantean diversas leyes y programas de política pública existentes en materia de Turismo, así como otros instrumentos de planeación como el Plan Rector de Turismo de Naturaleza.⁷ A nivel institucional, la Estrategia toma en consideración las disposiciones legales, los lineamientos y las estrategias planteadas en la legislación vigente así como otras Estrategias y Declaraciones relacionadas con el tema del turismo en las áreas. Por otra parte los documentos y estrategias desarrollados, han sido la Estrategia de Conservación para el Desarrollo, la Estrategia de Cultura para la Conservación (que incluye los Lineamientos Estratégicos de Educación Ambiental para el Desarrollo Sustentable en Áreas Naturales Protegidas) las estadísticas del Programa de Desarrollo Regional Sustentable, el Programa de Empleo Temporal, el cobro de derechos y las estadísticas de visitación e inversión turística, resultado de la Reunión Nacional de Directores de Áreas Protegidas en 2004, resaltaron la importancia de la participación de las comunidades en la prestación del servicio turístico. La Estrategia de Conservación para el Desarrollo, proveen una serie de propuestas, recomendaciones y lineamientos de como propósito principal la promoción y el fomento para orientar la construcción de infraestructura, la Estrategia del desarrollo sustentable de las comunidades, señalización y los programas de trabajo de educar a todos, en sus zonas de inclusión ambiental en las Áreas Protegidas. Dentro de su afluencia y en las áreas con otras modalidades de con- “sujetos de atención” están los prestadores de servicios- Propósito, reservación. Esta estrategia enuncia sus líneas de tracios, los visitantes científicos y los visitantes locales, El propósito de la Estrategia es identificar las acciones bajo

sinergia institucional, actividades productivas nacionales y extranjeros que crean vinculaciones más necesarias para abordar las amenazas del turismo”.

Según JARAMILLO PANESSO, Raúl Etapas de la planificación Turística (2009). “El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística.

Tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas:

E. de penetración: Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

E. de desarrollo del producto turístico: Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

E. de extensión del mercado turístico: Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento (sol y playa en el mercado ruso), o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

E. de diversificación turística:

Horizontal: Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

Vertical: Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.

Concéntrica: Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística.”

DESARROLLO TURÍSTICO

Según Organización Mundial de Turismo (2006). “Es la actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país.”

Según RODRÍGUEZ FARIÑAS, Ricardo Organización y Técnica del Turismo. 1998. “Es la actividad económica del conjunto de acciones y relaciones que se originan cuando se efectúa el desplazamiento de personas fuera de los confines de su residencia habitual, con fines de ocio, negocio, aventura, personales, religiosos, de salud, placer, profesionales, etc. Este conlleva a la realización de gastos los cuales reportan obligatoriamente beneficios al destino en cuestión y donde los turistas satisfacen las necesidades antes mencionadas, es una actividad multisectorial y multidisciplinaria en la que participan diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. Este sector no tiene determinado con claridad la existencia de un producto tangible, sino que lo conforman un conjunto de servicios que no son los mismos en los diferentes países. Esto no es fruto de la casualidad, cada nación trata de diseñar su destino y producto turístico con peculiaridades y atractivos que los hagan únicos”.

Según OMT, 1993 “Es aquello que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de manera que puedan satisfacerse las necesidades económicas sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”

Según BOTE GÓMEZ, Venancio, Planificación Económica del Turismo. 1994 “El desarrollo del turismo a nivel internacional constituye, constituye en la actualidad, una actividad económica de considerable importancia. En 1984 la

llegada de turistas internacionales fue de trescientos millones y los ingresos generados por este flujo turístico alcanzaron los cien millones de dólares.

Durante los años sesenta y principios de los setenta esta demanda se ha caracterizado por sus elevadas tasas de crecimiento: las llegadas por turismo internacional crecieron, durante el periodo 1961-1973, a una tasa media anual del 9.0%, y los ingresos por este tipo de turismo, a una tasa superior (13%).

A partir de crisis energética estas tasas de crecimiento disminuyeron, especialmente las de llegadas. Así durante los periodos 1974-1979 y 1980-1984 las tasas de crecimiento medio anual fueron del 4 y 2.2% para las llegadas de turistas y del 14 y 4.3% respectivamente, para los ingresos turísticos.

A pesar de la crisis económica, la actividad turística constituye, pues una actividad en crecimiento, aunque con tasas inferiores a los años sesenta y setenta.

Por otra parte, el fenómeno turístico es económicamente importante dentro de los flujos e intercambios internacionales, pues los ingresos turísticos representan un porcentaje significativo (en torno al 5.1% en 1982) de las exportaciones mundiales de mercancías y un porcentaje importante de los principales grupos de exportación: en 1980 por ejemplo, los ingresos turísticos representaron el 27% de las exportaciones mundiales de petróleo bruto y refinado, el 81% de las exportaciones de vehículos de motor, 1.7 veces las exportaciones de hierro y acero, y 3.3 veces las exportaciones de cereales.

A la importancia del turismo internacional, que ponen de manifiesto las cifras anteriores, hay que añadir la del consumo turístico interior que, especialmente en los países más desarrollados, es superior al consumo turístico internacional”.

Según HERNÁNDEZ DÍAZ, Edgar. Planificación Turística, Un Enfoque Metodológico. 2003 “El desarrollo turístico depende mucho del historial particular en materia de turismo, del potencial de desarrollo de los atractivos, facilidades, mercados, infraestructura, etc., de los recursos movilizables en cada situación, del crecimiento de líneas productivas afines y de la capacidad organizativa demostrable de una nación”.

Según JIMÉNEZ, Alfonso, Turismo Estructura y Desarrollo. 2003 “En un contexto económico internacional donde muchos países sufren de grandes contradicciones internas y fuertes presiones externas, Estados Unidos concibe el turismo como una forma de lograr la cooperación internacional, y con ello, de afirmar su posición hegemónica en el esquema bipolar el mundo. Es necesario auxiliar al mundo subdesarrollado para que mejore su situación, la cual de persistir, representaría el peligro potencial de inducir a la radicalización de las posturas ideológicas y al intento de cambio de las estructuras.

Es dentro de este contexto que se celebra en la Casa Blanca, a fines de 1965, una reunión convocada por el gobierno de Washington para tratar asuntos relativos a la cooperación internacional. A ella asisten altos representantes del mundo oficial y privado de Estados Unidos y ahí se llega, entre otras, a la siguiente conclusión: “En todos los sectores, desde los derechos humanos hasta el control de armamentos, las comunicaciones y los viajes emergen como los únicos 2 métodos por medio de los cuales pueden lograrse los fines de esta Conferencia (la cooperación internacional). Los viajes y comunicaciones no pueden separarse. Los viajes son una amplia forma de comunicación recíproca. Así mismo, la comunicación no puede ser completamente efectiva sin conductos personales. Tales conductos personales sólo pueden lograrse por los viajes”.

Dentro la concepción de cooperación Internacional y, por lo tanto, dentro del contexto político económico, Estados Unidos ve en la comunicación y en los viajes una de las mejores formas de consolidar su posición ideológica, instrumentando las medidas para que el turismo y otros medios de comunicación, penetren culturalmente en las formas de vida de los países subdesarrollados.”.

2.5.- HIPÓTESIS

H1. Las Operadoras aportan al desarrollo turístico del Cantón Pallatanga Provincia de Chimborazo.

2.6.-SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

V.I Operadoras Turísticas.

V.D Desarrollo Turístico.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.-ENFOQUE

La presente investigación será de carácter cualitativo y cuantitativo.

Cualitativo: describe los atractivos turísticos y naturales que posee el cantón como por ejemplo: las ruinas, las cascadas, haciendas, puentes y paraderos también la calidad humana con la reciben los pobladores a los visitantes.

Cuantitativo: se relaciona con las cantidades de atractivos turísticos y naturales, teniendo un inventario y supervisar el estado en el que se encuentran los atractivos turísticos y naturales; además porque se obtendrá datos numéricos los cuales serán tabulados de forma estadística.

3.2.-MODALIDAD

3.2.1. Investigación de Campo

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario Estructurado

El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

3.2.2. Investigación Bibliográfica

Porque se tomara definiciones y se consultara en los diferentes instrumentos en los cuales tenemos textos, monografías, revistas, anuarios y enciclopedias.

3.3.-NIVEL

3.3.1. Exploratorio

Básicamente es el tratamiento estadístico al que se someten las muestras recogidas durante un proceso de investigación en cualquier campo científico.

Se indagara el porqué de las razones y respuestas que obtendremos durante la encuesta.

3.3.2. Descriptivo

En esta etapa se denotara las cualidades y demás aspectos de los instrumentos a evaluar o estudiar.

En si es decir que se describirá las características fundamentales de objeto a estudiarse.

3.4.- POBLACIÓN

En el Cantón Pallatanga existe un ingreso promedio de 372 turistas mensuales, ante lo cual, desde el punto de vista del turismo como un estudio de tipo estructural, se tomaran en cuenta todo el universo investigativo, sin la necesidad del establecimiento de una muestra.

$$n = 372 \text{ encuestados}$$

Tabla #1 Individuos investigados

POBLACIÓN	# Personas	%
Ingreso de Turistas mensuales	372	100%
TOTAL	372	100%

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

3.5.-OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla #2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES
VARIABLE INDEPENDIENTE: OPERADORAS TURÍSTICAS

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Es un sitio asignado para el funcionamiento de Información Turística que permitirá dinamizar la economía de la zona, la que garantiza la correcta funcionalidad y solvencia de una real necesidad de la actividad turística. Las operadoras turísticas son empresas que se dedican a ofertar productos y servicios turísticos.	Información Turística	<ul style="list-style-type: none"> • Material impreso • Orientación • Motivación 	¿A su parecer en que rango se ha dado el desarrollo del turismo?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Estructurado
	Actividad Turística	<ul style="list-style-type: none"> • Deportivas • Asistencia de eventos programados • Esparcimiento • Vinculadas al ambiente natural • Vinculadas al patrimonio histórico-natural 	¿Está conforme con el servicio turístico que se presenta en el Cantón de Pallatanga? ¿Está de acuerdo en que se implemente una Agencia Operadora Turística en el Cantón Pallatanga?	
	Servicios Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Guianza • Atracciones • Complementarios • Hospedaje • Alimentación 	¿Conoce los atractivos turísticos del Cantón Pallatanga? ¿Qué lugares frecuenta durante su visita al Cantón Pallatanga?	

VARIABLE DEPENDIENTE: DESARROLLO TURÍSTICO

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>“Es la actividad económica del conjunto de acciones y relaciones que se originan cuando se efectúa el desplazamiento de personas fuera de los confines de su residencia habitual, con fines de ocio, negocio, aventura, personales, religiosos, de salud, placer, profesionales, etc.</p>	Actividad Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Costos • Gastos • Cantidad • Calidad 	¿Cuánto dura su estadía en el Cantón Pallatanga?	Técnica: Encuesta
	Acciones Relaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación • Distracción 	¿Conoce usted el puente Cornelio Dávila (sal si puedes)?	
	Desplazamiento de personas	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo Turístico • Atractivo Natural 	<p>¿Ha recorrido usted las Ruinas de Palihuayco?</p> <p>¿Ha visitado algún atractivo turístico natural en el Cantón Pallatanga?</p>	Instrumento: Cuestionario Estructurado
	Fines	<ul style="list-style-type: none"> • Ocio • Negocio • Aventura • Salud • Religioso • Profesional • Placer 	¿Qué actividad turística le gustaría realizar en Pallatanga?	

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

3.6.- PLAN DE RECOLECCIÓN

Tabla #3 PLAN DE RECOLECCIÓN

PREGUNTAS BÁSICAS		EXPLICACIÓN
1	¿Para qué?	Para determinar la relación de las Operadoras Turísticas en desarrollo del cantón Pallatanga.
2	¿De qué personas u objetos?	Turistas que llegan al cantón Pallatanga. Propietarios de Agencias de Viajes de Riobamba.
3	¿Sobre qué aspectos?	La creación de un sitio de ventas de paquetes y servicios turísticos.
4	¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador
5	¿Cuándo?	2012
6	¿Dónde?	Cantón Pallatanga - Provincia de Chimborazo
7	¿Cuántas veces?	Una vez
8	¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9	¿Con qué?	Cuestionarios estructurados
10	¿En qué situación?	Con sensibilidad, apertura y flexibilidad.

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Fuente: Entrevistas – Trabajo de campo

3.7.- PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Plan para el procesamiento de la información

- Revisión crítica de la información recogida; es decir que revisaremos minuciosamente los resultados.
- Recolección de datos, en ciertos casos individuales para corregir fallas de ejecución de la encuesta.
- Tabulación y ordenamiento de la información a través de gráficos.
- Estudio estadístico, análisis e interpretación objetiva, verificación de hipótesis.

Análisis e interpretación de resultados

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados.
- Comprobación de la hipótesis o pregunta directriz.
- Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.1 Análisis de los resultados.

PREGUNTA 1

¿A su parecer en que rango se ha dado el desarrollo del turismo?

Tabla #4 Tabulación pregunta 1

CATEGORÍAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
BUENO	22	6%
REGULAR	227	61%
MALO	123	33%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 3 Representación gráfica pregunta 1

DESARROLLO TURÍSTICO



Fuente: Turistas mensuales del Cantón

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: Del 100% de los encuestados el 6% respondió que el rango del desarrollo turístico del Cantón Pallatanga es bueno, el 61% considera que es regular y finalmente el 33% estima que es malo.

INTERPRETACIÓN: Se determina que el desarrollo turístico en el Cantón Pallatanga servirá para fortalecer la actividad socio-económica.

PREGUNTA 2

¿Está conforme con el servicio turístico que se presta en el cantón de Pallatanga?

Tabla #5 Tabulación pregunta 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	182	49%
MALO	86	23%
REGULAR	104	28%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 4 Representación gráfica pregunta 2

SERVICIO TURÍSTICO



Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 49% de los encuestados califican en de bueno el servicio turístico el cantón Pallatanga, el 23% lo califican como malo, el 28% dice ser un servicio regular.

INTERPRETACIÓN: Se detectó que el servicio turístico está acorde a la demanda actual; pero es necesario capacitar y actualizar a los profesionales para brindar un servicio de alta calidad, resaltando que existen profesionales aptos para atender turistas nacionales y extranjeros.

PREGUNTA 3

¿Qué actividad turística le gustaría realizar en Pallatanga?

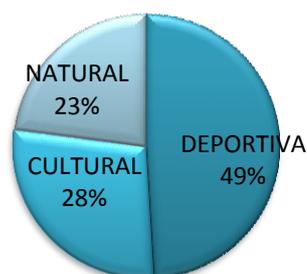
Tabla #6 Tabulación pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEPORTIVA	182	49%
CULTURAL	104	28%
NATURAL	86	23%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 5 Representación gráfica pregunta 3

ACTIVIDAD TURÍSTICA



Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 49% de los encuestados visitan el cantón Pallatanga por actividad deportiva, el 28% lo hace por la actividad cultural mientras que el 23% lo hace por la actividad natural que se puede realizar en dicho cantón.

INTERPRETACIÓN: La actividad deportiva que se realiza actualmente en el Cantón es elemento que cautiva al turista y hace que visite dicho atractivo turístico resaltando los lugares y aplicando estrategias para incrementar el turismo.

PREGUNTA 4

¿Conoce los atractivos turísticos del cantón Pallatanga?

Tabla #7 Tabulación pregunta 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	275	74%
NO	97	26%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 6 Representación gráfica pregunta 4

CONOCE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PALLATANGA



Fuente: Turistas mensuales del Cantón

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 74% de los encuestados si conoce los atractivos turísticos del cantón Pallatanga, mientras que el 26% asegura no conocer los atractivos turísticos que posee el cantón de Pallatanga.

INTERPRETACIÓN: Los atractivos actuales son poco conocidos se determinó que es importante desarrollar un programa de mayor cobertura publicitaria para dar a conocer el inventario turístico que posee el Cantón Pallatanga.

PREGUNTA 5

¿Qué lugares frecuenta durante su visita al Cantón Pallatanga?

Tabla #8 Tabulación pregunta 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EL PARQUE	182	49%
LA IGLESIA	97	26%
LAS HOSTERIAS	93	25%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 7 Representación gráfica pregunta 5

FRECUENCIA DE VISITA



Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 49% de los encuestados ha determinado que lo que visita durante su estadía en el cantón Pallatanga es el Parque Central, el 26% visita la Iglesia, mientras que el 25% visita las Hosterías.

INTERPRETACIÓN: Se determinó que se debe realizar diversas actividades que llamen la atención del turista y se pueda brindar un mejor servicio de buena calidad.

PREGUNTA 6

¿Cuánto dura su estadía en el cantón Pallatanga?

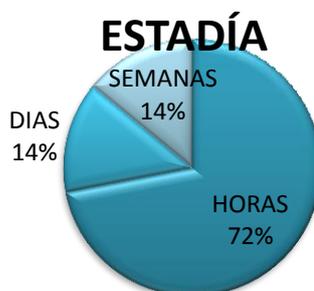
Tabla # 9 Tabulación pregunta 6

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HORAS	268	72%
DIAS	52	14%
SEMANAS	52	14%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 8 Representación gráfica pregunta 6



Fuente: Turistas mensuales del Cantón

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 72% de los encuestados de los visitantes permanece en el cantón Pallatanga por horas, el 14% permanece varios días, mientras que el 14% permanece por varias semanas.

INTERPRETACIÓN: Se determinó que los visitantes permanecen en el Cantón Pallatanga por hora concluyendo en que si se realizaran más actividades donde el turista participe seria la motivación principal para que decida quedarse por un tiempo más prolongado en el Cantón.

PREGUNTA 7

¿Conoce usted el puente Cornelio Dávila (sal si puedes)?

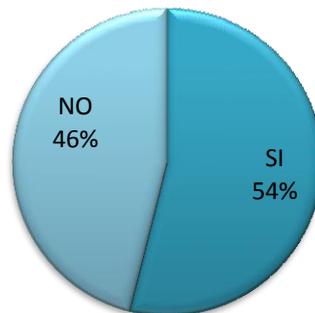
Tabla # 10 Tabulación pregunta 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	201	54%
NO	171	46%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 9 Representación gráfica pregunta 7

CONOCE EL PUENTE CORNELIO DÁVILA "SALSIPUEDES"



Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 54% de los encuestados afirma conocer el Puente Cornelio Dávila más conocido como "Sal si puedes" del cantón Pallatanga mientras que el 46% desconoce que exista este sitio en el cantón.

INTERPRETACIÓN: Mediante el análisis se determinó que la mayoría de los turistas visitan el Puente "Sal si puedes" y se puede implementar deportes extremos donde se interactúe con el turista.

PREGUNTA 8

¿Ha recorrido usted las Ruinas de Palihuayco?

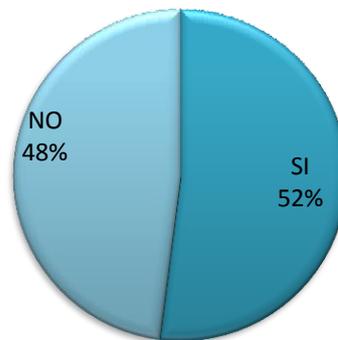
Tabla # 11 Tabulación pregunta 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	193	52%
NO	179	48%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 10 Representación gráfica pregunta 8

RUINAS DE PALIHUAYCO



Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 52% de los encuestados si ha recorrido las Ruinas Palihuayco del cantón Pallatanga, mientras que el 48% no ha recorrido las Ruinas.

INTERPRETACIÓN: las Ruinas son atractivos importantes para captar un flujo turístico y son los lugares más representativos de un Cantón, para realizar actividades de distracción y esparcimiento.

PREGUNTA 9

¿Ha visitado usted algún atractivo turístico natural en el Cantón Pallatanga?

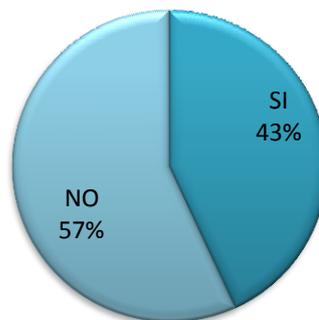
Tabla #12 Tabulación pregunta 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	160	43%
NO	212	57%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 11 Representación gráfica pregunta 9

ATRACTIVO TURÍSTICO



Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 57% de los encuestados no ha visitado ningún atractivo turístico natural del cantón Pallatanga, mientras que el 43% si ha visitado un atractivo natural del cantón.

INTERPRETACIÓN: es importante realizar una ficha técnica de los atractivos turísticos que se encuentran en el Cantón para establecer un itinerario de visita y elaborar un paquete turístico.

PREGUNTA 10

¿Está de acuerdo en que se implemente una Agencia Operadora Turística en el Cantón Pallatanga?

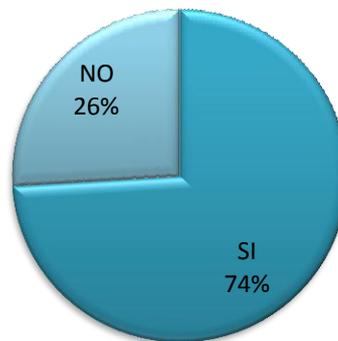
Tabla #13 Tabulación pregunta 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	275	74%
NO	97	26%
TOTAL	372	100%

Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Gráfico N° 12 Representación gráfica pregunta 10

IMPLEMENTACIÓN AGENCIA OPERADORA TURÍSTICA



Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANÁLISIS: El 26% de los encuestados no está de acuerdo en que se implemente una Operadora Turística el cantón Pallatanga, mientras que el 74% si está de acuerdo en que se implementé una Operadora Turística en el cantón de Pallatanga.

INTERPRETACIÓN: se determinó que es necesario elaborar un plan de negocios para la creación de una Operadora Turística en el Cantón Pallatanga, que este capaz de brindar un servicio de excelente calidad para satisfacer las necesidades del turista.

4.2 Verificación de hipótesis

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

H0. La creación de un Agencia Operadora Turística **NO** contribuirá al desarrollo turístico del Cantón Pallatanga.

H1. La creación de una Agencia Operadora Turística **SI** contribuirá al desarrollo turístico del Cantón Pallatanga.

4.2.2 Selección del nivel de significación

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

4.2.3 Descripción de la población

Se ha tomado como referencia para la investigación de campo una muestra del universo total de investigación.

Tabla #14 Población

POBLACIÓN	# Personas	%
Turistas mensuales	372	100%
TOTAL	372	100%

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

4.2.4 Especificación de lo estadístico

Para lo cual se expresará un cuadro de contingencia de 5 filas por 2 columnas con el cual se determinará las frecuencias esperadas.

Tabla #15 Categorías

ALTERNATIVAS	CATEGORIAS		SUB TOTAL
	SI	NO	
4	275	97	372
7	201	171	372
8	193	179	372
9	160	212	372
10	275	97	372
TOTAL	1104	756	1860

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Tabla #16 Frecuencias esperadas

FRECUENCIAS ESPERADAS	
Máximo	220,97
Mínimo	150,03

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro consta de 5 filas y 2 columnas.

Tabla #17 Grados de libertad

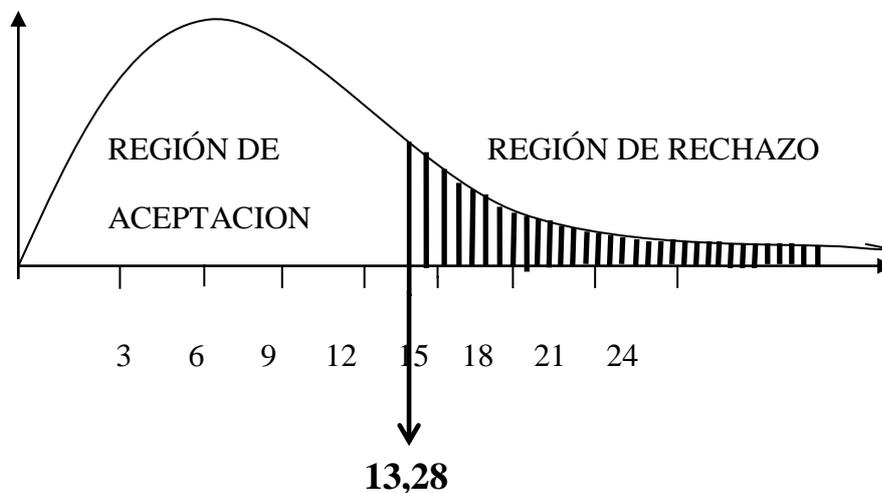
GRADO DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(5-1)	(2-1)
gl=	4	1
gl=	4 * 1	
gl=	4	
		X²T = 13.28

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Por lo tanto con 4 grados de libertad y a nivel 0.01 de significación la tabla de $X^2T = 13.28$, por tanto si $X^2C \leq X^2T$ se aceptará la H_0 , caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

Gráfico N° 13 Representación gráfica de grados de libertad

La representación gráfica sería:



Fuente: Turistas mensuales del Cantón
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

4.2.6 Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Para esto se utilizará la siguiente fórmula:

$$X_2 = \frac{\sum (O-E)^2}{E}$$

Tabla #18 Grados de libertad

O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
160	220,97	-60,97	3717,34	16,8228
212	151,03	60,97	3717,34	24,6132
275	220,97	54,03	2919,24	13,2110
97	151,03	-53,60	2872,96	19,3288
201	220,97	-19,97	398,80	1,8047
171	151,03	20,40	416,16	2,7554
193	220,97	-27,97	782,32	3,5403
179	151,03	27,97	782,32	5,1798
275	220,97	54,03	2919,24	13,2110
97	151,03	-54,03	2919,24	19,3288
1860	1860			119,79

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

X²C

CONCLUSIÓN

Como se puede observar X²C (119,79) es mayor que X²T (13,28); por tanto se acepta la hipótesis alternativa H1 La creación de una Agencia Operadora Turística **SI** contribuirá al desarrollo turístico del Cantón Pallatanga., y con esto se ha verificado la hipótesis satisfactoriamente.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Considerando los elementos anotados, se llega a las siguientes conclusiones generales:

- ✓ El Desarrollo Turístico del Cantón Pallatanga es de carácter promedio.
- ✓ La infraestructura y Supraestructura del Cantón Pallatanga se encuentra en un nivel medio de crecimiento.
- ✓ La mayoría de los encuestados se encuentran deseosos por ser partícipes de fomentar el desarrollo turístico del Cantón.
- ✓ Las acciones que se han tomado para elevar el desarrollo del turismo en el Cantón Pallatanga han sido el principal factor para que el crecimiento turístico se posea en un nivel intermedio.
- ✓ Los encuestados están de acuerdo en que es necesario implementar una Operadora Turística.

RECOMENDACIONES

- ✓ Elevar el Desarrollo Turístico del cantón Pallatanga; ya que posee gran potencial y recursos naturales turísticos para potencializarse como un atractivo turístico.
- ✓ Capacitar al personal turístico para que brinde servicios de excelencia y con calidad.
- ✓ Proponer planes estratégicos para captar mayor flujo turístico al Cantón.
- ✓ Elaborar un Plan de Negocios para la creación de una Operadora Turística en el Cantón Pallatanga.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

TÍTULO: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

PROVINCIA : CHIMBORAZO

CANTÓN : PALLATANGA

PARROQUIA : LA MATRIZ

ORGANIZACIÓN : POLITICA- CANTONAL

FECHA DE FUNDACIÓN : EL CANTÓN PALLATANGA

SE LEGALIZO EL 13 DE MAYO DE 1986

LÍMITES: Norte: Cantón Colta

Sur: Cantón Cumandá

Este: Guamote y Alausí

Oeste: Provincia del Guayas

POBLACIÓN PALLATANGA : **11.722** habitantes (censo 2001).

EXTENSIÓN : 270 km² (EID 2020)

CLIMA : **TEMPLADO**

TEMPERATURA	: 20° C
ALTITUD	: 1.200 hasta 1.462 msnm
Distancia desde la capital	: 136 km, (2 horas 15 minutos velocidad promedio de 60 km/h)

Fuente: Formación de Productos Turísticos. Noviembre 2010.

Investigadora: Moyano Tapia Nidia Liseth

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA PLAN DE NEGOCIOS

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tomó como antecedente investigativo la tesis titulada “PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE DEPORTE DE TURISMO EXTREMO EN EL ECUADOR” febrero 2010 realizada por Elizabeth Luisa Vela Gárate, Mayra Gabriela Soto Fernández, Diana Carina Miranda Rivadeneira de cual se extrajo las conclusiones y recomendaciones más relevantes y originales, en vista que existía mucha similitud en cada uno de los aportes concluyentes de los autores, ya que se concluyó que es necesario proponer nuevas alternativas sobre actividades turísticas, que serán de gran interés para los turistas ya sean nacionales o extranjeros lo cual propiciará una gran afluencia de los mismos y una gran fuente de ingreso económico para el progreso del Cantón Pallatanga. Es por eso que se establece claramente que existe una demanda potencial importante. La elaboración de paquetes turísticos con las nuevas rutas incrementará el número de visitantes a la Provincia, mantener el interés de realizar nuevas investigaciones e impulsar a todos los ciudadanos a realizar turismo con por ejemplo feriados y los denominados puentes para que de este modo los visitantes y los mismos ciudadanos puedan disfrutar de las alternativas en turismo que se brinda.

6.3 JUSTIFICACIÓN

La elaboración de ésta propuesta de tesis se basa en apostar al desarrollo del turismo dentro del Cantón Pallatanga ya que presenta diversidad de atractivos turísticos que se potencializan por su biodiversidad, su riqueza cultural y natural por su gastronómica.

El Plan de Negocios es la principal herramienta que permitirá la implementación de una Operadora Turística como una entidad que genera servicios de excelencia y calidad para los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón Pallatanga, permitirá realizar alianzas estratégicas con los prestadores de servicios turísticos y buscar canales de comercialización más adecuados que permitan llegar de manera eficaz y oportuna hacia el turista.

La Operadora Turística ofrecerá servicios de manera personalizada para cada segmento de mercado, que permitirá satisfacer las necesidades de los visitantes brindando un servicio de calidad y a un precio razonable, el principal objetivo es desarrollar el turismo de una manera organizada en el Cantón Pallatanga perteneciente a la Provincia de Chimborazo.

Basada en los resultados de la investigación se constata la importancia el Cantón Pallatanga como destino turístico, eventos y convenciones; Debido a su ubicación central en el país, las diferentes actividades productivas del Cantón de Pallatanga, la gran variedad de atractivos turísticos, es así conocida como una un Cantón de mejor productividad económica de la Provincia de Chimborazo. El Plan de Negocios, es la principal herramienta que permitirá la actuación de una Operadora de Turismo como unidad organizadora y coordinadora responsable de la realización de paquetes turísticos en el Cantón Pallatanga, permitirá dirigirse a los mercados de las diferentes industrias y aprovechar los canales de comercialización más adecuados que faciliten llegar a ellos de forma eficaz y eficiente.

6.4 OBJETIVOS

Objetivo General

- Elaborar un Plan de Negocios para el funcionamiento y la implementación de una Agencia de Viajes en el Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo.

Objetivos Específicos

- Inventariar los atractivos turísticos que existen en el Cantón Pallatanga.
- Promover el Turismo en la zona centro de los Andes y así fomentar el desarrollo turístico del Cantón Pallatanga.
- Realizar un análisis financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.
- Desarrollar paquetes turísticos innovadores para los diferentes segmentos de mercados existentes en el Cantón.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

FACTIBILIDAD OPERATIVA

La propuesta de la elaboración de un plan de negocios para la implementación de una Operadora Turística en el Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo, debe ser ejecutada, de fácil comprensión para que pueda ser entregada y ejecutada por todo tipo de persona que desee ponerla en práctica, es así que se considera el desarrollo y aplicación de la presente propuesta como operativamente factible. El mismo estaría integrado por los empresarios turísticos de la provincia (socios).

FACTIBILIDAD ECONÓMICA

Análisis y presentación de indicadores que muestran la posibilidad de ejecutarse dicho proyecto en función de la disponibilidad de recursos.

Cuadro: Factibilidad Económica.

Tabla #19 Factibilidad Económica

INDICADORES	ESCALA				
	1	2	3	4	5
Participación de los empresarios turísticos.					X
Sostenibilidad del proyecto durante la etapa de ejecución.					X
Aceptación de la implementación del proyecto				X	
Resultado: El presente proyecto tendrá altas posibilidades de respaldo financiero debido a las características socio-económicas que presenta.					

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Una vez establecidos los indicadores y su ponderación en una escala del 1 al 5 siendo uno no factible y el cinco como suprema mente factible, se concluye que el proyecto es económicamente posible.

La inversión inicial es el dinero necesario para implantar el proyecto y ponerlo en marcha lo cual incluye: muebles y enseres, equipos de computación, línea telefónica, gastos de operación y de constitución de la operadora turística.

A continuación se muestra un cuadro resumen de la inversión total del proyecto.

Tabla #20 Inversión

DETALLE DE INVERSIÓN	VALOR TOTAL
Muebles y Enseres	4.000
Equipos de Computación	2.500
Línea telefónica	150
Gastos de constitución	2.000
Implementos Deportivos	2.000
Adecuación del Vehículo	5.000
Extras o imprevistos	3.000
TOTAL INVERSIÓN	18.650

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

6.6 FUNDAMENTACIÓN

Operadoras Turísticas

Empresa es una compañía mayorista que se encarga de la contratación de servicios de alojamiento, restaurantes, empresas de transporte, etc. y los revende al usuario final, muchas veces armando paquetes de vacaciones. La Operadora Turística contribuye a la integración del sector, al desarrollo Turístico y Económico de Cantón Pallatanga, al cumplimiento de los planes turísticos. La metodología de un Plan de Negocios es un modelo de planificación sistemática, el plan de planes usualmente utilizado para un periodo de uno a tres años. El plan de negocios define a una empresa, identifica los resultados a ser alcanzados y le sirve de carta de presentación ante entidades auspiciantes, clientes, actores involucrados y posibles financistas.

Todas las organizaciones empresariales tienen hoy varias dificultades que sortear; que sean estas de carácter competitivo, de mercado, estructura organizacional, etc.

Pero existen también una serie de herramientas de administración y planificación, que ha ratificado su importancia a nivel mundial por los resultados que esta ha brindado a todo tipo de organización, esto es el Plan de Negocios.

El Plan de Negocios define su empresa, identifica sus metas y le sirve de carta de presentación ante terceros, es útil para establecer los objetivos a corto plazo y para definir los pasos necesarios para lograrlo. El Plan de Negocios puede tener un propósito operativo y/u otro de propuesta financiera.

Es una herramienta utilizada para el control gerencial a corto plazo, en la ejecución del Plan Estratégico de la empresa y como presentación para atraer capital de riesgo, para la creación de una nueva línea de servicios y productos.

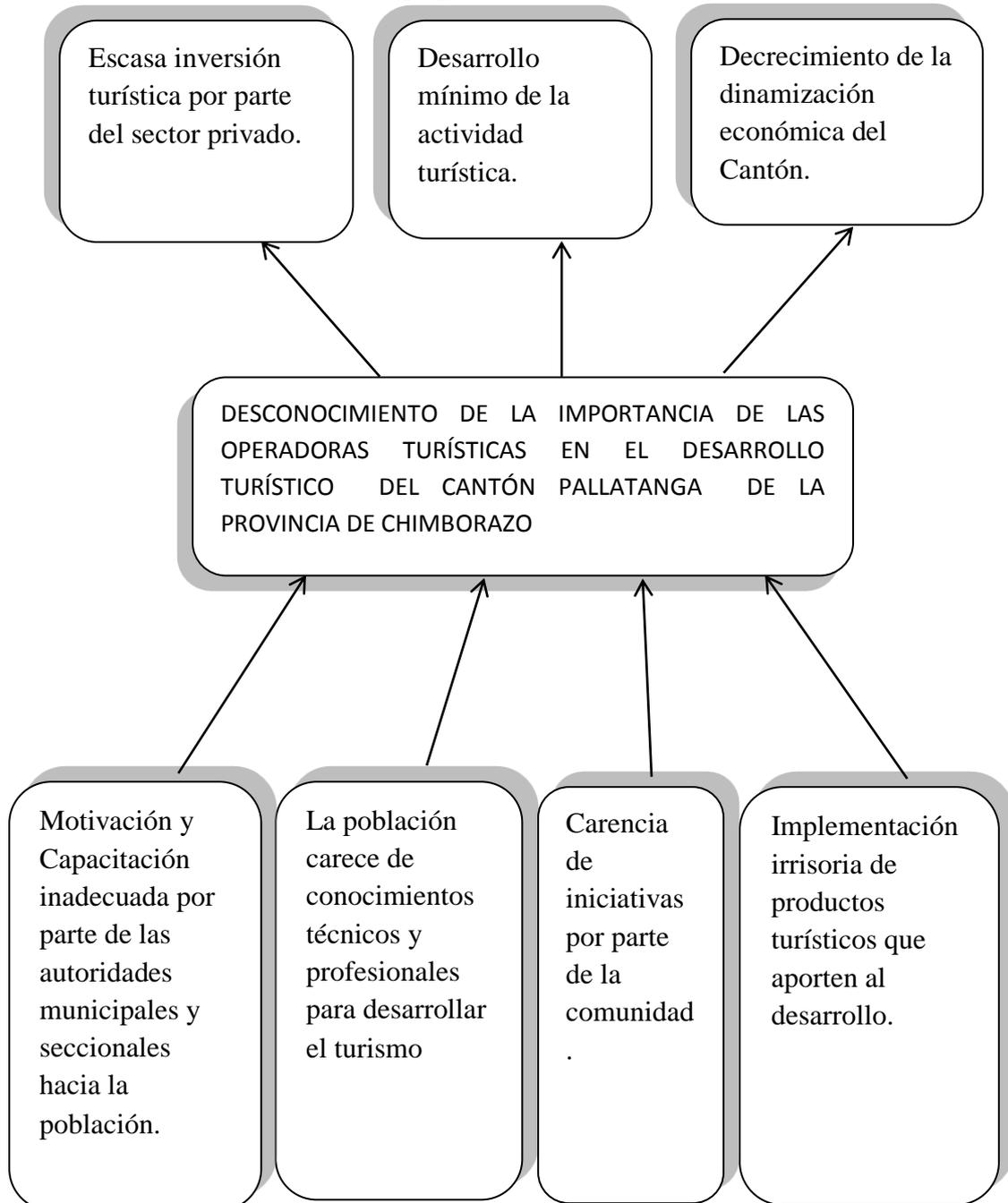
El Plan de Negocios determina los planes en materia de producción, recursos humanos, distribución, almacenamiento, servicio al cliente y facilidades logísticas, establece las necesidades financieras del negocio para lo cual aporta un estado de pérdidas y ganancias proyectadas, un análisis de proyecto de flujo de fondos y finalmente unas conclusiones y comentarios.

6.7 METODOLOGÍA

Para la actual propuesta se utilizará el sistema de marco lógico (sml), que comprende el detalle de actividades componentes, propósitos y fines de nuestro plan central de investigación, para lo cual se utilizara el árbol de problemas precedente y luego se lo convertirá a marco lógico.

6.7.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS

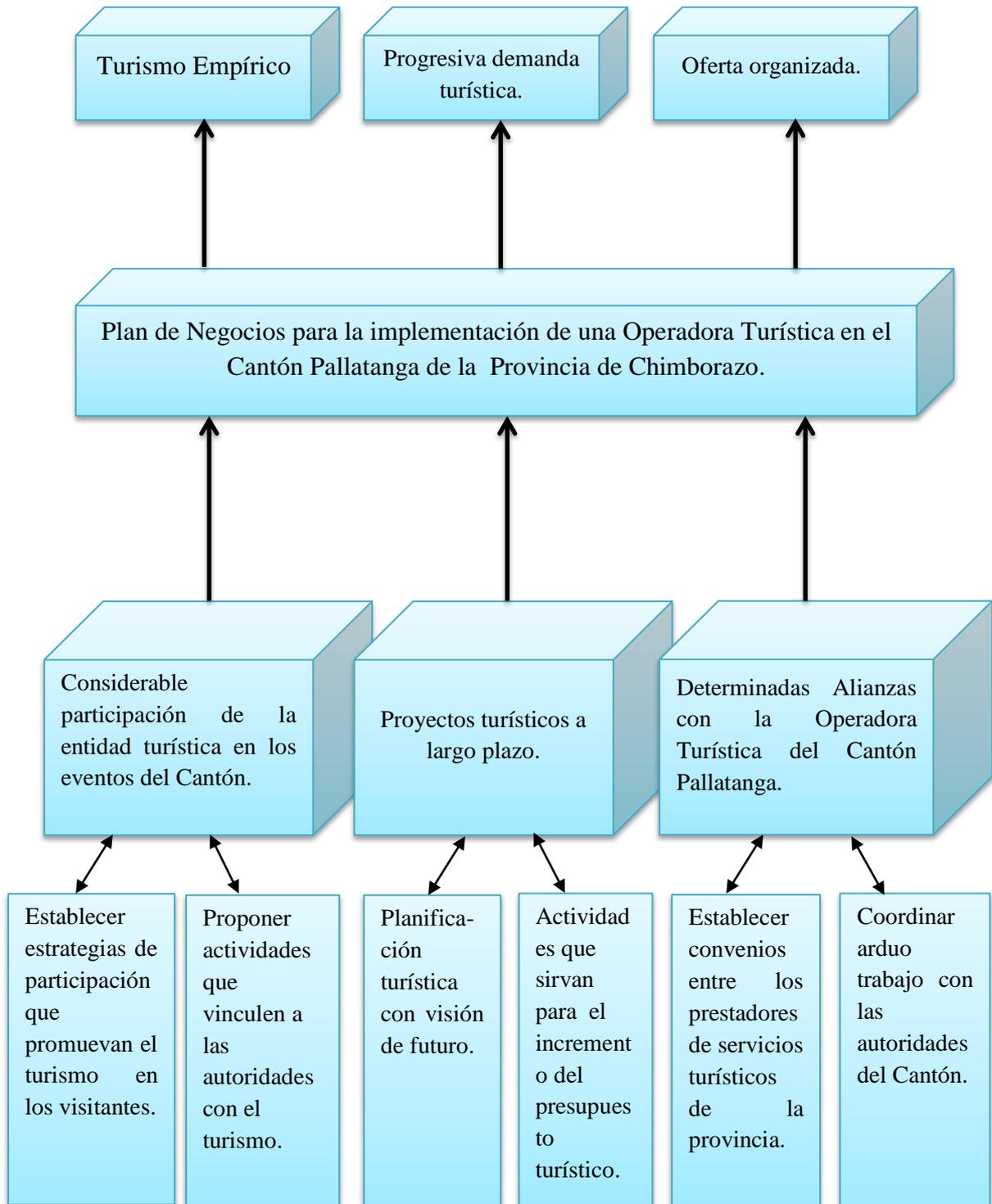
Grafico #14Arbol de Problemas (propuesta)



Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

6.7.2 ÁRBOL DE OBJETIVOS

Grafico #15 Árbol de Objetivos
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)



6.7.3 DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Finalizada la fase de análisis, y partiendo de esta información tan detallada y extensa obtenida a partir de las encuestas, reuniones y levantamiento de textos, se comenzó a trabajar en la segunda fase, que corresponde a la fase de estrategia, el plan de negocios para la implementación de la Operadora Turística.

MODELO DE PLAN DE NEGOCIOS

El Plan de Negocios desarrolla conceptos, enfoque e instrumentos básicos orientados a garantizar la factibilidad técnica, económica y financiera de un proyecto turístico. Este instrumento traza el perfil del negocio y desarrolla los planes de mercadeo, recursos humanos, inversiones y organización para ponerlo en marcha los componentes más relevantes, sobre los cuales las comunidades han de buscar consensos, se enuncian sucintamente como sigue:

1. Precise su idea de negocio

El Emprendedor formula su idea de negocio preliminar, precisando el producto turístico, o sea, los atractivos que desea valorar, los servicios que proveerá y las actividades que se propone realizar con el visitante. Por el momento, no se abordan las facilidades o el equipamiento para su funcionamiento.

2. Planificación Estratégica

En esta etapa se define la misión y visión de la empresa, se realiza el análisis del entorno y se establecen los objetivos estratégicos comerciales.

3. Se realiza el Estudio de Mercado

Se realiza el estudio del universo, se obtiene la muestra y se aplican las encuestas. Además se identifica a sus clientes potenciales precisando el perfil de los mismos; es decir: sus motivaciones de viajes, sus características socio-demográficas, sus gustos y preferencias acerca de las actividades y servicios, y su comportamiento de viaje, o sea, el tiempo de estadía y los gastos promedio esperados por día.

4. Se define la Estructura Técnica del Producto

Se analiza el inventario del Patrimonio Natural y Cultural, en esta fase el emprendedor identifica, clasifica y evalúa su potencial turístico, gracias al análisis de los atractivos con los que cuenta y que desea transformaren recursos a valorar a través del mercado. Luego se conforma el producto turístico a través de precios, circuitos itinerarios y costos de los paquetes.

5. Plan de Recursos Humanos

Se define las características y el número de personas que se requieren para operar el negocio, en función de cada área operativa y servicio en particular; es decir, las calificaciones, la experiencia laboral y las motivaciones de los trabajadores. Ello se complementa con la forma de organización (organigrama funcional) y los estímulos para un óptimo aprovechamiento del recurso humano.

6. Análisis Financiero de la Empresa

Con la información y los análisis anteriores, el emprendedor estará en capacidad de estimar todos los gastos que deberá solventar para comenzar a operar su negocio. Además, conocerá las fuentes de financiamiento que pueden complementar sus recursos y las condiciones de acceso a las mismas.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN EL CANTÓN PALLATANGA

Idea del Negocio

Descripción de la Empresa

Este proyecto está relacionado directamente con la actividad turística. Será una empresa que oferte productos y servicios turísticos de acuerdo con las necesidades actuales de la demanda

La Operadora de Turismo se llamará "SAMBITRAVEL TOURS", se dedicará a la venta de paquetes turísticos con servicios integrados; el turismo será tanto de aventura como de naturaleza, de cultura e historia. La empresa se ubicara en un sitio estratégico del cantón que le resulte al turista de fácil acceso; contará con una oficina adecuada para recibir a futuros clientes.

Planificación Estratégica

Misión

Posicionarse como una de las más prestigiosas operadoras de turismo, ofertando la mejor calidad en servicio, explorando los recursos turísticos naturales con calidad y acoplándose a las necesidades de cada turista siempre actuando con absoluta responsabilidad y seriedad en la planificación de los paquetes turístico de nuestros clientes de manera exclusiva y personalizada.

Visión

Ser una operadora líder a nivel nacional con una meta base de 5 años. Brindar un excelente servicio turístico a clientes nacionales e internacionales y además consolidar la organización en la operadora. Lograr en menos de dos años ser una empresa merecedora de la plena confianza de clientes, proveedores y colaboradores. Lograr Que Pallatanga sea reconocido como un destino del Turismo y se consolide como líder en el centro de la Provincia de Chimborazo.

Objetivos Estratégicos

- ✓ Crear paquetes turísticos innovadores.
- ✓ Anunciar nuestra Operadora a través de una página web en el internet.
- ✓ Captación y sostenibilidad de los Turistas.
- ✓ Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.

Estrategias para la promoción

- ✓ Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.
- ✓ Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- ✓ Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.
- ✓ Ofrecer descuentos por cantidad o descuentos por temporadas.

Análisis del Entorno

Es importante conocer los factores externos que de una u otra forma pueden afectar al funcionamiento, desarrollo y posicionamiento a corto, mediano y largo plazo, por esta razón se analizarán los factores externos que pueden beneficiar y perjudicar a la operadora de turismo.

No se analizarán las fortalezas y debilidades de la empresa, en vista que es un ente que recién se forma, por tanto no se puede hacer un análisis de la situación y funcionamiento interno de la misma. Se detalla el análisis situacional para la operadora.

a. Oportunidades

- 1) En el cantón Pallatanga el turismo cultural e histórico combinado con el de naturaleza no ha sido aún desarrollado en su totalidad, por tanto la operadora "SAMBITRAVEL TOURS" tendrá la oportunidad de desarrollar este producto.

- 2) El cantón de Pallatanga y la Provincia de Chimborazo cuentan con un inventario de atractivos turísticos, mismos que son esenciales para la creación de productos y servicios.
- 3) La infraestructura turística ha mejorado en los últimos años y permitirá a la operadora ofrecer a los turistas un mejor servicio.
- 4) Las políticas de gobierno están dando más prioridad al turismo y están invirtiendo en áreas débiles y no aprovechadas, como la promoción de Ecuador a nivel internacional y la asignación de partidas presupuestarias.

b. Amenazas

- 1) El segmento de turistas nacionales en su mayoría no viajan por medio de agencia u operadora, lo hace por su propia cuenta.
- 2) El poder adquisitivo del turismo nacional con respecto a los presupuestos para viajes es limitado.
- 3) Muchos turistas internacionales viajan en la actualidad como conocidos "mochileros", es decir sin agencia u operadora y optan por pagos de alojamiento, turismo, etc., de forma barata, lo cual hace que se pierda ese segmento de mercado.
- 4) La situación económica nacional e internacional podrían elevar el costo de los productos y servicios turísticos a todo nivel.

Estudio de Mercado

Análisis de la Demanda

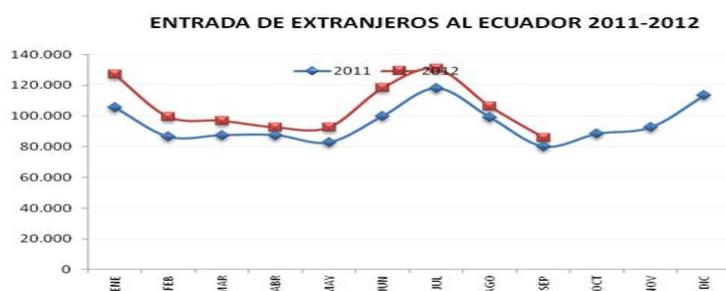
El crecimiento sostenido del movimiento de pasajeros con fines turísticos, entre países y al interior de los mismos, es un hecho característico de la década actual.

El nivel de los flujos turísticos, las motivaciones del viaje, las preferencias por determinados destinos y épocas para viajar, el grado de satisfacción o descontento, la duración de la estadía y el gasto turístico, son algunas de las variables fundamentales para elaborar políticas destinadas al crecimiento de esta industria "sin chimeneas" que genera cada vez más divisas a los países de la

región. Al Ecuador vienen desde distintas partes del mundo, y se distribuyen de la siguiente forma:

INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.- Durante el mes de SEPTIEMBRE del 2012 llegaron al país un total de 85.986 extranjeros. Comparado con el año anterior existe un aumento de visitantes ya que en SEPTIEMBRE del 2011 ingresaron un total de 80.083 visitantes.

Gráfico N° 16 Entrada De Extranjeros



Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Tabla # 21 Entrada De Extranjeros

Ciudad visitada	# visitantes	Porcentaje
TOTAL	805261	100
Quito	247054	30.68
Guayaquil	147765	18.35
Cuenca	55321	6.87
Puerto Baquerizo	45578	5.66
Otavalo	36478	4.53
Baños	24238	3.01
Riobamba	23916	2.97
Manta	19890	2.47
Salinas	13931	1.73
Latacunga	12401	1.54
Ambato	10307	1.28
Mindo	9985	1.24
Loja	9341	1.16
Atacames	8294	1.03
Otros (menores a 1%)	140760	17.48

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Plan de Recursos Humanos

Requerimientos del Personal

Para proceso de investigación, diseño, promoción, venta y operación de la empresa será necesario contar con el siguiente recurso humano:

- ✓ Accionistas
- ✓ Gerente
- ✓ Secretaria
- ✓ Guía
- ✓ Chofer
- ✓ Contadora
- ✓ Counter Nacional
- ✓ Publicista

LOGOTIPO DE LA OPERADORA

Gráfico N° 17 LOGO DE LA EMPRESA



TARJETAS PERSONAL DE PRESENTACIÓN

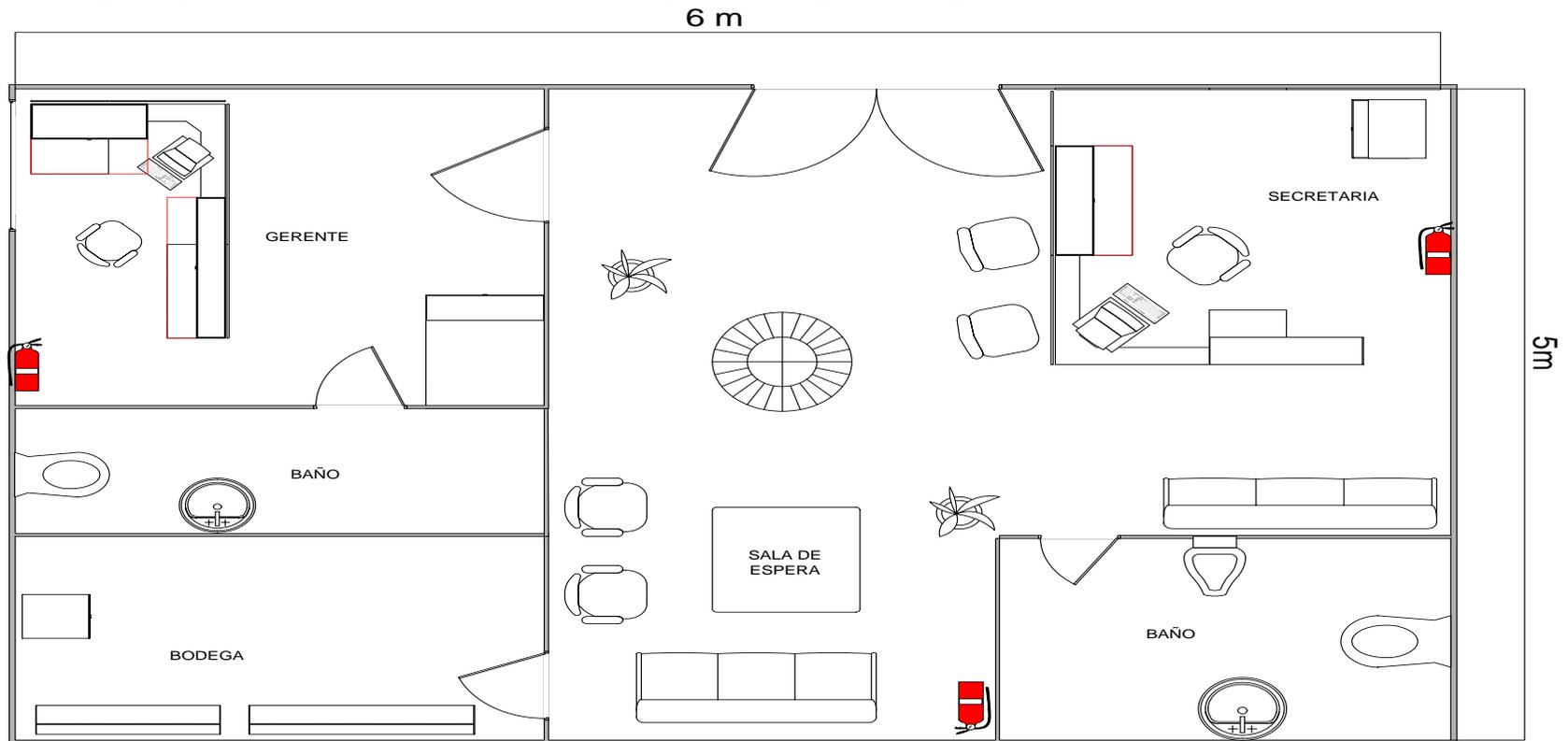


Telef: 0984160987
Email: nidia_lis@hotmail.com

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

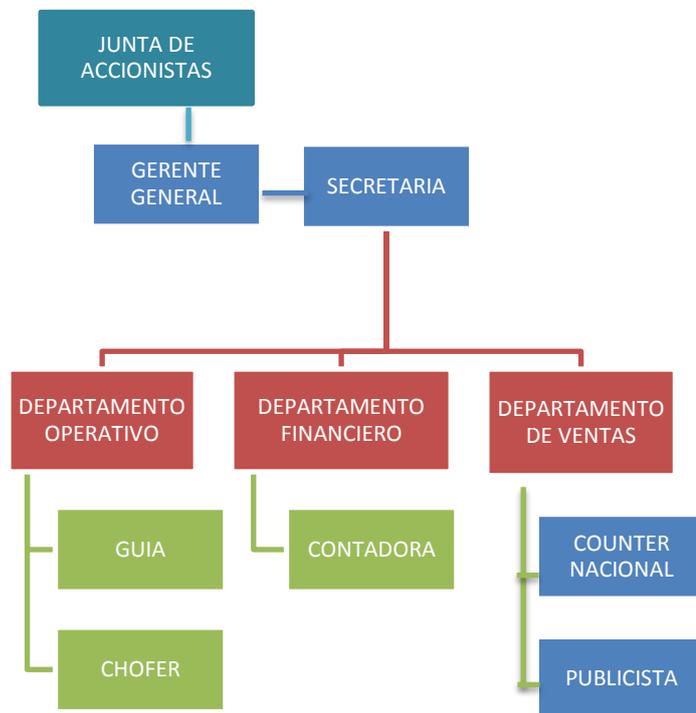
Gráfico N° 18 Distribución de las Instalaciones de la Operadora de Turismo "SAMBITRAVEL TOURS"
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012) dimensiones (6metros de ancho y 5metros de largo, con una superficie de 30m2)



"SAMBITRAVEL TOURS" CIA. LTDA.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico N° 19 Organigrama Estructural de la Operadora de Turismo "SAMBITRAVEL TOURS"



Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Inventario de atractivos naturales y culturales

a. Atractivos Naturales

Los atractivos naturales son todos los elementos que pertenecen a la naturaleza los mismos que deben ser vistosos para el ser humano y determinada para la utilización y el aprovechamiento de su belleza para fortalecer al turismo natural.

La variedad de atractivos que se pueden encontrar en el cantón Pallatanga según la fundación Ecuatoriana de Estudios ecológicos “Ecosistema”, la cual realizó el Sistema de monitoreo socio ambiental el Ecuador así Pallatanga posee varias zonas de vida como son el Páramo seco, Páramo herbáceo, Bosque siempre verde montano alto de los andes occidentales, Bosque de neblina montano de los andes occidentales, Matorral seco montano de los andes del centro y norte, Bosque siempre verde montano bajo de los andes occidentales, Bosque siempre verde pie montano de la costa, Bosque semideciduo montano bajo de los andes occidentales.

Dentro de los principales atractivos turísticos naturales del cantón Pallatanga con jerarquización III tenemos un total de 4 atractivos, con jerarquización II posee 9 atractivos entre los más importantes se encuentra la cascada Santa Rosa cual ofrece a turistas nacionales e internacionales variedad de flora y fauna con su principal atractivo su cascada y su río , se encuentra localizada en la comunidad que posee su mismo nombre, a continuación describiremos en el cuadro No 1 los atractivos naturales del cantón Pallatanga.

Atractivos turísticos

Primero que nada el Clima y de ahí se deriva todo lo demás.

* La cascada El Dorado. Se halla a 13 km de la cabecera cantonal, recorriendo la carretera Panamericana. Esta cascada toma el nombre a causa de un mineral que

le confiere esta tonalidad. Está compuesta de dos saltos, el primero de 2,5 m y el segundo de 13 m de altura.

* Caídas de agua en el sector Chazazal. Las dos cascadas pueden ser visitadas en el transcurso de un sendero turístico.

* Cascada de Huaro (la del Fantasma) una espectacular caída de agua del Río Coco, en forma de tubería esculpida en la roca, recorriendo un sendero que te demoras un día en el bosque nublado más espectacular de la provincia.

* Cascada de San Jorge de ochenta metros de caída. Cascada de la quebrada Sale si Puedes, a pocos kilómetros del puente Cornelio Dávalos (sal si puedes).

* Bosque nublado con una variedad de orquídeas ven y conoce su historia de haciendas, trapiches, nobleza, machos, las mujeres más guapas de la provincia de antaño, sus hombres forjando un futuro y mucho más.

* Caída de agua en las Rosas, de unos 30 metros del Río Mahuazo.

* Cascada de San Rafael, por el camino antiguo a Riobamba, la cascada de la Soledad en medio de bosque virgen.

* Las caídas de agua de Jaluví.

* Los páramos de Bushcut, Panza, las montañas o bosques nublados primario. Su ríos de agua pura y cristalina como el río Coco, Hushishi, Multitud, Panza, Jiménez, Palma, Chimbo, Pangor, Mahuazo.

* En el sector de Chazazal se hallan dos caídas de agua que tienen el mismo nombre el primero se halla a una distancia de 500 metros aproximadamente del inicio del sendero con una dimensión de 15 metros por 2 de ancho, y la otra caída es a 1 km, Del inicio del sendero esta tiene una caída de 13 metros y 1 metro de ancho, las cascadas son de poco caudal.

* La Hostería El Pedregal halla muy cerca de la cabecera cantonal esta hostería cuenta con amplias y confortables habitaciones sencillas doble y triples a más de

esto ofrecen caminatas por el sector es visitada mayoritariamente por gente de Guayaquil. Las cinco cascadas se hallan a 5 Km. de la Hostería El Pedregal tomando un camino de segundo orden el acceso es fácil, esta cascada consta de cinco caídas de agua la primera es de 4 metros la segunda de 2 metros la tercera de un metro la cuarta de 6 metros y la última de 10 metros actualmente se están construyendo un sendero para acceder hasta la primera caída de agua.

* El puente Cornelio Dávalos Donoso es una de las pocas edificaciones en este estilo construido en nuestro país su construcción fue difícil debido a la gran quebrada que tuvo que atravesar como es la quebrada del río Sal Si Puedes de 60 metros de altura.

b. Atractivos Culturales

Los atractivos culturales son todos aquellos que dan autenticidad a un sitio determinado los mismos que son identificados a través del tiempo y de su historia del manejo de los mismos y de la conservación de su gente.

Los atractivos culturales son todas las manifestaciones tangibles o intangibles producidos por la sociedad que los diferencian de otros sitios conservando su cultura popular, comunidades tradicionales, lenguas indígenas, artesanías, artes populares, vivienda, vestimenta, religión, ritos, música, etc.

En el cantón Pallatanga podemos citar un sin número de manifestaciones y atractivos culturales dentro de los más importante posee las Ruinas de Palihuaico ubicadas a 14 Km de la Población de Pallatanga en la Hacienda San Nicolás a unos 1100 m.s.n.m. Su construcción se cree pertenece a 1530 D.C. Su estructura es de piedra tallada, se destaca su técnica constructiva y su distribución especial típica precolombina, a continuación en el cuadro No. 2 se detalla los atractivos culturales.

Análisis de costos y fijación de precios

Tabla # 22 Análisis de costos

RUBROS	CANTIDAD	TOTAL EN DÓLARES
COSTOS VARIABLES		
Hospedaje	1	9.00
Desayuno	1	3.00
Box lunch	1	2.50
Cena	1	4.00
Servicios	1	5.00
Almuerzo	1	3.50
Entradas a piscinas	1	2.00
Souvenir	1	1.00
Subtotal		30
Comisiones	10%	3.00
Total costos variables		33.00
COSTOS FIJOS		
Gastos administrativos	12%	3.96
Gasolina	3	15.00
Total costos fijos		18.96
Total fijos y variables		51.96
Utilidad	30%	15.59
Retención en la fuente	1%	0.52
IVA	12%	6.24
PRECIO DE VENTA		74.31

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

- **PRESUPUESTO DE INGRESOS**

Tabla # 23 Presupuesto de Ingresos

CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
70	Paquetes Turísticos	74,31	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	5.201,70	62.420,40	68.662,44	75.528,68	83.081,55	91.389,71
TOTAL INGRESOS			5.201,70	62.420,40	68.662,44	75.528,68	83.081,55	91.389,71											

Fuente: Presupuesto
Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Presentación Técnica

- Nombre del paquete: LA AVENTURA DE LAS CASCADAS
- Codificación: CT1
- Duración: 2 días – 1 noche
- Carácter: naturaleza, gastronomía y relax
- Tiempo de actividades:
Día 1: desde las 11:00 hasta 19:30
Día 2: desde 08:00 hasta las 20:00
- Descripción de actividades

DÍA 1

Recibimiento a los turistas y check-in

Almuerzo (comida típica)

Visita a la ruta de las cascadas (el Dorado, el Huaro conocida como la del fantasma, San Jorge, quebrada Sale si puedes, San Rafael).

Cena

Descanso, piscina (opcional jacuzzi) complejo recreacional OLYMPUS

DÍA 2

Desayuno (comida típica) charla itinerario y check-out

Salida atractivo las ruinas del Palihuaico a 15 km del Cantón Pallatanga, ubicada en la Hacienda San Nicolás.

Lunch

Despedida, agradecimiento y entrega de Souvenir

Itinerario

DÍA 1		
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
11:00	Recibimiento turistas y check-in	Hostería SILLAGOTO
12:30	Almuerzo (comida típica)	Hostería SILLAGOTO
14:00 – 17:00	Visita y expedición a la ruta de las Cascadas	Cascada el Dorado, Cascada el Huaro conocida como la del fantasma Cascada San Jorge Quebrada Sale si puedes Cascada San Rafael
18:00	Retorno	Hostería SILLAGOTO
19:00	Cena	Hostería SILLAGOTO
20:00	Descanso Piscina(opcional jacuzzi)	Complejo recreacional OLYMPUS

DÍA 1		
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
08:00	Desayuno ligero(comida típica) charla de itinerario a seguir y check-out	Hostería SILLAGOTO
09:00	Salida atractivo	Las ruinas del Palihuaico a 15 km del Cantón Pallatanga, ubicada en la Hacienda San Nicolás.
14:00	Lunch	Hacienda San Nicolás
15:30	Despedida, entrega de Souvenir	Oficina Operadora

MANUAL DE FUNCIONES

Tabla # 24 manual de funciones GERENTE "SAMBITRAVEL TOURS"

OPERADORA DE TURISMO "SAMBITRAVEL TOURS" S.A MANUAL DE FUNCIONES	
Título del Puesto:	GERENTA GENERAL
Naturaleza del Trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Ejecución de labores de control y coordinación entre cada uno de los departamentos.
Tareas típicas	<ul style="list-style-type: none">• Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la compañía.• Presentar un informe anual de labores• Presentar ofertas a nombre d la compañía en licitaciones, ferias y bolsas de turismo, concursos de precios y ofertas.• Contratar empleados.• Administrar la Compañía.• Contratar los prestadores de servicios y ocuparse de sus pagos.• Supervisar el trabajo de los funcionarios y empleados.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none">• Licenciatura en Turismo y Hotelería, Ecoturismo.• Conocimiento en Administración de Empresas Turísticas.• Dominio del idioma inglés.
Características de la clase	<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad en la conducción de cada uno de los departamentos de la empresa.
Subrogación	En caso de ausencia será reemplazado por quien designe los Accionistas.
Dependencia	<ul style="list-style-type: none">• Jerárquicamente depende de los Accionistas de la empresa

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Tabla # 25 manual de funciones SECRETARIA "SAMBITRAVEL TOURS"

OPERADORA DE TURISMO "SAMBITRAVEL TOURS" S.A MANUAL DE FUNCIONES	
Título del Puesto:	SECRETARIA
Naturaleza del Trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Facturar y organizar la documentación legal de la operadora.
Tareas típicas	<ul style="list-style-type: none">• Brindar a su jefe apoyo incondicional en las tareas establecidas.• Vigilar los procesos a seguir dentro de la operadora.• Brindar apoyo a todos los departamentos.• Aptitudes para la organización.• Habilidades para el planeamiento, motivación, liderazgo y toma de decisiones.• Realizar evaluación periódica a los proveedores para verificar el cumplimiento y servicio de estos.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none">• Graduada o egresada de la carrera de Contabilidad.• Conocimiento de paquetes utilitarios.• Dominio del idioma inglés.
Características de la clase	<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad en la conducción de los departamentos de la empresa.
Subrogación	En caso de ausencia temporal por quien designe el Gerente General
Dependencia	<ul style="list-style-type: none">• Jerárquicamente depende del Gerente General y ante el responderá por el cumplimiento de sus deberes y atribuciones.

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Tabla # 26 manual de funciones CHOFER GUIA "SAMBITRAVEL TOURS"

<p>OPERADORA DE TURISMO "SAMBITRAVEL TOURS" S.A</p> <p>MANUAL DE FUNCIONES</p>	
Título del Puesto:	GUIA/CHOFER
Naturaleza del Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Guianza y control del grupo durante el desarrollo del tour, y mantenimiento del vehículo.
Tareas típicas	<ul style="list-style-type: none"> • Guiar e informar a los turistas dentro de cada tour establecido. • Velar por la seguridad de los turistas durante el tour. • Elaborar y presentar un informe al Gerente una vez realizado el tour. • Participar en la elaboración de paquetes turísticos. • Trasladar a los turistas hacia los destinos establecidos por la operadora. • Cumplir y hacer cumplir las normas de medio ambiente en cada tour.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Licencia de guía y licencia profesional de conducción. • Dominio de inglés y otros idiomas. • Conocimiento de primeros auxilios. • Conocimiento de las vías de acceso hacia los destinos turísticos.
Características de la clase	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la seguridad del grupo equipo y vehículo durante el tour. • Sujeto a supervisión permanente.
Subrogación	En caso de ausencia temporal será reemplazado por quien designe por escrito.
Dependencia	<ul style="list-style-type: none"> • Jerárquicamente depende del Gerente General.

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Tabla # 27 manual de funciones CONTADORA "SAMBITRAVEL TOURS"

OPERADORA DE TURISMO "SAMBITRAVEL TOURS" S.A MANUAL DE FUNCIONES	
Título del Puesto:	CONTADORA
Naturaleza del Trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Planificación y ejecución de actividades financieras y contables.
Tareas típicas	<ul style="list-style-type: none">• Realizar la contabilidad de la empresa.• Realizar el cierre diario de caja.• Elaborar los roles de pago para el personal.• Ocuparse de que la empresa este al día en sus obligaciones.• Elaborar un informe mensual sobre el estado financiero de la operadora turística.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none">• Título de Contador.• Experiencia mínima de 2 años.
Características de la clase	<ul style="list-style-type: none">• Garantizar la seguridad y el óptimo estado financiero de la empresa.• Sujeto a supervisión permanente.
Subrogación	En caso de ausencia temporal será reemplazado por quien designe por escrito.
Dependencia	<ul style="list-style-type: none">• Jerárquicamente depende del Gerente General.

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

Tabla # 28 manual de funciones PUBLICISTA "SAMBITRAVEL TOURS"

OPERADORA DE TURISMO "SAMBITRAVEL TOURS" S.A MANUAL DE FUNCIONES	
Título del Puesto:	PUBLICISTA
Naturaleza del Trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Planificación y ejecución de actividades de publicidad y mercadeo.
Tareas típicas	<ul style="list-style-type: none">• Realizar la publicidad de la empresa.• Dominar el proceso integrado de mercadeo.• Creativo gráfico y visual.• Planificador y Negociador de medios.• Administración, Investigación y Producción audiovisual.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none">• Título de Marketing y Gestión de Negocios.• Experiencia mínima de 2 años.
Características de la clase	<ul style="list-style-type: none">• Garantizar la publicidad y autenticidad de la empresa• Sujeto a supervisión permanente.
Subrogación	En caso de ausencia temporal será reemplazado por quien designe por escrito.
Dependencia	<ul style="list-style-type: none">• Jerárquicamente depende del Gerente General.

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

ANEXOS DE LA PROPUESTA

CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA OPERADORA DE TURISMO

El marco jurídico es una condición indispensable para el desarrollo de cualquier actividad económica dentro del País.

Para ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Además, la empresa turística debe constituirse como sociedad. La Operadora será una de tipo Compañía Anónima. Para formar esta empresa mercantil primero se redactan los estatutos de la empresa.

Se reserva el nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañía y con reconocimiento en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)

REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO DE UNA AGENCIA DE VIAJES

- 1.** Copia **certificada** de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
- 2.** Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante
- 3.** Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento

Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum

Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral

Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis

- 4.** Registro Único de Contribuyentes R.U.C.

5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación:

5.1 Para agencias de viajes mayoristas, el equivalente a **cuatro mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a setecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, por cada sucursal a partir de la segunda; y,

5.2 Para agencias de viajes internacionales, el equivalente es de **seis mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda; y,

5.3 Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de **ocho mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.

6. Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.

8. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)
Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar un área mínima de 30 mts² (Treinta metros cuadrados) independiente de otra actividad comercial.

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA PATENTE ANUAL DE OPERACIÓN TURÍSTICA

Legislación Ambiental Secundaria, Libro III del Régimen Forestal, Título XIV de las Áreas Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres, Capítulo I, de las Áreas Naturales, Arts. 173; 179; 180; 181; 182; 183; 184; 185; 191 y 194.

A. INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO FORESTAL

1. Solicitud dirigida al Director Nacional de Biodiversidad y Áreas Protegidas, adjuntando los siguientes requisitos: (dos copias)

- a) Nombre del peticionario;
- b) Especificaciones y certificado de matrícula del vehículo que será destinado al servicio turístico y recreacional;
- c) Referencias bancarias actualizadas que demuestren solvencia económica y, antecedentes que garanticen su responsabilidad;
- d) Licencia Única Anual de Funcionamiento, otorgada por el Ministerio de Turismo y/o Municipio respectivo;

B. EMISIÓN DE LA PATENTE

- g) Programa de actividades (descripción del tour) para cada área de operación;
- h) Nómina de Guías Naturalistas y copia de licencias; y,
- i) Pago de los valores correspondientes, posterior al Registro Forestal
- j) Papeleta de Votación del Representante Legal (En la solicitud inicial debe requerirse la Inscripción de la Empresa en el Registro Forestal y el otorgamiento de la Patente Anual de Operación Turística, para las áreas requeridas).

OBTENCIÓN DE LA PATENTE POR PRIMERA VEZ

1. Inscripción en el Registro Forestal

a) El representante Legal de la empresa interesada operar turísticamente en las áreas del patrimonio Nacional de Áreas Protegidas, debe solicitar al Director Regional, respectivo, la Inscripción de su representada en el Registro Forestal y el Otorgamiento de la patente de anual de operación turística (Inicio del trámite).

b) La solicitud mencionada anteriormente, debe contener los documentos que se señalan, en los anexos I y II de este instructivo.

c) El Líder de Biodiversidad respectivo, analizará la documentación presentada y solicitará criterio al Responsable de área, respecto a la factibilidad técnica de la solicitud recibida; para lo cual, debe considerarse aspectos como: capacidad de carga, plan de manejo y las actividades previstas realizar por el operador durante el tour.

d) Luego haberse constatado que la documentación presentada se encuentra en regla y se cuente con el criterio favorable del Responsable de área, el Director Regional, dispondrá a la Asesoría Jurídica del Distrito, proceda con la Inscripción de la empresa en el Registro Forestal, sección áreas naturales, previo pago de los valores definidos en el Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria.

e) El Director del Distrito Regional, debe extender el certificado de Inscripción en el Registro Forestal, el mismo que debe incluirse en la carpeta del operador.

6.8 ADMINISTRACIÓN Y PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Tabla # 29 Administración de la evaluación

ETAPA DEL PROYECTO	OBJETIVOS	RESPONSABLES	TIEMPO	OBSERVACIONES
Identificación del Espacio Geográfico	Realizar la identificación del Espacio Geográfico	Ejecutora del proyecto	1 mes	
Información pertinente.	Recoger información pertinente de cada atractivo.	Ejecutora del proyecto	4-5 meses	Se debe buscar información vial, costos de entradas o servicios y complementos.
Diseño del espacio interior y exterior de la Operadora.	Diseñar el plano de la Operadora	Ejecutora del proyecto	3 meses	Buscar especialistas de diseño gráfico para que creen el diseño de forma atractiva.
Medición de horarios de los atractivos.	Efectuar la medición de los tiempos de cada punto a visitar.	Ejecutora del proyecto	1 mes	Viajar equipado con ropa adecuada, cámara de fotos, y llevar materiales necesarios.
Evaluación de los servicios de la Operadora.	Desarrollar la Evaluación.	Ejecutora del proyecto y turistas.	2-3 meses	Ofertar siempre servicios de calidad.

Elaborado por: Moyano, Nidia (2012)

BIBLIOGRAFÍA

- ARQHYS, Carlos. (2009) CAPACITACIÓN POR COMPETENCIAS. Barcelona-España. Primera edición.
- AVILES, José. (2008) EL GUÍA DE TURISMO. Quito-Ecuador. Segunda edición.
- JURAN, Carlos. (2008). CALIDAD TURÍSTICA. Madrid-España. Segunda edición.
- LUQUE, Yuliana. (2009). GUIA DE TURISMO. Guayaquil-Ecuador. Segunda edición.
- MINISTERIO DEL AMBIENTE DEL ECUADOR, (2006). POLÍTICAS Y PLAN ESTRATÉGICO DEL SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS DEL ECUADOR 2007-2016. Quito- Ecuador. Segunda edición.
- MORA, Marcela. (2009). GUIAS NATURALISTAS. Quito-Ecuador. Segunda edición.
- CAPACITACION PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE. Cuenca –Ecuador. Tercera Edición.
- OAKLAND, John. (2006). ADMINISTRACIÓN POR CALIDAD TOTAL. Puebla-México. Tercera edición.
- RODRÍGUEZ, Arnaldo. (2007). TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS EN EL ECUADOR. Quito- Ecuador. Cuarta edición.
- SANCHES, Patricio. (2008). Manual de Guianza Turística. Madrid-España.
- Veloz, Ivo. 2007. TIPOLOGÍA DE CLIENTES. Riobamba-Ecuador. Primera edición.
- WELLINGTON, Patricia. 2008. CÓMO BRINDAR UN SERVICIO INTEGRAL AL CLIENTE. Guayaquil-Ecuador. Primera edición.
- JARAMILLO PANESSO, Raúl, Etapas de la planificación Turística” (2009).
- JIMÉNEZ, Alfonso, Turismo Estructura y Desarrollo. 2003
- Ley de Turismo del Ecuador, (2008).
- MALDONADO SANTACRUZ, Rosana Regina y SAN MARTÍN RENDÓN María Gabriela (Tesis, Facultad de Ingeniería Marítima, Licenciatura en Turismo, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2007).
- Aguirre, Núñez y Moncada, Importancia de la Planificación Turística (2002).
- ASCANIO GUEVARA, Alfredo. Turismo Sustentable, (2006). Beckham Paúl, Estrategias Turísticas (2011).
- BOTE GÓMEZ, Venancio, Planificación Económica del Turismo. 1994.

LINKOGRAFÍAS

<http://www.areasprotgidas.com>

<http://www.calidadturistica.com>

<http://www.eduturismo.com>

<http://www.es.wikipedia.org.com>

<http://www.mintur.org>

<http://www.planetaecuador.com>

<http://www.tecnitur.com>

<http://www.ecuador-turistico.com/2012/08/turismo-aventura-en-el-canton-pallatanga.html>

http://www.captur.com/Docs/sector_agencia_viajes.pdf



ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN.

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ENCUESTA REALIZADA A LOS POBLADORES DEL CANTÓN
PALLATANGA.

OBJETIVO: Recabar información pertinente, relacionada a los Operadoras
Turísticas y el Desarrollo Del Turismo.

Datos informativos del grupo de encuestados

Edad

20-30

31-40

41-70

Genero

Masculino

Femenino

CUESTIONARIO

1.- ¿A su parecer en que se ha dado el desarrollo del turismo?

Bueno

regular

malo

2.- ¿Está conforme con el servicio turístico que se presta en el cantón de Pallatanga?

Bueno

malo

regular

3.- ¿Está de acuerdo en que se implemente una Agencia Operadora Turística en el Cantón Pallatanga?

Sí

No

4.- ¿Conoce los atractivos turísticos del Cantón Pallatanga?

Sí

No

5.- ¿Qué lugares frecuenta durante su visita al Cantón Pallatanga?

Parque

Iglesia

Hosterías

6.- ¿Cuánto dura su estadía en el cantón Pallatanga?

Horas

días

semanas

7.- ¿Conoce usted el puente Cornelio Dávila (sal si puedes)?

Sí

No

8.- ¿Ha recorrido usted las Ruinas de Palihuayco?

Sí

No

9.- ¿Ha visitado algún Atractivo Turístico Natural en el Cantón Pallatanga?

Sí

No

10.- ¿Qué Actividad Turística le gustaría realizar en Pallatanga?

Deportiva

Cultural

Natural

Le agradecemos por su colaboración al dar respuesta a las preguntas planteadas.

MUCHAS GRACIAS

CAPITULO IV

FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN.

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ENCUESTA REALIZADA A PROPIETARIOS DE AGENCIAS DE
VIAJES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.

OBJETIVO: Recabar información pertinente, relacionada a los Operadoras Turísticas y el Desarrollo Del Turismo.

CUESTIONARIO

1.- ¿El conocimiento que usted tiene acerca del Turismo?

Alto medio bajo

2.- ¿Está de acuerdo usted que una Operadora Turística es una fuente generadora de réditos económicos para un cantón?

Sí No

3.- ¿Cree usted que el cantón Pallatanga puede potenciarse como un destino Turístico?

Sí No

Le agradecemos por su colaboración al dar respuesta a las preguntas planteadas.

MUCHAS GRACIAS





PARAPENTE EN PALLATANGA



PUENTE CORNELIO DÁVILA (SAL SI PUEDES)



IGLESIA DEL CANTÓN PALLATANGA



CASCADA EL DORADO



CASCADA GUANGASHÍ