



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**  
**MODALIDAD: PRESENCIAL**

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

**TEMA:**

---

**“LAS AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO EN EL  
DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO  
PROVINCIA DE COTOPAXI”**

---

**AUTORA:** Maribel Mercedes Naula Sangucho

**TUTORA:** Lcda. Mg. Gaviño Ortíz Noemy Hortencia

Ambato – Ecuador

2014

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

**CERTIFICA:**

Yo Lic. Mg. Noemy Gaviño Ortiz con C.I. 171243441-2 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema **“LAS AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI”** desarrollado por la egresada Maribel Mercedes Naula Sangucho, 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.

.....  
Lic. Mg. Noemy Gaviño Ortiz

**TUTORA**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

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

.....  
Naula Sangucho Maribel Mercedes

C.C: 050326777 – 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 AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI”, 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.

.....  
Naula Sangucho Maribel Mercedes

C.C: 050326777 – 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 AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI”, presentada por la Srta. Maribel Mercedes Naula Sangucho egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Septiembre 2012 – Febrero – 2013, 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.

Ambato, 13 de mayo de 2014

**LA COMISIÓN**

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

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

.....  
Lic. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

**MIEMBRO**

.....  
Lic. Héctor Raúl Tamayo Soria

**MIEMBRO**

## **DEDICATORIA**

***Este proyecto de grado lo dedico, a las personas más importantes en mi vida.***

*A Dios quien es la base y pilar fundamental de mi vida, a mis queridos Padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba durante los 4 años de vida estudiantil y sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad... Es por ellos que soy lo que soy ahora.*

*Mary*

## **AGRADECIMIENTO**

### ***A Dios***

*Porque hiciste realidad mi sueño, por los triunfos, los momentos difíciles que me han enseñado a valorarte cada día más y encaminarme por el camino del bien gracias DIOS por permitirme llegar a este escalón GRACIAS por darme sabiduría, para enfrentar algo así.*

### ***A mi Familia***

*Por su apoyo tanto sentimental como económico, a mi querida Tutora, Lcda. Mg Noemy Gaviño quien con su ayuda desinteresada, me brindó sus conocimientos e información relevante para la realización de este proyecto.*

*Mary*

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

### A. PRELIMINARES

#### Contenido

|  |      |
|--|------|
| PORTADA.....   | i    |
| APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O<br>TITULACIÓN.....                | ii   |
| AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....   | iii  |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....   | iv   |
| AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS<br>Y DE LA EDUCACIÓN:..... | v    |
| DEDICATORIA .....  | vi   |
| AGRADECIMIENTO.....  | vii  |
| ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....  | viii |
| ÍNDICE DE CUADROS.....   | xii  |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS .....   | xiii |
| ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS .....  | xiv  |
| RESUMEN EJECUTIVO .....  | xv   |
| INTRODUCCIÓN .....   | 1    |
| CAPÍTULO I.....  | 3    |
| EL PROBLEMA .....  | 3    |
| 1.1. Tema.....   | 3    |
| 1.2. Planteamiento del problema.....   | 3    |
| 1.2.1 Contextualización del problema.....  | 3    |
| 1.2.2. Análisis Crítico.....   | 8    |
| 1.2.3. Prognosis.....  | 9    |
| 1.2.4. Formulación del problema .....  | 10   |



|   |    |
|---|----|
| 1.2.5. Interrogantes .....  | 10 |
| 1.2.6. Delimitación del problema: .....   | 11 |
| 1.2.6.1 Delimitación del contenido: .....   | 11 |
| 1.2.6.2 Delimitación espacial .....   | 11 |
| 1.2.6.3 Delimitación temporal:.....   | 12 |
| 1.3 Justificación.....  | 12 |
| 1.4 Objetivos .....   | 13 |
| 1.4.1 Objetivo General .....  | 13 |
| 1.4.2 Objetivo Específico:.....   | 13 |
| CAPÍTULO II .....   | 14 |
| MARCO TEÓRICO.....  | 14 |
| 2.1 Antecedentes investigativos .....   | 14 |
| 2.2 Fundamentación Filosófica .....   | 15 |
| 2.3 Fundamentación Legal .....  | 16 |
| 2.4 Categorías Fundamentales .....  | 27 |
| 2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE INDEPENDIENTE<br>“AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO” ..... | 28 |
| 2.4.2 FUNDACIÓN TEÓRICA VARIABLE DEPENDIENTE “DESARROLLO<br>TURÍSTICO” .....                  | 35 |
| 2.5 Hipótesis.....  | 41 |
| 2.6 Señalamiento de las Variables .....   | 41 |
| CAPÍTULO III.....   | 42 |
| METODOLOGÍA .....   | 42 |
| 3.1 Enfoque de la Investigación .....   | 42 |
| 3.2 Modalidad de la Investigación .....   | 42 |

|  |    |
|--|----|
| 3.3 Nivel o tipo de investigación.....                                       | 43 |
| 3.4 Población y Muestra.....   | 43 |
| 3.4.1 Población. Comprende todos los sujetos objeto de la investigación..... | 43 |
| 3.4.2. Muestra.....  | 43 |
| 3.5 Operacionalización de variables .....                                    | 45 |
| VARIABLE INDEPENDIENTE .....   | 45 |
| VARIABLE DEPENDIENTE .....   | 46 |
| 3.6 Plan de Recolección de Información.....                                  | 47 |
| 3.7 Plan de procesamiento de la información .....                            | 48 |
| CAPÍTULO IV .....  | 49 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....                            | 49 |
| 4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....  | 49 |
| 4.2 Verificación de la Hipótesis .....                                       | 56 |
| 4.2.1 Planteamiento de la Hipótesis .....                                    | 56 |
| 4.2.2 Selección del nivel de significación.....                              | 56 |
| 4.2.3 Descripción de la población .....                                      | 56 |
| 4.2.4 Especificación del estadístico .....                                   | 56 |
| 4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo .....           | 57 |
| 4.2.6 Recolección de datos y cálculos de lo estadístico .....                | 58 |
| Elaborado por: NAULA Maribel (2013).....                                     | 58 |
| CAPÍTULO V .....   | 61 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....  | 61 |
| 5.1 Conclusiones: .....  | 61 |
| 5.2 Recomendaciones:.....  | 62 |
| CAPÍTULO VI.....   | 63 |

|  |    |
|--|----|
| PROPUESTA.....                           | 63 |
| 6.1 Datos Informativos.....              | 63 |
| 6.2 Antecedentes de la Propuesta.....    | 64 |
| 6.3 Justificación.....                   | 64 |
| 6.4 Objetivos de la Propuesta.....       | 65 |
| 6.4.1 Objetivo General .....             | 65 |
| 6.4.2 Objetivos Específicos.....         | 66 |
| 6.5 Análisis de factibilidad.....        | 66 |
| 6.5.1 Factibilidad Operativa.....        | 66 |
| 6.5.2 Factibilidad Económica.....        | 66 |
| 6.6 Fundamentación teórica .....         | 68 |
| 6.7 Metodología de la propuesta .....    | 72 |
| 6.7.1 Elaboración de la propuesta .....  | 75 |
| 6.7.2 Paquete Turístico.....             | 76 |
| 6.8 Administración de la Propuesta ..... | 77 |
| BIBLIOGRAFÍA: .....                      | 85 |
| LINKOGRAFÍAS: .....                      | 86 |
| ANEXOS.....                              | 87 |
| ANEXO: 1 Modelo de la encuesta.....      | 87 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|   |    |
|---|----|
| Cuadro N° 1 Variable Dependiente: Desarrollo Turístico .....  | 45 |
| Cuadro N° 2 Variable Independiente .....                      | 46 |
| Cuadro N° 3 Plan de Recolección de Información.....           | 47 |
| Cuadro N° 4 Tabulación pregunta 1 .....                       | 49 |
| Cuadro N° 5 Tabulación pregunta 2.....                        | 50 |
| Cuadro N° 6 Tabulación pregunta 3.....                        | 51 |
| Cuadro N° 7 Tabulación pregunta 4.....                        | 52 |
| Cuadro N° 8 Tabulación pregunta 5.....                        | 53 |
| Cuadro N° 9 Tabulación pregunta 6.....                        | 54 |
| Cuadro N° 10 Tabulación pregunta 7.....                       | 55 |
| Cuadro N° 11.....   | 57 |
| Cuadro N° 12 FRECUENCIA OBSERVADA .....                       | 58 |
| Cuadro N° 13.....   | 58 |
| Cuadro N° 14 Frecuencias Esperadas.....                       | 59 |
| Cuadro N° 15 Frecuencia Esperada.....                         | 59 |
| Cuadro N° 16 Chi Cuadrado Calculado .....                     | 60 |
| Cuadro N° 17 Factibilidad Económica.....                      | 67 |
| Cuadro N° 18.....   | 79 |
| Cuadro N° 19 Funciones y Actividades del Administrador .....  | 80 |
| Cuadro N° 20 Funciones y Actividades del Contador.....        | 81 |
| Cuadro N° 21 Funciones y Actividades del Guía Turístico ..... | 82 |
| Cuadro N° 22 Funciones y Actividades de la secretaria .....   | 83 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico N° 1 Análisis Crítico .....   | 8  |
| Gráfico N° 2 Superordinación Conceptual (Red de inclusión conceptual) .....             | 27 |
| Gráfico N° 3 Representación gráfica, pregunta 2.....                                    | 49 |
| Gráfico N° 4 Representación gráfica, pregunta 2.....                                    | 50 |
| Gráfico N° 5 Representación gráfica, pregunta 3.....                                    | 51 |
| Gráfico N° 6 Representación gráfica, pregunta 3.....                                    | 52 |
| Gráfico N° 7 Representación gráfica, pregunta 3.....                                    | 53 |
| Gráfico N° 8 Representación gráfica, pregunta 6.....                                    | 54 |
| Gráfico N° 9 Representación gráfica, pregunta 7.....                                    | 55 |
| Gráfico N° 10 Representación gráfica $x^2$ .....  | 57 |
| Gráfico N° 11 Representación gráfica Organigrama Funcional.....                         | 78 |
| Gráfico N° 12 Representación gráfica, Plano de la Agencia Operadora de Turismo<br>..... | 84 |

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

|   |    |
|---|----|
| Fotografía 1 Ciudadana llenando encuesta .....  | 89 |
| Fotografía 2 Ciudadanas llenando encuesta ..... | 89 |

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE: TURISMO Y HOTELERÍA**  
**MODALIDAD: PRESENCIAL**  
**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “Las agencias operadoras de turismo en el desarrollo turístico del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.”

**AUTOR:** Naula Sangucho Maribel Mercedes

**TUTOR:** Lcda. Mg. Gaviño Ortíz Noemy Hortencia

**Resumen:**

Las agencias operadoras de turismo son empresas turísticas dedicadas a brindar gran variedad de paquetes turísticos a los turistas tanto nacional como internacional, actuando como intermediarios para brindar un servicio de satisfacción y relax. Al contar con una agencia en la ciudad podría expandir el flujo de turistas y dinamizar el turismo en el sector, de tal forma que se desarrollará en el ámbito económico y turístico.

El presente trabajo investigativo se lleva a cabo en el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi en donde gracias a sus lugares turísticos, culturales y gastronómicos se puede llevar a cabo este proyecto, constatando la necesidad grande en la población por la creación de una agencia operadora de turismo.

Razón por la cual el principal objetivo ha sido, investigar a la población la importancia de contar con una A.O.T en el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi. Ya que el problema que se ha encontrado en la inexistencia de una empresa turística en la ciudad como es la agencia.

Mediante encuestas dirigidas a la población económicamente activa se ha podido verificar si están de acuerdo y así tener una idea clara de la realización de dicho proyecto. Es por ello que se ha recomendado la creación de una agencia operadora de turismo en el Cantón Salcedo, y a partir de su influencia la población se mantenga en desarrollo turístico.

**Palabras clave:**

Agencia, turismo, lugares turísticos, desarrollo turístico, importancia, turistas, población, servicios turísticos, impacto, beneficios.

## INTRODUCCIÓN

Las agencias operadoras de turismo son establecimientos turísticos, que sirven como intermediadores entre el cliente y el turista, para satisfacer diversas necesidades en el turista ya que este viaja desde su lugar de origen a otras ciudades para conocer una infinidad de destinos turísticos que posee nuestro querido Ecuador. Afortunadamente se cuenta con atractivos naturales y culturales, lo cual despierta el interés en propios y extraños por conocer dichos lugares, siendo así una herramienta principal para el desarrollo turístico nacional.

Desafortunadamente, en el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi, no se cuenta con una agencia operadora de turismo que es el ente principal para adquirir paquetes turísticos y así poder conocer lugares turísticos nuevos, por tal causa se ha convertido en una barrera de insatisfacción por parte del turista y la población, al ser esto una problemática ha sido necesario realizar una investigación conformada por seis capítulos los cuáles a continuación se mencionan.

**CAPÍTULO I:** En este capítulo se habla acerca del problema que es, “Las agencias operadoras de turismo en el desarrollo turístico del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi” se define el tema del proyecto, se plantea el problema. Continuamente se hace un análisis del contexto a nivel macro, meso y micro. Se redacta el análisis crítico mediante un árbol de problemas, se indica la prognosis, se realiza la formulación del problema, se anota directrices, se delimita el tema, se justifican y finalmente se establecen los objetivos, tanto generales como específicos.



**CAPÍTULO II:** Este capítulo se basa a cerca de la realización del marco teórico, se anotan los antecedentes investigativos del proyecto, se fundamenta de manera filosófica y legal, se establecen las categorías fundamentales de cada variable y la respectiva fundamentación teórica, así como se menciona la hipótesis y finalmente se señalan las variables.

**CAPÍTULO III:** En el siguiente capítulo se define la metodología que detalla el presente trabajo, es decir se anota la modalidad básica de investigación, así como se establece la población y muestra de la misma. Seguido de la operacionalización de las variables, seguido se establece el plan de recolección de información y finalmente se lleva a cabo el plan de procesamiento y análisis.

**CAPÍTULO IV:** Aquí se lleva a cabo el análisis e interpretación de los resultados. Se verifica la hipótesis, luego se selecciona el nivel de significación, se describe a la población; seguidamente se especifica lo estadístico, las regiones de aceptación y rechazo para finalmente redactar los datos y el cálculo de lo estadístico.

**CAPÍTULO V:** En este capítulo se establecen las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

**CAPÍTULO VI:** Aquí se detalla la propuesta, mediante la justificación, el establecimiento de objetivos, se define su metodología, se lleva a cabo la matriz de marco lógico y finalmente se desarrolla de manera operativa la propuesta.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1. Tema**

#### **LAS AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI.**

#### **1.2. Planteamiento del problema**

##### **1.2.1 Contextualización del problema**

Una agencia de viajes es un ente económico que en últimas fechas ha cobrado una importancia debido al aumento de Turismo en el país, la cual es un intermediario entre los prestadores de servicios y el cliente denominado Turista, a nivel nacional o internacional. Su labor principal es por un lado representar activamente a hoteles, líneas aéreas, ferrocarrileras y de auto transporte; arrendadoras de automóviles, etc., al concentrar un elevado porcentaje de ventas a solicitud del turista; pero también es necesario señalar que las Agencias de Viajes provocan un alto volumen de ventas que de otra forma no se originarían ya que juegan un papel muy importante de promoción profesional de recursos turísticos de interés mundial. En el año de 1.947 en la ciudad de Quito se establece la primera agencia de viajes del Ecuador - ECUADORIAN TOURS. Este evento produjo mucho interés en la ciudad y para aquellos selectos pasajeros que en esa época viajaban ya al exterior y que por costumbre compraban sus pasajes en las dos únicas compañías de Aviación, que tenían sus oficinas en la ciudades de Quito y Guayaquil "Panagra" y "Avianca"; Quienes viajaban comprendieron que la misión de las Agencias de Viajes no era solamente vender boletos aéreos, sino

preocuparse de sus clientes y que sus viajes sean placenteros y bien planificados con reservaciones de hoteles, excursiones, arrendamiento de automóviles y los consejos adecuados para que los interesados en viajar lo hagan bajo las mejores condiciones de seguridad.

En ese mismo año (1947) American Express designa a Ecuadorian Tours su representante para Ecuador, hecho de mucha trascendencia para la compañía porque fue la primera Agencia de Viajes que obtuvo tal distinción en América del Sur. Esto le permitió ofrecer los famosos cheques de viajero a quienes salían al exterior en guarda de sus intereses. Pero, más aun, con esta relación Ecuadorian Tours manejó en el país a los primeros turistas enviados por American Express, haciéndoles conocer Quito Guayaquil y la gran mayoría de destinos turísticos que hoy en día está en auge. De esta manera Ecuadorian Tours se convierte en pionera de la promoción turística en el Ecuador, preocupándose desde luego de preparar personal con conocimientos de los grandes atractivos del país y con dominio de otros idiomas principalmente el inglés.

Ecuadorian Tours al haberse convertido en operadora de turismo no escatimó esfuerzos para lograr relaciones de negocios con los mejores operadores de Turismo en el mundo, consiguiendo así, impulsar la visita hacia Ecuador y hasta el momento, ha podido atender con gran éxito, a miles de turistas que han manifestado su satisfacción por sus esmerados servicios. Por esta proyección mundial Ecuadorian Tours logró otras importantes representaciones como son: Royal Caribbean/Celebrity Cruises, Greyhound y Auto Europe. Su prestigio ha sido reconocido ampliamente, tanto, dentro del país como fuera de él y sin lugar a dudas, goza de mucha solvencia e influencia en todos los continentes.<sup>1</sup>

Las agencias de viajes (AAVV) son empresas de servicios dedicadas a facilitar y promover la realización de los viajes. Su nacimiento a mediados del siglo XIX coincide con la expansión de los nuevos medios de transporte, como el ferrocarril

---

<sup>1</sup> Historia AA.VV <http://www.ecuadoriantours.com>

o la navegación a vapor, que proporcionan sistemas más fáciles y cómodos para el traslado de los viajeros.

Las agencias de viajes surgirán como pequeñas empresas que diseñan y organizan los servicios que precisan en cada viaje y como estimuladores de la inquietud viajera latente en el ser humano. A partir de 1950 la demanda viajera en los países occidentales se dispara en cifras y el número de agencias de viajes crece y canaliza estas grandes corrientes turísticas hacia los destinos más solicitados contribuyendo al desarrollo de espacios turísticos a través del lanzamiento de viajes combinados y productos. La proximidad y contacto con la demanda convierte, por otra parte, a las agencias de viaje en una valiosa fuente de información sobre tendencias y necesidades del mercado, que es aprovechada por los diferentes proveedores y agentes turísticos, tanto públicos como privados, para la expansión de las diferentes facetas de la actividad turística.<sup>2</sup>

Actualmente en la Provincia de Cotopaxi existen diversas agencias de viajes donde el turista puede acudir a comprar su paquete turístico, la fuente básica de una agencia operadora de turismo es cubrir la demanda del mercado, y satisfacer necesidades del sector turístico.

SELVA NIEVE EXPEDICIONES, EXPEDITION VOLCANO ROUTE, TOBAR EXPEDITION, NEIGES, son las agencias operadoras más importantes dentro de la ciudad ya que estas son las que han ganado gran demanda de turistas tanto como Nacionales y Extranjeros. Es de gran importancia el saber cómo la provincia de Cotopaxi junto con el respaldo del GAD Municipal del cantón están trabajando arduamente por el bienestar de la ciudad, con la finalidad de dar a conocer a toda la población todas las fuentes turísticas que dentro de su magnífica cuna terrenal poseen.

---

<sup>2</sup>ARANDA, María. (2006), *La Producción e Intermediación Turística en el Sector de las Agencias de Viajes*. Asturias: Ediciones de la universidad de Oviedo. Pág. 7

Los lugares más visitados de la Provincia de Cotopaxi son:

La Laguna del Quilotoa, Área Recreacional el Boliche, El Parque Nacional Cotopaxi, La laguna de Antejos y la Laguna de Yambo.

Salcedo es un Cantón Ecuatoriano que pertenece a la provincia de Cotopaxi, en la Sierra central del país. El cantón posee muchas zonas naturales, sitios históricos, las fiestas, la gastronomía típica, las artesanías, el folklore, infraestructura hotelera, de recreación, monumentales haciendas que esconden en los muros los secretos del paso del tiempo.

En cuanto a tradiciones el Cantón Salcedo es un lugar privilegiado por encontrarse ubicado sobre los antiguos asentamientos de los Panzaleos, por tal motivo la cultura continúa manteniéndose esencialmente aborígen; pero a medida que pasan los años va penetrando la influencia cultural extranjera con mayor facilidad en todas las manifestaciones de la vida social: idioma, religión, costumbres, artesanía, música y danza.

Los lugares turísticos más visitados son:

La Laguna de Antejos, La Laguna de Yambo que forma parte del Parque Nacional Llanganates atractivo natural muy visitado actualmente, por turistas nacionales y extranjeros, también unos de los atractivos más destacados es la Fiesta del Inti Raymi, las Fiestas del Príncipe San Miguel, entre otros.<sup>3</sup>

El aporte de una Agencia Operadora de Turismo para el desarrollo turístico del Cantón Salcedo es dar a conocer más lugares a los turistas, durante mucho tiempo se ha considerado empresas de apoyo para convertirse en uno de los factores importantes en la comercialización de la oferta turística una Agencias Operadora de Turismo ocupa un sitio estratégico en el desarrollo y explotación racional del sector turístico, ofreciendo tarifas cómodas y servicios de buena calidad de esta

---

<sup>3</sup> Cantón Salcedo <http://www.viajando.com>

manera tratar de explotar a lo máximo todos los sitios existentes en la ciudad adjunto con los servicios básicos que una Agencia puede ofrecer al turista.

Es así que una Agencia operadora es de mucha utilidad en el cantón, las personas ya no tendrán que viajar a ciudades más desarrolladas a adquirir un paquete turístico, para así poder satisfacer necesidades de viaje. Existe gran variedad de tradiciones, fiestas, lugares turísticos que el turista pueda elegir, para una mejor distracción. El enfoque más importante de la ciudad es atraer a gran cantidad de personas a conocer sitios turísticos, de tal forma que progrese en gran manera el desarrollo turístico dentro del Cantón y fuera de la Provincia.

### 1.2.2. Análisis Crítico

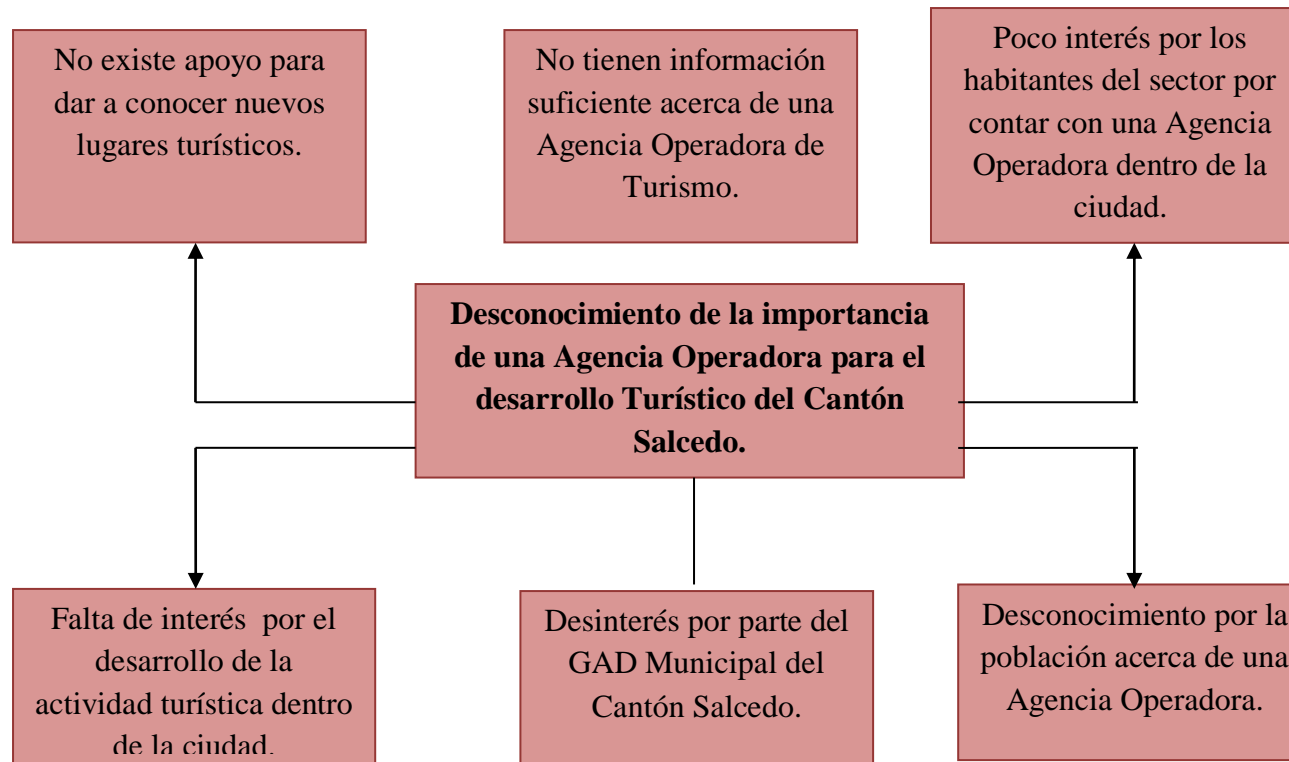


Gráfico N° 1 Análisis Crítico

Elaborado por: Naula, Maribel (2013)

El desinterés por la población al implementar una agencia operadora de turismo dentro del cantón Salcedo, es por el desconocimiento por parte de entidades encargadas y de toda la ciudadanía.

Es importante contar con una Agencia Operadora de Turismo para un buen desarrollo turístico a nivel cantonal y provincial. En muchos de los casos suele pasar que exista un bajo incremento de turistas por no contar con un establecimiento apto donde el turista pueda llegar a pedir información para conocer más de la ciudad que lo está visitando y de los lugares turísticos que existen. De tal manera se pierde mucha fuente económica para la sostenibilidad del cantón, ya que la mayoría de las personas viaja a ciudades más desarrolladas a adquirir un paquete turístico de buen servicio, obteniendo mejor información en cuanto se trata a lugares turísticos más conocidos.

La población desconoce a cerca del ente importante como es la Agencia Operadora de Turismo, es por ello que no tienen un conocimiento bien definido acerca de los servicio turístico que ofrece la misma, para esto se deberá realizar unas encuestas para verificar el número exacto de personas que conocen y estén de acuerdo que exista una Agencia Operadora de Turismo ya que el funcionamiento de una Agencia Operadora en el lugar aportaría al desarrollo económico del lugar ayudando al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores; además de que estos ya no tendrían que movilizarse a otras ciudades para poder adquirir paquetes turísticos.

### **1.2.3. Prognosis**

Al no contar con el apoyo de la población acerca del desconocimiento de una Agencia Operadora en el cantón Salcedo, para un buen desarrollo turístico en la ciudad, se presentarían muchos inconvenientes con los turistas que vienen de otros lugares a explorar variedad de sitios que aún no son explotados, por ende esto



causaría demasiada insatisfacción y molestia por no ofrecer un plan o paquete con los lugares que ellos desearían visitar.

Por otra parte existirían más turistas descontentos que preferirían visitar otras ciudades. Por lo tanto la Agencia Operadora debe transformarse en un centro de información e inclusión, para generación de acciones dedicadas a los turistas y en el buen desarrollo social e integral de la ciudad, ya que al no disponer de este ente básico para obtener un óptimo desarrollo turístico, se estará atentando directamente contra la ampliación y expansión de una actividad que ha sido considerada como una industria sin chimenea y que se proyecta como un desarrollo social importante de la sociedad moderna.

#### **1.2.4. Formulación del problema**

¿De qué manera impacta una Agencia Operadora en el desarrollo turístico del Cantón Salcedo?

**Variable independiente:** Agencia Operadora de Turismo

**Variable dependiente:** Desarrollo Turístico

#### **1.2.5. Interrogantes**

- ¿Por qué no se ha realizado investigación con respecto a una Agencia Operadora de Turismo en Salcedo?
- ¿De qué manera influye a los pobladores que no exista el conocimiento suficiente acerca de una Agencia Operadora de Turismo?
- ¿Por qué no existe interés en las autoridades para ampliar el desarrollo turístico con una adecuada Agencia Operadora de Turismo?

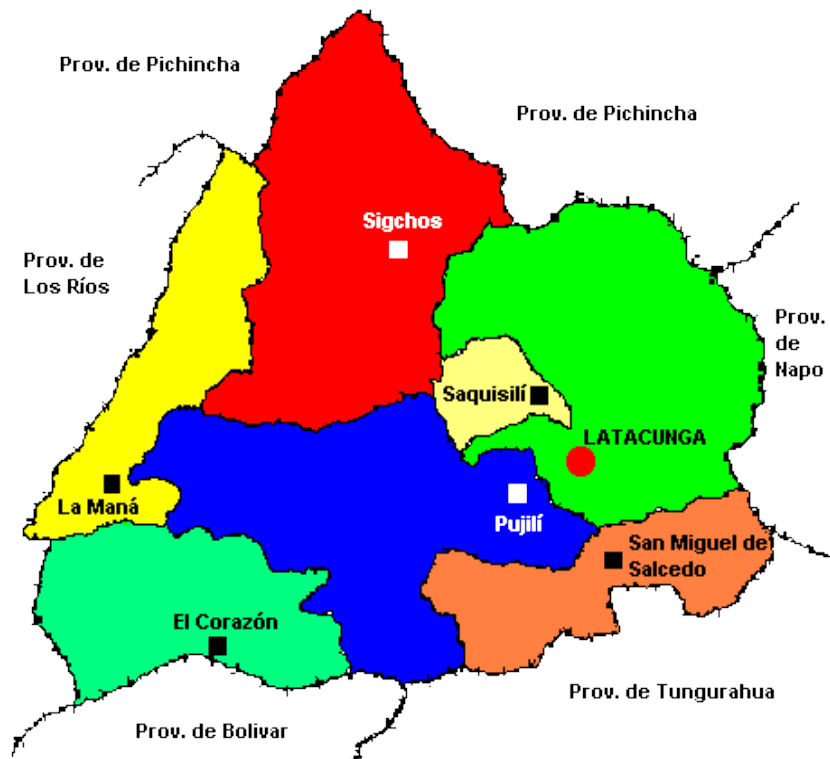
### 1.2.6. Delimitación del problema:

#### 1.2.6.1 Delimitación del contenido:

- **Campo:** Turismo
- **Área:** Investigación
- **Aspecto:** Desarrollo Turístico

#### 1.2.6.2 Delimitación espacial

- Esta investigación se realizará en el Cantón Salcedo perteneciente a la Provincia de Cotopaxi.



**Latitud:**

01°02'00"S

**Longitud:** 78°34'00"W

### **1.2.6.3 Delimitación temporal:**

- Este trabajo de investigación se desarrollará durante el periodo (Junio - Agosto) en el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

### **1.3 Justificación**

El presente proyecto plantea una Agencia Operadora de Turismo puesto que resulta necesario hacer uso eficiente del potencial turístico del cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi lo cual representa un recurso que genera beneficios económicos para el desarrollo del cantón. En consecuencia de este proyecto se logrará el mejoramiento de la infraestructura de la población beneficiaria así como el desarrollo de su calidad de vida.

Es de interés valioso contar con una Agencia Operadora en la ciudad, para potenciar el turismo de una manera eficaz y avanzada. Como parte de su riqueza disponible para el progreso, posiblemente por la falta de una propia Agencia Operadora en la ciudad no se ha aprovechado una demanda de turistas en gran cantidad recorriendo la zona.

Es comprobada la riqueza turística que existe en el cantón, tanto en el área natural como cultural, por lo tanto cada uno de los pobladores deben aportar para que la actividad turística trascienda los límites de la ciudad y la provincia y sea un soporte personal, familiar y social.

Al contar con una Agencia Operadora en el Cantón Salcedo, esta se convertiría en una zona interesante afluente de turistas tanto nacionales como extranjeros, se podría impulsar a gente de toda edad a adquirir los paquetes turísticos que se ofrecería, con esta apertura es una buena opción para que la gente pueda conocer y

viajar por todo el majestuoso Ecuador, y relegando a segundo lugar otros destinos fuera del país.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

- Determinar la importancia de una Agencia Operadora de Turismo en el desarrollo turístico del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

### **1.4.2 Objetivo Específico:**

- Identificar las causas por que no existe una Agencia Operadora de Turismo.
- Determinar estrategias que permitan obtener un buen desarrollo turístico en la ciudad de Salcedo.
- Implementar una Agencia Operadora de Turismo que permita al turista conocer y disfrutar los principales atractivos turísticos del Cantón y la Provincia.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes investigativos

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tomó como antecedente investigativo la tesis titulada.

**Tema:**

“Las agencias de viajes internacionales y el desarrollo del turismo en la provincia de Nueva Loja cantón Lago Agrio Provincia Sucumbíos durante Noviembre 2010 – Marzo 2011”

**Autora:** Freire Madril, Giovanna Elizabeth

**Tutora:** Lcda. Mg Gaviño Ortíz Noemy Hortencia.

**Ciudad, año:**

Ambato, 2010

Realizada por FREIRE, Giovanna de la cual se tomó las conclusiones y las recomendaciones más relevantes y originales, en vista que existía mucha similitud en cada uno de los aportes concluyentes de la autora, mismos que se presentan a continuación.

**Conclusiones:**

- En la Parroquia Nueva Loja cantón Lago Agrio Provincia Sucumbíos no existen Agencias de Viajes Internacionales por lo que el desarrollo del turismo emisor en esta parroquia aún no se ha podido apreciar.

- Al existir una Agencia de Viajes Internacional en la Parroquia Nueva Loja los pobladores tendrían la oportunidad de ser asesorados profesionalmente en el momento de escoger su destino turístico preferido.
- Con la implementación de una Agencia de Viajes Internacional en la Parroquia Nueva Loja los pobladores ejecutarían viajes internacionales en los que se les facilite los servicios de restauración, alojamiento y guías especializados.
- Mediante la implementación de una Agencia de Viajes Internacional se generaría fuentes de empleo que lógicamente mejoraría la situación económica de los habitantes.

#### **Recomendaciones:**

- Mediante una Agencia de Viajes Internacional a grupos estudiantiles o de adultos se apoyaría con la realización de ciertos eventos como alternativa para obtener fondos económicos persiguiendo con esto la satisfacción y bienestar del cliente.
- El personal que desempeñe sus funciones en la Agencia de Viajes Internacional de la Parroquia Nueva Loja debe estar siempre preparado y capacitado para ofrecer un servicio con amabilidad orientando siempre al cliente las actividades que va a realizar en el destino internacional escogitado.

## **2.2 Fundamentación Filosófica**

En el presente proyecto de investigación se desarrollará un análisis crítico, propositivo y constructivista social.

El cantón Salcedo tiene mucho que ofrecer ya que es uno de los puntos más visitados del Ecuador por sus deliciosos e inigualables helados y su rico pinol por turistas nacionales e internacionales.

Mediante este proyecto se propone incentivar a los visitantes a conocer los diferentes atractivos existentes en el cantón Salcedo. El mundo cambiante acorde con las Agencias de Viajes, enfrenta nuevos roles en el servicio al cliente en donde se hace indispensable contribuir al desarrollo y al éxito empresarial. Con la finalidad de crear una conciencia turística, se comprueba que existen múltiples realidades socialmente construidas, con visión de totalidad concreta.

### **2.3 Fundamentación Legal**

La ejecución del presente proyecto se fundamenta principalmente en la Ley de Turismo.

#### **LEY PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

El Congreso de la República ha dado la Ley siguiente.

#### **Capítulo II**

#### **DE LAS AGENCIAS DE VIAJES**

**Art. 77.- Definición.-** Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido.

**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;
- e) El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos;
- f) La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeros, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos;
- g) La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios;
- h) La entrega de información turística y difusión de material de propaganda;
- i) La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística;
- j) El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado;
- 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. 80.- Agencias de viajes mayoristas.-** Son agencias de viajes mayoristas las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países, o a través de su principal en el exterior.

Esta clase de agencias podrá representar a las empresas de transporte turístico en sus diferentes modalidades, que no operen en el país, y realizar la intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

Las agencias de viajes mayoristas podrán también vender en el exterior los servicios turísticos que adquieran localmente a las agencias operadoras, o a los prestatarios de los servicios.

Las agencias de viajes mayoristas podrán actuar como representantes en el Ecuador de agencias de viajes extranjeras, pero deberán declarar este particular ante el Ministerio de Turismo.

**Art. 81.- Agencias de viajes internacionales.-** Son agencias de viajes internacionales las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional.

**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. 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.

- c) Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;
- d) Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;
- e) Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- f) Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- 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.

**Art. 90.- Servicios de agencias internacionales.-** La actividad de las agencias internacionales se desenvolverá dentro del marco establecido en las siguientes letras:

- a) Venta directa al usuario de todos los productos turísticos ofrecidos por las agencias mayoristas;

- b) Venta directa al usuario, tanto nacional como internacionalmente, de todos los productos turísticos ofrecidos por las agencias operadoras, o a través de los sistemas computarizados de reservas que operan en el país;
- c) Venta y reserva de pasajes aéreos nacionales o internacionales así como de cualquier tipo de servicios de transporte marítimo, fluvial o terrestre;
- d) Venta y reserva de servicios de alojamiento;
- e) Organización de un producto propio para ser prestado en el exterior;
- f) Información turística y difusión de material de propaganda;
- g) Expedición y transferencias de equipajes y carga por cualquier medio de transporte;
- h) Venta de pólizas inherentes a la actividad turística de pérdidas o deterioro de equipajes y otros que cubran los riesgos derivados del viaje;
- i) Venta de los servicios de alquiler de vehículos;
- j) Flete aviones para la prestación de servicios;
- k) Asesoramiento e intervención en el trámite de pasaportes y demás documentos de viaje necesarios; y prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

Cuando de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, se trate de la venta de un producto que no tiene intermediación de una mayorista en Ecuador, las agencias internacionales podrán realizar la venta de dicho producto directamente a los usuarios y consumidores.

**TÍTULO SEGUNDO. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS**  
**CAPÍTULO I**  
**DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y SU CATEGORIZACIÓN**

**Art. 42.- Actividades Turísticas.-** Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el
- d) transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- e) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa
- f) actividad se considerará parte del agenciamiento;
- g) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- h) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.-** Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la Ley:

**a) Alojamiento**

Se entiende por Alojamiento Turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

**b) Servicio de alimentos y bebidas**

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento.

### **c) Transportación**

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación.

### **d) Operación**

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo. Se realizará a través de Agencias Operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

### **e) Intermediación**

La actividad de intermediación es la ejercida por Agencias de Servicios Turísticos las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las Agencias de Servicios Turísticos pueden ser dos clases: Agencias de Viajes Internacionales, Agencias de Viajes Mayoristas y Agencias Duales.

### **Art. 44.- Normas Técnicas y Reglamentarias para las actividades turísticas.-**

Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este Reglamento,

sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de Acuerdo Ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este Reglamento y sus respectivas modalidades. La potestad asignada en este artículo es intransferible. Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos, no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo.

**Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.-** El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la Ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la Ley y este Reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

**Art. 46.- Quien no puede ejercer actividades turísticas.-** Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60, no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la Ley y este Reglamento:

- a) Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil Ecuatoriano; y,
- b) Las Instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador.

## **LEY PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

## **TÍTULO PRELIMINAR**

### **Artículo 1.- Ámbito de aplicación**

La presente Ley constituye el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística.

### **Artículo 2.- Principios**

Son principios básicos de la actividad turística:

- a) Estimular el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social del país, generando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada.
- b) Contribuir al proceso de identidad e integración nacional con participación y beneficio de la comunidad.
- c) Establecer el uso turístico racional y sostenible del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación.
- d) Promover la competitividad de los productos turísticos nacionales, fomentando el desarrollo de infraestructura, la calidad de los servicios para la adecuada satisfacción de los usuarios.
- e) Conservar el Patrimonio Cultural de la Nación, el entorno natural, las formas de vida, costumbres, identidad, entre otros, de las comunidades en las que se encuentren los atractivos turísticos.

### **Artículo 3.- Definiciones básicas**

Para efectos de la presente Ley se entiende por:

**1.- TURISTA:** Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, que permanece una noche por lo menos y no más de un año, en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en dicho lugar.

**2.-ACTIVIDADES TURÍSTICAS:** Son aquellas derivadas de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el Estado.



**3.- PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS:** Son aquellas personas naturales o jurídicas cuyo objeto es brindar algún servicio turístico.

**4.- RECURSOS TURÍSTICOS:** Son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos.

**5.- PRODUCTOS TURÍSTICOS:** Son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.

**6.- SERVICIOS TURÍSTICOS:** Son aquellos servicios que satisfacen las necesidades de los turistas.

**7.- TURISMO INTERNO:** Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.

**8.- TURISMO RECEPTIVO:** Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

**9.- ZONAS DE RESERVA TURÍSTICA:** Son aquellas de comprobado potencial turístico cuyas características excepcionales ameritan protección especial por parte del Estado.

**10.- ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO PRIORITARIO:** Son aquellas que por sus características constituyen un atractivo para el turismo y requieren de acciones de promoción e inversión coordinadas entre el sector público y privado.

**11.- FACILITACIÓN TURÍSTICA:** Acción o medida destinada a simplificar, agilizar y viabilizar todo trámite relacionado con la actividad turística.

## 2.4 Categorías Fundamentales



Gráfico N° 2 Superordinación Conceptual (Red de inclusión conceptual)

Elaborado por: Naula, Maribel (2013)

## **2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE INDEPENDIENTE “AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO”**

**Concepto de Agencias Operadoras de Turismo:** Son las que crean y organizan paquetes turísticos y otros servicios para ofrecerlos a los minoristas, ya que no pueden vender sus productos directamente a los consumidores. Como suelen contratar gran cantidad de servicios, consiguen precios más reducidos que si esos mismos servicios se contratarán aisladamente. Como consecuencia, ofertan viajes programados a precios bastantes ajustados.<sup>4</sup>

**Agencias Operadoras de Turismo:** Elaboran productos turísticos “paquetes” para ser vendidos a un gran número de clientes. Es decir compran productos básicos, los amalgaman en un “paquete” y lo ofrecen a través de los canales de distribución con anticipación a la demanda real.<sup>5</sup>

**Agencias Operadoras de turismo:** Son aquellos agentes que diseñan sus propios productos (los holiday packages – paquetes turísticos – o inclusive tours formados por una combinación de transporte, alojamiento y servicios complementarios) que luego venden al por menor a los consumidores directamente o a través de las agencias de viajes.<sup>6</sup>

### **Clasificación de las Agencias de Viajes**

**Según: ACERENZA, Miguel Ángel. (2010)**

Las agencias de viajes se clasifican en distinta manera, en función del tipo de intermediación que llevan a cabo en el sistema de distribución de viajes y turismo,

---

<sup>4</sup> BALANZA, Isabel. (2003), *Organización y Control del Alojamiento*. España: thomson ediciones spain. Pág.48

<sup>5</sup> ARTESI, Liliana. (2003), *Desarrollo Turístico en el Calafate*. Buenos Aires: Editorial Cepal. Pág.23

<sup>6</sup> GÓMEZ, Belén y LÓPEZ, F. (2002), *Regionalización Turística del Mundo*. Barcelona. Edicions de la universitat de Barcelona. Pág.52

las características de las actividades que desarrollan y la forma de operación del negocio.

### **En función del tipo de intermediación que llevan acabo**

Estas se clasifican en mayoristas y detallistas:

**Las agencias de viaje mayoristas** contratan en grandes volúmenes los servicios independientes de los proveedores de servicios turísticos (en especial de las líneas aéreas y de los hoteles), por lo cual obtienen precios más bajos, y preparan con ellos los paquetes turísticos que más tarde venden en el mercado a través de las agencias de viajes detallistas.

Algunas agencias de viajes mayoristas, sobre todo en Europa, han adoptado la forma de tour operadores, los cuales, al igual que los mayoristas, compran servicios en grandes volúmenes a los proveedores y elaboran con ellos paquetes turísticos, pero a diferencia de los mayoristas, dichos paquetes lo venden directamente al público en sus propios locales de venta y a través de las agencias de viajes detallistas. Otra característica de los tour operadores es que operan con frecuencia sus propios productos en los destinos turísticos que venden.

**Las agencias de viaje detallistas**, como cualquier otro negocio detallista, venden directamente al cliente final. Son intermediarias entre el cliente y los proveedores de los servicios independientes (líneas aéreas, hoteles, arrendadoras de autos y otros), y de quienes elaboran paquetes turísticos (mayoristas y tour operadoras), recibiendo por ello una comisión por parte de los proveedores.

### **De acuerdo con la orientación de sus actividades**

De acuerdo con la actividad que desarrollan, las agencias de viajes se clasifican en tres tipos diferentes: **emisoras receptoras y de actividad mixta**

**Agencias de viajes emisoras.** Orientan toda su actividad en el envío de viajeros hacia el exterior del lugar en donde están instaladas, razón por la cual se las llama también “agencias de viaje exportadoras”.

**Agencias de viajes receptoras.** Se ocupan de traer turistas de otras áreas geográficas al lugar donde están localizadas. Por tanto, se les conoce como “agencias de viaje importadoras”

**Agencias de viajes mixtas.** Desarrollan sus actividades en ambos sentidos. Se estima que entre 20 y 30% de las agencias de viajes tienen este enfoque, el cual implica contar con una estructura organizacional que permita llevar a cabo en forma armónica ambas actividades.

#### **De acuerdo con la forma como operan el negocio**

Otra manera de clasificar a las agencias de viajes, que se ha comenzado a utilizar en los últimos años, se relaciona con la forma como éstas operan el negocio. De acuerdo con este nuevo criterio las agencias de viaje se clasifican en dos clases: **físicas y virtuales**

**Agencias de viajes físicas.** Instaladas en un local para la atención al público, pueden a su vez ser de dos tipos:

Agencias de viajes propias: cuyas actividades son planificadas, organizadas y conducidas por sus propios dueños.

Agencias de viajes franquiciadas: operan con una franquicia otorgada por una franquiciadora que le concede el derecho de explotar el negocio siguiendo ciertas prácticas comerciales uniformes. La franquicia le aporta a la agencia la marca, la imagen corporativa del negocio, el conocimiento, los productos y la formación del personal, así como el plan de marketing y el sistema administrativo del negocio.

**Agencias de viajes virtuales.** Desarrollan sus actividades **on line** y surgieron como consecuencia del avance que registró el uso de internet.

Es importante mencionar el hecho de que a pesar de que las agencias de viaje virtuales constituyen una amenaza para las agencias de viajes físicas o tradicionales, estas últimas tienen la preferencia de un alto porcentaje de clientes debido a que los mismos pueden mantener un vínculo real con el personal de la agencia, lo cual les brinda tranquilidad, respaldo y seguridad, al poder contar con alguien que los asesora y a quien pueden recurrir para que les solucione problemas, o para reclamarle en caso de incumplimiento de los servicios contratados.<sup>7</sup>

### **Clasificación de las Agencias de Viajes**

**Así como también: ÁLVAREZ, Carlos. (2004)**

Las agencias de viajes se pueden clasificar de acuerdo con su función así:

**Mayorista:** Las que proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos para su ofrecimiento a las agencias minoristas. No pueden vender directamente sus productos a los consumidores.

**Minoristas:** Las que comercializan el producto de las agencias mayoristas vendiéndolo directamente al consumidor, o bien organizan, proyectan y venden toda clase de servicios y paquetes turísticos a los consumidores. En este caso, no pueden vender sus productos a otras agencias.

**Mayorista - Minoristas:** Las que pueden simultanear las actividades de las anteriores.

Si confrontamos las “nuevas definiciones legales” del empresario de viajes – Organizador y detallista- de la ley de viajes combinados con esta clasificación de las agencias de viajes, podemos realizar las siguientes observaciones: Primera, las

---

<sup>7</sup> ACERENZA, Miguel. (2010), Agencia de Viajes. *Operación y Plan de Negocios*. México: Segunda Edición. Editorial Trillas. Pág.19

agencias mayorista desarrollan las tareas típicas del organizador, con una diferencia importante, que no pueden mantener relaciones comerciales con los consumidores. Tienen por tanto un ámbito de actuación más reducido. Segunda, las agencias minoristas realizan tareas de intermediación propias de los detallistas, y también les está permitido organizar, proyectar y elaborar y vender servicios y paquetes turísticos a los usuarios, pero no a otras agencias.

En consecuencia, el minorista puede desarrollar a la vez una función de Organizador y Detallista, en el primer caso con una limitación, en el segundo de manera plena. Por último, en tercer lugar, las Agencias Mayorista- minoristas están facultadas para desenvolverse libremente como Organizador y Detallista. Esta situación legal de los empresarios de viajes hace que frente al consumidor, Organizador y Detallista, aparezcan como dos personas iguales, cuando en realidad no lo son desde el punto de vista de las responsabilidades que asumen en la contratación del viaje combinado: sólo el Organizador asume la responsabilidad por el buen fin del viaje combinado. El detallista limita la función a una labor de intermediación entre Organizar y consumir. En este sentido de cara a una mayor transparencia del mercado y mejor protección del consumidor, es de esperar que las normas administrativas de desarrollo obliguen a las agencias de viajes a publicitar en sus relaciones con los consumidores cuándo actúan como organizadores o como detallistas.<sup>8</sup>

### **Clasificación de las Agencias de Viajes**

**De acuerdo a: DE LA PLATA CABALLERO, Nicolás. (2006)**

Mayoristas: son las que crean producto, es decir, elaboran los paquetes turísticos y solamente pueden vender a agencias de viajes minoristas.

---

<sup>8</sup> ÁLVAREZ, Carlos. (2004), *Manual sobre Protección de Consumidores y Usuarios*. España: Editorial Dikinson S.L. Pág.242

Minoristas: su función principal es la de intermediación, vendiendo el producto de las mayoristas al consumidor final; aunque también puede elaborar toda clase de servicios y paquetes turísticos pero solamente dirigidos al cliente o usuario final, no pudiendo ofrecer sus productos a otras agencias.

Mayoristas-Minoristas: son aquéllas que pueden simultanear las actividades de los dos grupos anteriores.

Tour Operadores: la referida clasificación de las agencias es la que se desprende de la legislación española, pero es habitual denominar a algunas grandes agencias (Tour Operators) o Tour Operadores. Este nombre hace referencia no a su catalogación legal, sino más bien al tamaño y al tipo de actividad: se trata de grandes agencias cuya principal función es la de producir paquetes turísticos, en gran escala. Todos los tour operadores españoles son agencias de viajes mayoristas o mayorista-minoristas; estas últimas pueden entrar en competencia con las agencias minoristas, por lo que en muchos casos se opta para crear una marca comercial diferente para cada producto.<sup>9</sup>

### **Agencias de Viajes**

**Para: TOVAR, Ramón. (2000)**

Las agencias de viajes son empresas mercantiles que se dedican profesionalmente al asesoramiento, mediación y organización de servicios turísticos, ya sea a partir de medios propios a partir de la intermediación entre los prestadores de servicios (hoteles, compañías aéreas, restaurantes, compañías de alquiler, de vehículos, etc.) y los usuarios de dichos servicios.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> DE LA PLATA CABALLERO, Nicolás. (2006), *El Entorno Jurídico de las Nuevas Tendencias Deportivas; Deporte de Aventura, Animación Deportiva y Ocio Activo*. Madrid: Editorial Dikinson S.L. Pág.104

<sup>10</sup> TOVAR, Ramón. (2000), *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos*. Madrid: Editorial Síntesis. S.A. Vallermosto, 34.28015. Pág.49



## **Agencias de Viajes**

**Por consiguiente para: DORADO, José Antonio. (1999)**

Tienen la consideración de agencias de viajes: "las empresas que en posesión del título de licencia correspondiente se dedican profesional y comercialmente en exclusiva al ejercicio de actividades de mediación y/u organización de servicios turísticos pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos".<sup>11</sup>

**Se puede asumir que para: RAYA, José M. (2011)**

Las agencias de viajes son empresas mercantiles que se dedican profesional y comercialmente, y de manera exclusiva, al ejercicio de actividades de asesoramiento, medición y organización de servicios turísticos. Pueden utilizar medios propios en la prestación de los servicios o bien un agente intermediario entre los prestadores de servicios (en la mayoría de los casos) y el cliente.

**De acuerdo a: VILLENA, Eduardo. (2003)**

Las agencias de viajes son las empresas encargadas de generar y distribuir los diversos productos turísticos y satisfacer así las necesidades de su mercado, por lo que se trata de una actividad empresarial relativamente compleja. La calidad del servicio prestado es muy importante, ya que es la que le permitirá diferenciarse de la competencia y, a su vez, introducirse en mercados internacionales.

---

<sup>11</sup> DORADO, José Antonio. (1999), *Organización y Control de Empresas en Hostelería y Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis S.A, Vallehermoso, 34.28015. Pág.36

## **2.4.2 FUNDACIÓN TEÓRICA VARIABLE DEPENDIENTE “DESARROLLO TURÍSTICO”**

**Concepto Desarrollo Turístico:** Se entiende como desarrollo, la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales. Para ello se utilizarían tecnologías que no se encuentran en contradicción con los elementos culturales de los grupos involucrados. Este concepto integra elementos económicos, tecnológicos, de conservación y utilización ecológica, así como lo social y político. La esfera de poder, dentro del contexto social se hace necesaria como forma organizativa y de cohesión legítima, legal y funcional dentro de grupos sociales y como instancia de toma de decisiones entre individuos.<sup>12</sup>

### **Desarrollo Turístico**

**Así mismo expresa: BLASCO, José. (2002)**

Se trata de un desarrollo turístico que persigue satisfacer las necesidades y deseos de la población local en términos de mejora de los estándares y de la calidad de vida. Pretende satisfacer, además, las demandas de los turistas y de la industria turística, y mantener los atractivos para ambos en orden a alcanzar el objetivo anterior. Trata de preservar, por último, los recursos ambientales que son la base del turismo, tanto en sus componentes naturales, como construidos y culturales.<sup>13</sup>

### **Desarrollo Turístico**

El fenómeno turístico es, por su naturaleza social, cultural, económica y ambiental, una extraordinaria herramienta de análisis y desarrollo de las relaciones

---

<sup>12</sup> Definición de Desarrollo Turístico <http://www.zonaeconómica.com>

<sup>13</sup> BLASCO, José. (2002), *Vicerrectorado de la Fundación UPV Escuela Politécnica Superior de Gandía Área de Acción Internacional*. Valencia: Editorial de la UPV. Pág.82

interpersonales, de los valores culturales y ambientales de los que se nutre. Es, por esta misma razón, un camino de ida y de vuelta sobre la realidad, extraordinariamente sensible a los cambios, que en la actualidad sufre un proceso de transformación global, que combina todas las claves de nuestro tiempo.<sup>14</sup>

### **Planificación Turística**

**De acuerdo a: BIGNÉ, J. Enrique, FONT, Xavier y ANDREU, Luisa. (2000)**

La planificación turística tiene por objeto el desarrollo integrado de todas las partes del sistema turístico, tanto de los factores de la demanda y de la oferta como de los elementos físicos e institucionales. Actuando mediante un enfoque integrado, el sistema funcionará con mayor eficacia y alcanzará los beneficios deseados.<sup>15</sup>

### **Planificación Turística**

Implica un alto control social de las actividades y de sus efectos sobre los recursos, así como el objetivo que de la mayor parte de los beneficios económicos se traslade al conjunto de la comunidad en sus diferentes formas: incremento de renta y de los ingresos, creación de ocupación, equipamientos, infraestructura, etc. La planificación turística se debe entender como una de las partes de la estrategia de desarrollo local, integrada en el sistema productivo, y no como parte, en ningún caso, de un elemento aislado y autónomo en el territorio.<sup>16</sup>

### **El Turismo**

**Según menciona: FERNANDEZ, Fuster. (1981)**

---

<sup>14</sup> REYES, Ávila. (2002), *Turismo Sostenible*. Madrid España: Editorial Iepala. Pág.18

<sup>15</sup> BIGNÉ, J. Enrique, FONT, Xavier y ANDREU, Luisa. (2000), *Marketing de Destinos Turísticos Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Madrid: Editorial. Esic. Pág.382

<sup>16</sup> ARCARONS, Ramón, CAPELLA, Josep y GONZÁLES, Reverte. (2010), *Gestión Pública del Turismo*. Barcelona: Editorial UOC. Pág.149

“Es el conjunto de viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales u otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal”

### **El Turismo**

**Así mismo: KURT, KRAFT, Walter Hunziker. (1942)**

Considerando en 1942 que el Turismo “es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera del lugar de domicilio, en tantos dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa.

La Unión Internacional De Organismos Oficiales De Turismo (UIOOT), hoy Organización Mundial De Turismo (OMT), define al turismo como la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario, no motivado por relaciones de negocios o profesionales (UIOOT 1967).

### **El Turismo**

**Según: SCHULTE, Silke. (2003)**

La definición tradicional del turismo está basada en el concepto de demanda y se refiere a todas aquellas actividades que realizan las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor de un año y con motivos de ocio, diversión, negocios u otros.

### **Tipos de turismo**

**Turismo cultural:** Es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico.

**Turismo rural:** Se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos.

**Ecoturismo:** Se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacan los parques nacionales y parques, parajes y reservas naturales.

**Turismo de salud:** Está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.

**Turismo deportivo y de aventura:** tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte o deportes de riesgo.

**Turismo de ayuda humanitaria:** Está destinado a las personas que viajan con la intención de colaborar en proyectos sociales o con organizaciones no gubernamentales. Suelen ser viajes a países pobres, del tercer mundo o en vías de desarrollo.

**Turismo itinerante:** Cuando el turismo incluye movilizaciones a varios lugares (ciudades, pueblos, etc.)

**Turismo Receptivo:** Tipo de turismo que realizan turistas de países foráneos y que entran a al territorio de un país receptor.

**Turismo Sedentario:** Cuando el viaje tiene un sentido de permanencia más o menos pronunciado en un lugar determinado, he incluso lleva al turista a adquirir una propiedad para seguir acudiendo a dicho lugar.

**Turismo de Aventura:** Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

**Turismo residencial:** Es aquel en que la estancia se realiza en un centro turístico desplazándose del mismo únicamente con fines recreativos.

**Turismo gastronómico:** se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebidas típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas.

**Turismo espacial:** es un tipo de turismo de lujo que muy pocos se pueden permitir debido a su elevado coste. Consiste en viajes con vuelos suborbitales.<sup>17</sup>

## **Tipos de turismo**

### **Turismo de Naturaleza**

El turismo de naturaleza en Ecuador es, por sus condiciones geográficas, climáticas y ecológicas, un elemento fundamental de su oferta turística. El país ha destinado cerca del 20% de su territorio a parques, reservas y áreas naturales protegidas. El viajero encontrará aquí una excepcional biodiversidad, siendo uno de los países con mayor cantidad de especies animales y vegetales por kilómetro cuadrado en el mundo. Al tener tal cantidad de climas por su extraordinaria posición y variedad geográfica, en cualquier recorrido el viajero podrá observar los marcados cambios de paisaje y vegetación. Las actividades de naturaleza que se ofrecen pueden ser tan suaves o exigentes, como usted lo prefiera.

### **Turismo Comunitario**

En Ecuador habitan 14 nacionalidades indígenas, cada una con su propio lenguaje y territorios. Sus rasgos físicos, vestimenta y costumbres los diferencian

---

<sup>17</sup> Tipos de Turismo. <http://www.viajealatardecer.com>

fácilmente. El turismo comunitario en Ecuador se desarrolla en algunas comunidades indígenas en diversas regiones del país. El turista se alojará en casa de uno de los pobladores de la comunidad y compartirá su comida y tareas habituales (cosecha, ordeño, recolección) con la familia nativa. Desde luego, también será guiado por los senderos y realizará las excursiones y visitas con guías nativos de la comunidad.

### **Turismo Sostenible**

En Ecuador varios hoteles, hosterías, alojamientos y operadores turísticos han optado por desarrollar un estilo de turismo con mínimos impactos en el ambiente, los cuales respetan las culturas y ofrecen programas y servicios de calidad. Estos establecimientos se encuentran tanto en ciudades como en áreas rurales y naturales y se caracterizan por aplicar prácticas conocidas como “responsables” en el campo ambiental y social. Es digno de destacar que estos establecimientos turísticos están obteniendo certificaciones internacionales que avalizan sus esfuerzos en este campo y de ese modo garantizan al viajero que su visita no generará impactos negativos.

### **Turismo Cultural**

Los viajes de tipo cultural en Ecuador son muy variados y emocionantes. Este tipo de turismo es de los primeros que se desarrolló en el país desde hace más de 30 años por su riqueza, reconocida por la UNESCO con la declaración de Quito y Cuenca como ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad. Un típico viaje de turismo cultural en Ecuador siempre incluirá el Centro Histórico de Quito, la ciudad de Cuenca, el mercado indígena de Otavalo, pueblos artesanales como Pujilí y Saquisilí, y la gran cantidad de manifestaciones religiosas y folclóricas que a lo largo del año se celebran en todo el país. Si usted piensa visitar Ecuador y participar de sus eventos culturales más destacados, los meses de junio y julio (fiestas de San Pedro y San Pablo, Inti Raymi, Septenario, Corpus, etc.) le

ofrecen, especialmente en la región andina del Ecuador, una gran cantidad de coloridas celebraciones y festividades.

### **Turismo de Sol y Playa**

Las costas del Ecuador están bañadas por el Océano Pacífico, y se caracterizan por extensas playas, muchas de ellas prístinas y mar cálido la mayor parte el año. Hasta muy cerca de las playas llegan las estribaciones de la cordillera costera con sus verdes colinas y fascinantes bosques tropicales, húmedos o secos.

En el Ecuador costero prevalecen pequeños y encantadores hoteles, hostales y cabañas con una arquitectura apegada a la naturaleza y en su mayoría con salidas directas a las playas.

Es destacable la tranquilidad de muchas playas y, para quienes buscan más emociones en el mar, Ecuador ofrece algunas de las mejores olas para surf y excelentes lugares para el buceo y otros deportes acuáticos.<sup>18</sup>

### **2.5 Hipótesis**

La creación de una Agencia Operadora de Turismo si favorece en el desarrollo turístico del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

### **2.6 Señalamiento de las Variables**

**Variable independiente:** Agencia Operadora de Turismo

**Variable dependiente:** Desarrollo turístico del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

---

<sup>18</sup> Tipos de Turismo. <http://www.visitecuador.com>



## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Enfoque de la Investigación**

Este proyecto de investigación tiene un enfoque cualitativo considerado como la necesidad de utilizar técnicas cuantitativas, que permitan obtener resultados que se evidencien en valores porcentuales que estos serán sometidos a un análisis con el apoyo del marco teórico. Así también iniciar la base fundamental hacia el desarrollo turístico del cantón Salcedo, tomando en cuenta que este es un destino turístico que posee un gran potencial y el mismo que tiene una acogida muy considerable en el visitante nacional y extranjero, tratando de esta forma incrementar el turismo en este lugar, y obteniendo un buen rédito económico.

#### **3.2 Modalidad de la Investigación**

##### **Investigación de campo**

Esta modalidad de investigación involucra al investigador a acudir al lugar de los hechos para recabar información mediante encuestas realizadas en el lugar donde se presenta el problema, y así poder comprender y resolver inconvenientes en un contexto determinado.

##### **Investigación documental**

Esta forma investigativa también está respaldada y tiene mucha similitud en diferentes fuentes como internet, libros, revistas, documentos. De tal manera que ayudara a cubrir cualquier inquietud que existe.

### **3.3 Nivel o tipo de investigación**

#### **Nivel descriptivo**

Es descriptivo por que ayuda a descubrir la incidencia del desarrollo turístico del Cantón Salcedo. Y la baja explotación de los recursos tanto naturales como culturales en donde se propicia los acontecimientos de dicho lugar.

#### **Nivel explicativo**

Se lo designa así porque al momento de realizar el trabajo en el área, se dará a conocer las razones por la cual se realiza la presente investigación, de tal manera que se explicara de forma detallada cada uno de los puntos importantes que esta posee.

### **3.4 Población y Muestra**

#### **3.4.1 Población. Comprende todos los sujetos objeto de la investigación**

De acuerdo con el resultado obtenido después de la aplicación de la fórmula de la muestra se aplicarán las encuestas a 378 habitantes del Cantón Salcedo. Los que son considerados como el universo de estudio.

Por lo tanto para calcular el tamaño de la muestra se aplicará las siguientes fórmulas.

#### **FÓRMULA:**

#### **3.4.2. Muestra**

Para determinar la muestra del proyecto se aplicará la siguiente fórmula:

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confiabilidad (1,96) valor constante.

P= Probabilidad de ocurrencia (0,5) valor constante.

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0,5) valor constante.

N= Número de población.

e= Error de la muestra (0,05) valor constante.

$$n = \frac{1,96^2 (0,5) (0,5) (24932)}{1,96^2 0,5 0,5 + (24932)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,84 (0,25) (24932)}{3,84 0,25 + 24932 (0,0025)}$$

$$n = \frac{3,84 (6233)}{0,96 + (62,33)}$$

$$n = \frac{23934,72}{63,29}$$

$$n = 378,18$$

$$n = 378 \text{ personas}$$

### 3.5 Operacionalización de variables

#### VARIABLE INDEPENDIENTE

| Conceptualización  | Dimensiones  | Indicadores   | Items Básicos  | Técnicas | Instrumentos                               |
|--|--|---|--|----------|--|
| Es la organización comercial que diseña o integra productos y servicios turísticos con base en convenios o contratos específicos con los prestadores finales del servicio y los comercializa a través de los canales normales de distribución que son las agencias de viajes mayoristas y minoristas u otros operadores de turismo, tanto nacionales como extranjeros. | Diseñar<br><br>Servicios Turísticos<br><br>Prestadores de servicio | Paquetes Turísticos<br><br>Tour con todo incluido<br><br>Reservas, confirmaciones y cancelaciones | ¿Le gustaría saber más acerca de las agencias operadoras de turismo?<br>¿Piensa usted que una agencia operadora de turismo es importante?<br>¿Usted considera que es importante implementar una agencia operadora de turismo en la ciudad? | Encuesta | Cuestionario para la muestra seleccionada. |

**Cuadro N° 1 Variable Dependiente: Desarrollo Turístico**  
**Elaborado por:** Naula, Maribel (2013)

## VARIABLE DEPENDIENTE

| Conceptualización   | Dimensiones                                 | Indicadores  | Items Básicos   | Técnicas | Instrumentos                               |
|---|---|--|---|----------|--|
| Potencialización de las áreas turísticas de una región determinada como aporte al crecimiento económico. Los jefes de estado en todo el mundo consideran que el desarrollo turístico es una fuente de ingresos necesaria o deseable en cada zona y esto es lo que permite estimular las inversiones en ese campo, facilitando préstamos a bajo interés para la construcción de hoteles, mantener el precio de la mano de obra barata, anunciar y promocionar por parte del gobierno de cada ciudad con sus atractivos y volverse apetecibles. | Desarrollo<br><br>Turismo<br><br>Atractivos | Diversificación<br><br>Actividad Económica<br><br>Lugares Turísticos | ¿Piensa usted que el cantón Salcedo posee de lugares atractivos para un buen desarrollo turístico?<br>¿Cree usted que al contar con una agencia operadora de turismo habrá un desarrollo turístico dentro del Cantón Salcedo?<br>¿Considera usted que las autoridades apoyan plenamente el desarrollo turístico de la ciudad?<br>¿Piensa usted que con la creación de una agencia operadora aportaría al desarrollo turístico de la ciudad de Salcedo?<br>¿Conoce usted si existe suficiente información turística dentro del Cantón Salcedo? | Encuesta | Cuestionario para la muestra seleccionada. |

**Cuadro N° 2 Variable Independiente**  
**Elaborado por: Naula, Maribel (2013)**

### 3.6 Plan de Recolección de Información

Cuadro N° 3 Plan de Recolección de Información

|    | PREGUNTAS BÁSICAS             | EXPLICACIÓN  |
|----|-------------------------------|--|
| 1  | ¿Para qué?                    | Para lograr los objetivos de la investigación y proponer una alternativa o solución al problema. |
| 2  | ¿De qué personas u objetos?   | Habitantes, propietarios y turistas.   |
| 3  | ¿Sobre qué aspectos?          | Creación de una Agencia Operadora de Turismo en el Cantón Salcedo.                               |
| 4  | ¿Quién o quiénes?             | Investigador.  |
| 5  | ¿Cuándo?                      | 2013   |
| 6  | ¿Dónde?                       | En el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.  |
| 7  | ¿Cuántas veces?               | Una vez  |
| 8  | ¿Qué técnicas de recolección? | Entrevistas, encuestas, observación.   |
| 9  | ¿Con qué?                     | Cuestionarios aplicados a turistas y habitantes.   |
| 10 | ¿En qué situación?            | Los días de más afluencia turística de una manera objetiva.                                      |

Elaborado por: Naula, Maribel (2013)

### **3.7 Plan de procesamiento de la información**

La información obtenida o recolectada se procesara de la siguiente manera:

- 1.** Lectura crítica
- 2.** Tabulación de cuadros según variables.
- 3.** Gráficos estadísticos: Pasteles
- 4.** Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos y preguntas.
- 5.** Interpretación de acuerdo a los resultados.
- 6.** Conclusión: de acuerdo a los resultados.
- 7.** Estudio estadístico de datos para la presentación de resultados.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Encuesta realizada para la creación de una Agencia Operadora de Turismo.

**PREGUNTA N° 1.-** ¿Usted viaja con frecuencia a visitar los destinos turísticos de la Provincia de Cotopaxi?

**Cuadro N° 4 Tabulación pregunta 1**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 225        | 59,52%     |
| NO           | 153        | 40,48%     |
| TOTAL        | 378        | 100%       |

**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

**Gráfico N° 3 Representación gráfica, pregunta 2**



**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

#### **Análisis e Interpretación:**

Se puede observar que el 59,52% de las personas viajan con frecuencia a visitar los destinos turísticos de la Provincia de Cotopaxi, mientras que el 40,48% manifiestan que no viajan con frecuencia a visitar los destinos turísticos de la Provincia de Cotopaxi.

Resultado que demuestra mucho interés, que a través de una Agencia de Viajes Operadora de Turismo en el Cantón se podrían ofertar estos sitios destacados.



**PREGUNTA N° 2.-** ¿Qué tipo de turismo usted realiza frecuentemente?

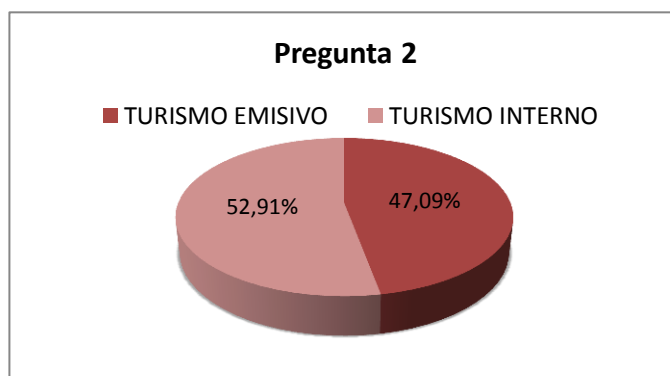
**Cuadro N° 5** Tabulación pregunta 2

| ALTERNATIVAS    | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| TURISMO EMISIVO | 178        | 47,09%     |
| TURISMO INTERNO | 200        | 52,91%     |
| TOTAL           | 378        | 100%       |

**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

**Gráfico N° 4** Representación gráfica, pregunta 2



**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

**Análisis e Interpretación:.**

Dados los resultados reflejados se puede observar que el 52,91% de las personas realizan frecuentemente Turismo Interno, mientras que el 47,09% de las personas realizan Turismo Emisivo.

Mediante este resultado se puede observar que si es necesario contar con una Agencia de Viajes Operadora de Turismo en el Cantón para poder vender paquetes turísticos a muchos lugares y así poder satisfacer las necesidades de los clientes.

**PREGUNTA N° 3.-** ¿Qué lugares Turísticos de la Provincia de Cotopaxi le gustaría conocer?

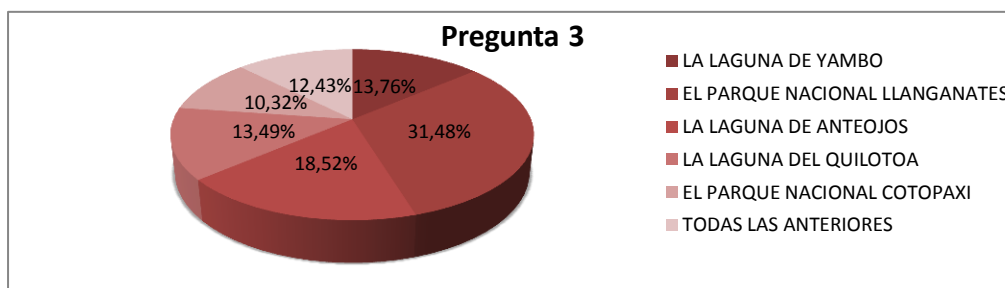
**Cuadro N° 6 Tabulación pregunta 3**

| ALTERNATIVAS                   | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------|------------|------------|
| LA LAGUNA DE YAMBO             | 52         | 13,76%     |
| EL PARQUE NACIONAL LLANGANATES | 119        | 31,48%     |
| LA LAGUNA DE ANTEOJOS          | 70         | 18,52%     |
| LA LAGUNA DEL QUILOTOA         | 51         | 13,49%     |
| EL PARQUE NACIONAL COTOPAXI    | 39         | 10,32%     |
| TODAS LAS ANTERIORES           | 47         | 12,43%     |
| TOTAL                          | 378        | 100%       |

**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

**Gráfico N° 5 Representación gráfica, pregunta 3**



**Análisis e Interpretación:**

**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

Dados los resultados reflejados se puede observar que el 31,48% de las personas desean conocer El Parque Nacional LLanganates, siendo así la mayoría. A continuación le sigue La Laguna de Antejos con el 18,52%, La Laguna de Yambo con el 13,76% y La Laguna del Quilotoa con el 13,49%. Mientras que el resto de los sitios turísticos como son todas las anteriores con el 12,43% y el Parque Nacional Cotopaxi con el 10,32% han obtenido menos interés de ser visitados.

Esta prueba demuestra notoriamente la falta de una Agencia Operadora de Turismo, dentro de la ciudad para así poder conocer los diferentes lugares turísticos que posee el cantón y la provincia.

**PREGUNTA N° 4.-** ¿Qué tipo de servicios contrataría con una Agencia Operadora de Turismo?

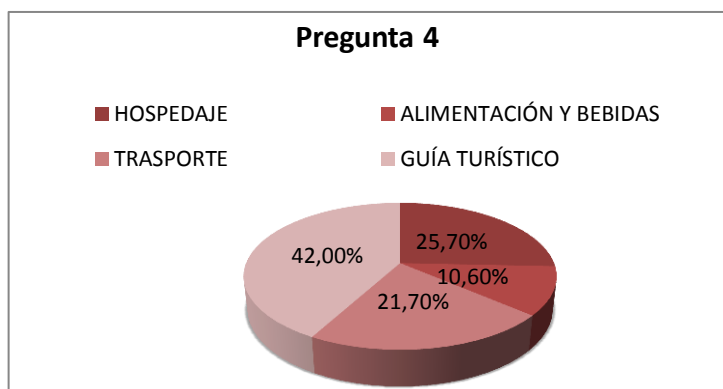
**Cuadro N° 7 Tabulación pregunta 4**

| ALTERNATIVAS           | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------|------------|------------|
| HOSPEDAJE              | 97         | 25,7%      |
| ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS | 40         | 10,6%      |
| TRANSPORTE             | 82         | 21,7%      |
| GUÍA TURÍSTICO         | 159        | 42,0%      |
| TOTAL                  | 378        | 100%       |

**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

**Gráfico N° 6 Representación gráfica, pregunta 3**



**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

**Análisis e Interpretación:**

Se puede observar que el 42,0% de las personas que se las encuestado prefieren contratar con una Agencia Operadora de Turismo un Guía Turístico, seguido del 25,7% que es el Hospedaje, y del 21,7% el Transporte. Mientras que el 10,6% como es Alimentación y Bebidas obtuvo menos interés de contratación en una agencia.

He podido deducir mediante estos resultados que la Agencia Operadora de Turismo es de vital importancia para el turista, ya que mediante ello el cliente opta por contratar servicios importantes para una adecuada satisfacción.

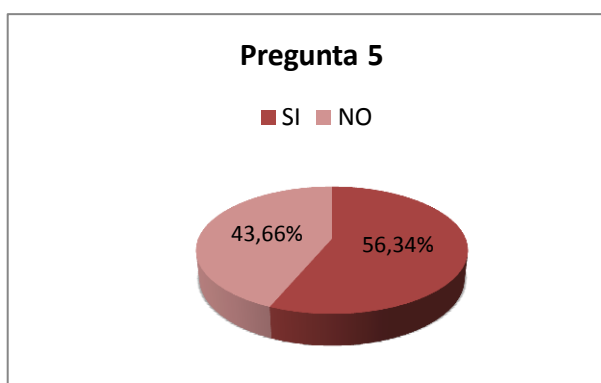
**PREGUNTA N° 5.-** ¿Estaría dispuesto a viajar comprando los servicios turísticos o paquetes turísticos a través de una Agencia de Viajes Operadora?

**Cuadro N° 8 Tabulación pregunta 5**

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 213        | 56,34%     |
| NO           | 165        | 43,66%     |
| TOTAL        | 378        | 100%       |

**Elaborado por:** NAULA, Maribel.  
**Fuente:** Encuesta (2013).

**Gráfico N° 7 Representación gráfica, pregunta 3**



**Elaborado por:** NAULA, Maribel.  
**Fuente:** Encuesta (2013).

**Análisis e Interpretación:**

Dados los resultados reflejados se puede observar que el 59,52% es decir casi la totalidad de las personas que se las encuestado, manifiesta viajar comprando los servicios turísticos o paquetes turísticos a través de una Agencia de Viajes Operadora. Mientras que el 40,48% no está dispuesto a viajar comprando los servicios turísticos a través de una Agencia de Viajes Operadora.

A través de este resultado se puede determinar que los turistas están dispuestos a comprar paquetes turísticos, mediante la cual se deduce la pronta existencia de una Agencia dentro del lugar para una correcta operación.

**PREGUNTA N° 6.-** ¿Qué es lo que más valora a la hora de elegir una Agencia Operadora frente a otras?

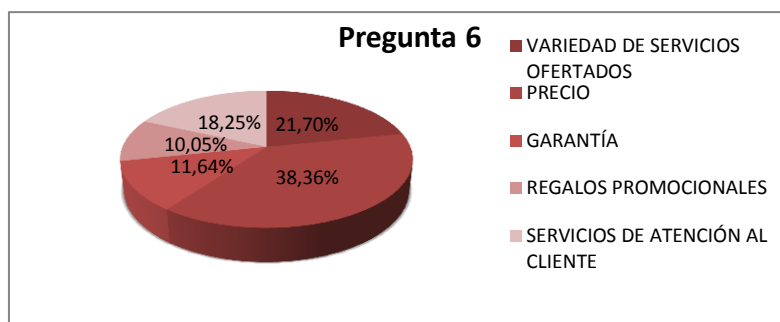
**Cuadro N° 9 Tabulación pregunta 6**

| ALTERNATIVAS                     | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------------------------|------------|------------|
| VARIEDAD DE SERVICIOS OFERTADOS  | 82         | 21,7%      |
| PRECIO                           | 145        | 38,36%     |
| GARANTÍA                         | 44         | 11,64%     |
| REGALOS PROMOCIONALES            | 38         | 10,05%     |
| SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE | 69         | 18,25%     |
| TOTAL                            | 378        | 100%       |

**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

**Gráfico N° 8 Representación gráfica, pregunta 6**



**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

### **Análisis e Interpretación:**

Se puede observar que el 38,36% de las personas que se las encuestado manifiesta que lo que más valora a la hora de elegir a una Agencia Operadora de Turismo ante otra es el Precio principalmente, seguido el 21,7% que es la Variedad de Servicios Ofertados y el 18,25% Servicios de Atención al Cliente. Por el contrario el 11,64% que es la Garantía y el 10,05% que son los Regalos Promocionales no tienen tanta importancia como las variables anteriores, al momento de elegir una Agencia Operadora.

Basándose en los resultados se observó que a la mayoría de personas les interesa más el precio al momento de elegir una Agencia Operadora, en lo que se refiere a la variedad de servicios y el servicio de atención al cliente se obtendrá mediante una correcta proyección.

**PREGUNTA N° 7.-** ¿Por qué medio le gustaría recibir información de las ofertas Turísticas realizadas por esta Operadora de Turismo?

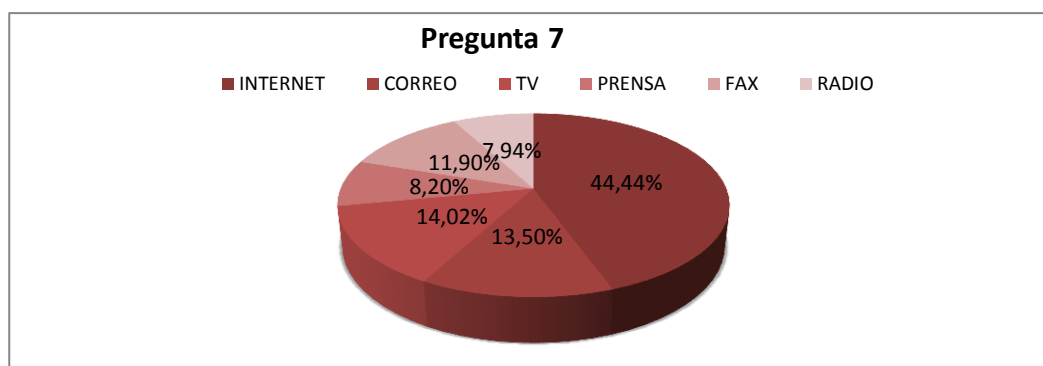
**Cuadro N° 10** Tabulación pregunta 7

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| INTERNET     | 168        | 44,44%     |
| CORREO       | 51         | 13,5%      |
| TV           | 53         | 14,02%     |
| PRENSA       | 31         | 8,20%      |
| FAX          | 45         | 11,90%     |
| RADIO        | 30         | 7,94%      |
| TOTAL        | 378        | 100%       |

**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

**Gráfico N° 9** Representación gráfica, pregunta 7



**Elaborado por:** NAULA, Maribel.

**Fuente:** Encuesta (2013).

### **Análisis e Interpretación:**

Dados los resultados reflejados se puede observar que el 44,44% de las personas que se las encuestado manifiesta que le gustaría recibir información de Ofertas Turísticas realizadas por la Operadora de Turismo a través de este medio de comunicación que es el Internet, se puede apreciar que el resto de medios ha dejado de ser relevante, puesto que obtuvo significativamente menos puntaje que internet.

Se puede observar que la mayoría de clientes está de acuerdo en recibir información de ofertas turísticas por medio de internet, ya que es un excelente medio para poder difundirlo y así dar a conocer parte de la Agencia y llegar a ser muy reconocida, a nivel nacional e internacional.

## 4.2 Verificación de la Hipótesis

Para el presente trabajo investigativo se utilizará el método estadístico conocido como chi cuadrado ( $X^2$ ), obtener la información para aceptar o rechazar la hipótesis.

### 4.2.1 Planteamiento de la Hipótesis

**HO:** La creación de una Agencia Operadora de turismo **NO** favorece en el desarrollo del turismo del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

**H1:** La creación de una Agencia Operadora de turismo **SI** favorece en el desarrollo del turismo del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

### 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 con una población total de 378 habitantes a quienes se empleó una encuesta a través de un cuestionario constituida.

### 4.2.4 Especificación del estadístico

Para lo cual se expresará un cuadro de contingencia de 4 filas y 8 columnas con el cual se determinará las frecuencias observadas, utilizando la siguiente formula:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E} \text{ donde:}$$

E

$X^2$ = chi o ji cuadrado

$\sum$ = Sumatoria

O= Frecuencia Observada

E= Frecuencia Esperada

#### 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 4 filas y 8 columnas.

#### Grados de Libertad

Cuadro N° 11

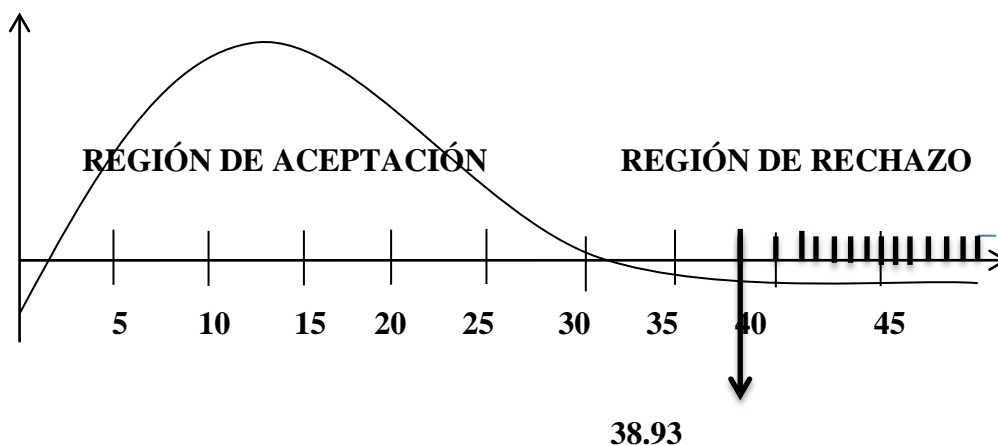
| GRADOS DE LIBERTAD |       |                    |
|--------------------|-------|--------------------|
| gl                 | FILAS | COLUMNAS           |
| gl                 | (4-1) | (8-1)              |
| gl                 | 3     | 7                  |
| gl                 | 3*7   |                    |
| gl                 | 21    | $\chi^2_T = 38.93$ |

Elaborado por: NAULA Maribel (2013)

Entonces con 21 gl y un nivel de 0.01 tenemos en la tabla de  $X^2$  el valor de 38.93 por consiguiente se acepta la hipótesis nula para todo valor de ji cuadrado que se encuentra hasta el valor 38.93 y se rechaza la hipótesis nula cuando los valores calculados son mayores de 38.93 la representación gráfica sería:

#### Curva estadística de aceptación y rechazo

Gráfico N° 10 Representación gráfica  $x^2$



Elaborado por: NAULA Maribel (2013)



**4.2.6 Recolección de datos y cálculos de lo estadístico**  
**FRECUENCIA OBSERVADA**

**Cuadro N° 12 Frecuencia Observada**

Elaborado por: NAULA Maribel (2013)

| PREGUNTA   | CATEGORIAS |            | SUBTOTAL   |
|--|------------|------------|------------|
|  | SI         | NO         |            |
| 1.- Usted viaja con frecuencia a visitar los destinos turísticos de la provincia de Cotopaxi?  | 225        | 153        | <b>378</b> |
| 5.- Estaría dispuesto a viajar comprando los servicios turísticos o paquetes turísticos a través de una agencia de viajes operadora? | 213        | 165        | <b>378</b> |
| <b>TOTAL</b>   | <b>438</b> | <b>318</b> | <b>756</b> |

| PREGUNTA   | CATEGORIAS      |                             |                    |                    |                          |                      | SUBTOTAL   |
|--|-----------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|----------------------|------------|
|  | LAGUNA DE YAMBO | PARQUE NACIONAL LLANGANATES | LAGUNA DE ANTEOJOS | LAGUNA DE QUILOTOA | PARQUE NACIONAL COTOPAXI | TODAS LAS ANTERIORES |            |
| 3.-Qué lugares de la provincia le gustaría conocer?  | 52              | 119                         | 70                 | 51                 | 39                       | 47                   | <b>378</b> |
|  | INTERNET        | CORREO                      | TELEVISION         | PRENSA             | FAX                      | RADIO                |            |
| 7.-Por qué medio le gustaría recibir información turística realizadas por esta operadora de turismo? | 168             | 51                          | 53                 | 31                 | 45                       | 30                   | <b>378</b> |
| <b>TOTAL</b>   | <b>220</b>      | <b>170</b>                  | <b>123</b>         | <b>82</b>          | <b>84</b>                | <b>77</b>            | <b>756</b> |

**Cuadro N° 13 Frecuencia Observada**

## FRECUENCIAS ESPERADAS

### Frecuencias Esperadas

Cuadro N° 14 Frecuencias Esperadas

| PREGUNTA   | CATEGORIAS |            | SUBTOTAL   |
|--|------------|------------|------------|
|  | SI         | NO         |            |
| Usted viaja con frecuencia a visitar los destinos turísticos de la provincia de Cotopaxi   | 219        | 159        | <b>378</b> |
| Estaría dispuesto a viajar comprando los servicios turísticos o paquetes turísticos a través de una agencia de viajes operadora? | 219        | 159        | <b>378</b> |
| <b>TOTAL</b>   | <b>438</b> | <b>318</b> | <b>756</b> |

Elaborado por: NAULA Maribel (2013)

Cuadro N° 15 Frecuencia Esperada

| PREGUNTA  | CATEGORIAS      |                             |                    |                    |                          |                      | SUBTOTAL   |
|---|-----------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|----------------------|------------|
|   | LAGUNA DE YAMBO | PARQUE NACIONAL LLANGANATES | LAGUNA DE ANTEOJOS | LAGUNA DE QUILOTOA | PARQUE NACIONAL COTOPAXI | TODAS LAS ANTERIORES |            |
| ALTERNATIVAS  |                 |                             |                    |                    |                          |                      |            |
| Qué lugares de la provincia le gustaría conocer?  | 110             | 85                          | 61,5               | 41                 | 42                       | 38,5                 | <b>378</b> |
|   | INTERNET        | CORREO                      | TELEVICION         | PRENSA             | FAX                      | RADIO                |            |
| Por qué medio le gustaría recibir información turística realizadas por esta operadora de turismo? | 110             | 85                          | 61,5               | 41                 | 42                       | 38,5                 | <b>378</b> |
| <b>TOTAL</b>  | <b>220</b>      | <b>170</b>                  | <b>123</b>         | <b>82</b>          | <b>84</b>                | <b>77</b>            | <b>756</b> |

## CÁLCULO DE JI CUADRADO

### Chi Cuadrado Calculado

Cuadro N° 16 Chi Cuadrado Calculado

| O           | E           | O-E  | (O-E) <sup>2</sup> | (O-E) <sup>2</sup> /E |
|-------------|-------------|------|--------------------|-----------------------|
| 225         | 219         | 6    | 36                 | 0,16                  |
| 153         | 159         | -6   | 36,00              | 0,23                  |
| 213         | 219         | -6   | 36,00              | 0,16                  |
| 165         | 159         | 6    | 36,00              | 0,23                  |
| 52          | 110         | -58  | 3364,00            | 30,58                 |
| 119         | 85          | 34   | 1156,00            | 13,60                 |
| 70          | 61,5        | 8,5  | 72,25              | 1,17                  |
| 51          | 41          | 10   | 100,00             | 2,44                  |
| 39          | 42          | -3   | 9,00               | 0,21                  |
| 47          | 38,5        | 8,5  | 72,25              | 1,88                  |
| 168         | 110         | 58   | 3364,00            | 30,58                 |
| 51          | 65          | -14  | 196,00             | 3,02                  |
| 53          | 61,5        | -8,5 | 72,25              | 1,17                  |
| 31          | 41          | -10  | 100,00             | 2,44                  |
| 45          | 42          | 3    | 9,00               | 0,21                  |
| 30          | 38,5        | -8,5 | 72,25              | 1,88                  |
| <b>1512</b> | <b>1502</b> |      |                    | <b>89,97</b>          |
|             |             |      |                    | <b>X<sup>2</sup>C</b> |

Elaborado por: NAULA Maribel (2013)

Por lo tanto con 21 grados de libertad y a nivel 0.01 de significación la tabla de  $X^2T= 38.93$  y con el valor de ji cuadrado calculado es  $X^2C = 89.97$  se encuentra fuera de la región de aceptación, entonces se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice. La creación de una Agencia Operadora de turismo **SI** favorece en el desarrollo del turismo del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones:

- En el cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi no existe una Agencia Operadora de Turismo de tal forma que el desarrollo del turismo dentro de la ciudad aún no se ha podido dar de una forma técnica, permitiendo la realización de viajes a los pobladores de la zona que oferten paquetes turísticos nacionales.
- Los pobladores del cantón Salcedo presentan un interés amplio por conocer los atractivos con los que cuenta la Provincia de Cotopaxi, a través de una Agencia Operadora de Turismo con ello se forjaría nuevas fuentes de empleo que por supuesto mejoraría la situación económica de la población.
- La implementación de una Agencia Operadora de turismo aportará al desarrollo turístico del cantón Salcedo, en vista de que los pobladores de la zona de incidencia, demuestran un notable interés por realizar sus viajes a través de una Agencia.
- Las promociones turísticas deben ser canalizadas a través de internet, ya que la mayoría de las personas están eminentemente conectadas al mundo de la web, y será de mucha facilidad que a través de este medio se informe de manera detallada las diferentes promociones que se realizará.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta y observación realizada.

## 5.2 Recomendaciones:

- La propaganda y el esparcimiento de servicios turísticos en el cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi es de vital importancia para que el desarrollo del turismo empiece a progresar, de una manera inexplicable.
- Por medio de fotografías y videos de los diferentes destinos turísticos, se logrará captar la atención de los pobladores del cantón Salcedo incentivando a visitar la gran variedad de sitios que aún no están explotados turísticamente.
- Mediante una Agencia Operadora de Turismo se puede acudir a colegios y escuelas, a promocionar paquetes turísticos adecuadamente para cada segmento, y así poder satisfacer la necesidad del cliente, y a la vez desarrollar técnicamente también.
- Ampliar, mejorar y definir a través de internet la información acerca de los paquetes turísticos que la Agencia Operadora de Turismo ofrecerá u ofertará. De tal forma que será reconocida ampliamente la A.O.T en todo el país.
- **Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta y observación realizada en el cantón Salcedo.

## CAPÍTULO VI

### PROPUESTA

#### 6.1 Datos Informativos

**Tema:** CREACIÓN DE UNA AGENCIA OPERADORA DE TURISMO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO.

**Beneficiarios:** Pobladores, autoridades, y turistas del cantón Salcedo.

PROVINCIA: Cotopaxi  
CANTÓN: Salcedo  
PARROQUIA: San Miguel  
LÍMITES: Norte. Pujilí y Latacunga (Provincia de Cotopaxi)  
Sur: Ambato y Píllaro (Provincia de Tungurahua)  
Este: Cordillera Central de los Andes  
Oeste: Pujilí y Angamarca (Provincia de Cotopaxi)  
POBLACIÓN: 51.656 habitantes  
SUPERFICIE: 533 Km<sup>2</sup>.  
ALTITUD: 2.683 m.s.n.m  
CLIMA: Templada - Fría  
TEMPERATURA: varía entre 12 a 18 °C, su temperatura promedio oscila entre los 13 a 20 grados.

#### BENEFICIARIOS

DIRECTOS: Lugares turísticos que se encuentran en el Cantón Salcedo.

INDIRECTOS: Turistas

#### TIEMPO ESTIMADO

Inicio: Julio 2013

Fin: Septiembre 2013

Costo: 5.650 dólares americanos.

## **6.2 Antecedentes de la Propuesta**

De acuerdo con la investigación realizada a los pobladores del cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi en la ciudad no existe una Agencia Operadora de Turismo, de tal forma que el desarrollo del turismo no se ha podido dar de una forma técnica y adecuada para que los pobladores del lugar puedan realizar viajes en el territorio nacional.

A través de una Agencia Operadora de Turismo los pobladores del Cantón Salcedo podrán acceder a conocer y a visitar los diferentes atractivos turísticos que posee la provincia de Cotopaxi y a su vez disfrutarán momentos de esparcimiento con sus familiares, amigos, etc. Con todo ello mejoraría en gran manera la situación económica de hoteles, transporte, restaurantes y a su vez ha turistas que están dispuestos a adquirir paquetes turísticos a distintos lugares, y oportunamente forjando nuevas fuentes de trabajo.

La zona de incidencia demuestra un notable interés, por fomentar el progreso turístico activo dentro del Cantón y de la Provincia. Es evidente la disconformidad que presentan los pobladores al mencionar que no se cuenta con una agencia, aspecto que representa un problema, ya que ellos tienen que salir a ciudades grandes a obtener sus paquetes turísticos para poder cubrir sus necesidades.

Con los antecedentes descritos, se piensa en la creación de una Agencia Operadora de Turismo para contribuir al aumento de la oferta turística del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

## **6.3 Justificación**

Es muy importante exponer la presente propuesta, porque se ha observado la necesidad de los pobladores y la ausencia de una agencia, con la creación de la misma facilitará un medio necesario para contribuir al aumento del desarrollo

turístico del Cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi y de esta manera contribuir al desarrollo socio-económico de la población.

Tomando en cuenta que la actividad turística tiene como finalidad mejorar las condiciones de vida en la región donde es efectuada, esta propuesta representa un mecanismo con marcado interés para el propósito de desarrollo cantonal y para fortalecer la actividad turística provincial. Así también, causará un impacto positivo en la población, dando a conocer los lugares turísticos por medio de fotografías, videos, propagandas, consolidando su preferencia e incentivando a nuevos visitantes a ser parte de la dinámica turística de la región.

Los principales beneficiarios serán los pobladores, turistas y establecimientos turísticos que se encuentran en el cantón y en la Provincia además la población se beneficiará indirectamente gracias al movimiento económico que el sistema turístico genera.

La presente propuesta es factible porque se ha investigado y analizado objetivamente un problema real, es preciso mencionar que si existe variedad de atractivos turísticos para visitarlos, los pobladores están dispuestos a viajar para conocer cada uno de ellos y lo más importante es que para acceder a cada uno de los atractivos se cuenta con una buena infraestructura y señalización.

## **6.4 Objetivos de la Propuesta**

### **6.4.1 Objetivo General**

Crear una Agencia Operadora de Turismo en el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.



## **6.4.2 Objetivos Específicos**

- Establecer todos los requisitos legales y adecuados para la creación de una Agencia Operadora de Turismo.
- Determinar un modelo operativo con el que contará una Agencia Operadora de Turismo.
- Promocionar a nivel nacional los destinos turísticos más visitados de la Provincia.

## **6.5 Análisis de factibilidad**

### **6.5.1 Factibilidad Operativa**

La presente propuesta, La creación de una Agencia Operadora de Turismo para el buen Desarrollo Turístico en el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi, debe ser ejecutada, y de fácil comprensión para que pueda ser entregada y ejecutada por todo tipo de persona y así poder contribuir al aumento de la demanda turística del Cantón Salcedo, es así que se considera el desarrollo de la presente propuesta como operativamente factible. El mismo estaría integrado por los prestadores de servicio turístico de la ciudad.

### **6.5.2 Factibilidad Económica**

El costo de los activos fijos que la Agencia Operadora de Turismo necesita para iniciar su desarrollo se detalla a continuación.

**Cuadro N° 17 Factibilidad Económica**

| INDICADORES   | COSTOS | FINANCIAMIENTO |
|---|--------|----------------|
| Constitución de la A.O.T                                    | 800    | 800            |
| Equipos de computo  | 2000   | 2000           |
| Decoración y mobiliario                                     | 1000   | 1000           |
| Muebles de oficina y equipos                                | 1000   | 1000           |
| Registro en la Dirección Provincial de Turismo de Cotopaxi. | 360    | 360            |
| Licencia única anual de funcionamiento                      | 240    | 240            |
| Rotulo luminoso, trípticos, folletos y tarjetas             | 250    | 250            |
| Total   | 5650   | 5650           |

**Elaborado por:** NAULA, Maribel. (2013)

### **Legal**

Para que la Agencia Operadora de Turismo opere en el mercado turístico del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi es necesario que cumpla con los debidos requisitos.

- Copia certificada de la constitución elevada a escritura pública.
- Nombramiento del representante legal de la empresa, inscrito debidamente en el registro mercantil, en el caso de ser persona jurídica.
- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Patente Municipal
- Copia de la cédula de ciudadanía, y papeleta de votación.
- Lista de precios de paquetes turísticos firmadas por el representante legal de la empresa.
- Certificado de patentes y marcas (IEPI)

- Comprobantes de certificado de pago, y licencia anual de funcionamiento.
- Comprobante de pago al Ministerio de Turismo tanto del fondo mixto de promoción turística como del registro para obtener el Registro de Turismo.
- Poseer título de tercer nivel, o a su vez 6 años de experiencia en la rama.
- Fotocopia del Título de propiedad (escrituras de la propiedad) o contrato del arrendamiento del local.
- Declaración juramentada de activos fijos para la cancelación del 1 por mil.

## **6.6 Fundamentación teórica**

### **Agencia Operadora de Turismo**

Elaboran productos turísticos “paquetes” para ser vendidos a un gran número de clientes. Es decir compran productos básicos, los amalgaman en un “paquete” y lo ofrecen a través de los canales de distribución con anticipación a la demanda real.<sup>19</sup>

Funciones que pueden realizar las Agencias de Viajes

La agencia de viajes, como cualquier otro tipo de empresa, deberá realizar una serie de actividades, que se agrupan para su estudio en funciones, las cuales les permitirán alcanzar sus objetivos.

#### **FUNCIÓN TÉCNICA:**

A través de esta función la agencia de viajes proyecta, confecciona y pone en marcha productos turísticos (Paquete Turístico).

En las agencias de viajes mayoristas, en las mayoristas- minoristas y en las receptoras, la función técnica se asigna a una sección o departamento más o menos amplio, en función de volumen de negocio de la agencia con competencias exclusivas en las actividades derivadas de esta función.

---

<sup>19</sup> ARTESI, Liliana. (2003), *Desarrollo Turístico en el Calafate*. Buenos Aires: Editorial Cepal. Pág.23

En las agencia pequeñas no existe un departamento específico que las asuma; es el personal de ventas y el director quienes las llevan adelante.

Las actividades derivadas de la función técnica se desarrollan, básicamente en cuatro fases:

1. Planificación del programa que se pretende poner en marcha. En esta fase se establecen los objetivos, se analizan, teniendo en cuenta las motivaciones de viajar, los posibles destinos y sus recursos (factores de atracción turística, accesos, alojamientos, servicios complementarios, etc.), los medios de la empresa, el coste del proyecto, las posibilidades de distribución del producto, la competencia y cuantos factores sean necesarios, de manera que la decisión que se adopte sea la menos arriesgada posible.
2. Diseño del viaje. En esta fase se tratará de conjugar todos los elementos que intervienen en el viaje, de forme que éste resulte atractivo al consumidor; se realizarán las contrataciones, para lo cual será necesario haber realizado una visita previa al lugar o lugares de destino, a fin de que la selección de prestatarios de servicio sea lo más ajustada posible a los objetivos de la empresa; se hallará el coste del producto y se determinara su forma de distribución.
3. Distribución. Las actividades de esta fase van encaminadas al control de existencias, de forma que no se venda ni una sola plaza más de las contratadas con los prestatarios de servicios (trasporte, alojamiento, etc.), y de la emisión de los documentos que dan derecho al consumidor a hacer uso de los servicios turísticos contratados.
4. Control de la operación. En esta última fase se controla el desarrollo de la operación mediante un plan de actuación que permita determinar el nivel del cumplimiento del programa y corregir de forma inmediata los imprevistos y solventar las dificultades.

#### FUNCIÓN FINANCIERA:

Las actividades que se derivan de esta función van encaminadas hacia la mejor administración de los recursos económicos de la empresa, para lo que es necesario, entre otras cosas.

- Conocer y analizar la estructura económico-financiera de la empresa.
- Realizar los presupuestos.
- Establecer un método adecuado de control de ingresos y gastos, así como de cobros y pagos.
- Seleccionar fuentes de financiación a corto y a largo plazo.

#### FUNCIÓN CONTABLE:

Llevar un registro de todos los hechos contables que se producen en las agencias de viajes es, además de útil, de carácter obligatorio.

La utilidad le viene dada puesto que, de la información que obtienen los distintos estamentos que la utilizan, éstos toman sus decisiones.

Las actividades que se derivan de la función contable se pueden dividir en diferentes etapas:

1. Selección de hechos contables que afectan a la situación económica financiera de la empresa.
2. Interpretación y valoración de los hechos contables.
3. Registro de los hechos contables.
4. Resumir y comunicar los resultados de la actividad económica a los estamentos interesados.

#### FUNCIÓN SOCIAL:

A las actividades encaminadas al desarrollo de esta función se las debe conceder una especial atención y de forma prioritaria en las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos. Uno de los factores más importantes para que las empresas turísticas alcancen sus objetivos lo constituye el factor humano. La

calidad personal y profesional de los trabajadores deja, en ocasiones, en segundo plano las deficiencias generadas por factores, tanto de carácter interno como externo, que podrían ir desde una gestión defectuosa, al incumplimiento a la prestación de un servicio por parte de un prestatario.

La función social se debe encaminar sus actividades hacia:

- Desarrollo de una política que permita crear y cubrir de forma adecuada todos los puestos de trabajo.
- La implantación de un sistema de aprendizaje y actualización, mediante el cual se estimule al trabajador y se le integre en un plan de formación que le permita alcanzar sus expectativas profesionales y personales.
- El estudio y aplicación de una estructura satisfactoria del salario, de forma que este se corresponda de una manera justa con el puesto de trabajo y la responsabilidad que se le tenga asignada.
- Desarrollo de un acertado plan de motivaciones con el que se intente conseguir un alto nivel de bienestar en el personal, lo cual se deberá traducir en un buen coeficiente de productividad.
- La aplicación rigurosa de las normas de Seguridad e Higiene con las que se pretende mantener o elevar la calidad de vida del trabajador.
- Favorecer las relaciones de carácter laboral entre los representantes de la empresa y los trabajadores poniendo todos los medios para que éstas se desarrollen dentro de un amplio marco de comprensión.

#### **FUNCIÓN COMERCIAL:**

Las actividades de la función comercial pretenden poner en conexión a la empresa con el exterior, contando, por un lado, con los proveedores, en nuestro caso con los prestatarios de los servicios: empresas de alojamiento, de transporte, de alquiler de vehículos, etc.; y, por otro, con los consumidores.

En si se puede decir que con la función comercial se pretende buscar las mejores condiciones en que se deben desarrollar tanto las compras como las ventas.

- Conocer las tendencias en los gustos de los compradores.
- Determinar el volumen de ventas que se pretende alcanzar.
- Diseñar una adecuada política de promoción.
- Determinar la política de distribución del producto.

#### **FUNCIÓN ADMINISTRATIVA:**

Esta función abarca la planificación, organización, mando y control de todas las actividades que se realizan en las agencias de viajes. En las empresas con un amplio ámbito de actuación, se asignan las actividades administrativas a departamentos que asumen a dichas funciones de una forma perfectamente definida y con una dotación de personal con cualificación profesional específica.

Sin embargo en las agencias pequeñas la función administrativa es asumida, generalmente, por una sola persona, el director. De una gestión dinámica y participativa, y un buen sistema de coordinación y control dependerá el éxito empresarial.

### **6.7 Metodología de la propuesta**

#### **TRÁMITE PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES**

Para establecer una Agencia de Viajes, se debe obligatoriamente constituirse como empresa sujeta a control de la Superintendencia de Compañías.

El Trámite para la constitución de una compañía es el siguiente:

- 1) **Reserva del nombre** en la Superintendencia de Compañías. ( mínimo 10 opciones). La reserva del nombre tendrá validez por el plazo de treinta días, contados desde la fecha de reserva. Este nombre puede ser posteriormente

registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, lo cual otorga propiedad sobre el mismo. (Superintendencia de Compañías). En el caso de agencias de viajes se debe solicitar en el IEPI un certificado de búsqueda del nombre comercial, el mismo que será entregado en el Ministerio de Turismo.

Posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la Ley de Compañías: Limitada \$ 400,00 dólares; Sociedad Anónima \$ 800,00 dólares. En el caso de agencias de viaje se aplican los mismos valores; pero se debe tomar en cuenta los valores del activo real fijados por el Ministerio de Turismo, los mismos que no serán exigibles en las ciudades que tengan menos de cincuenta mil habitantes

2) **Minuta de constitución de compañía** (firmada por un Abogado); se debe adjuntar el estatuto de la compañía, el cuadro de integración del capital. En el caso de agencias de viaje, como documentos habilitantes se debe adjuntar el certificado provisional de afiliación a la CAPTUR. Luego se eleva a escritura pública.

3) **Carta de solicitud de aprobación** dirigida al Superintendente de Compañías, suscrita por un abogado, en la que se pida la aprobación del contrato constitutivo y su registro, y se deben adjuntar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía. La Superintendencia de Compañías revisa la documentación en 3 días, y emite su resolución si no encuentra objeciones.

En el caso de haberlas, emite un oficio de observaciones, las cuales deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio.

4) **Con la resolución se debe:**

- Solicitar a la Superintendencia el extracto de la compañía para ser publicado en el diario de mayor circulación del lugar donde se va a domiciliar la misma;
- Realizar la afiliación a la Cámara correspondiente dependiendo del objeto social y obtener el certificado de afiliación definitiva;
- Registrar los nombramientos de Presidente y Gerente General o
- Representante Legal en el Registro Mercantil;
- Obtener la patente municipal.



- 5) Con estos documentos, se debe acudir nuevamente a la Superintendencia de Compañías, quien emitirá una hoja de datos de la compañía; con éste se procede a realizar la marginación de las Resoluciones y a realizar el respectivo registro en el Registro Mercantil, a partir de este momento tiene validez jurídica. (Registro Mercantil)
- 6) Se obtiene el RUC en el Servicio de Rentas Internas para persona jurídica. (S.R.I.).
- 7) Se abre un número patronal de compañías en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S.)
- 8) Se obtiene el Certificado de Registro en el Ministerio de Turismo.

## **PERMISOS PARA OPERAR REGISTRO ACTIVIDAD TURÍSTICA**

**Obligación:** Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

**Requisitos:**

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del R.U.C.
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

9. Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)
10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

**Plazo:** Máximo 30 días después del inicio de la actividad

**Sanción:** El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

**Fuente en Base Legal:** Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

### **6.7.1 Elaboración de la propuesta**

## **CREACIÓN DE UNA AGENCIA OPERADORA DE TURISMO EN EL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI.**

### **1.- Presentación**

La Agencia Operadora de Turismo dentro del Cantón Salcedo es muy importante, tanto para pobladores como para turistas nacionales y extranjeros, ya que por medio de la misma los turistas tienen accesibilidad de viajar y conocer una gran variedad de sitios de gran atracción que posee el cantón y la provincia de Cotopaxi.

Se ha verificado que la zona de incidencia demuestra un notable interés por fomentar el desarrollo turístico en la ciudad, ya que por medio de videos, fotos, diapositivas la población tendrá mayor acogida por su lugar turístico, y a la vez se dará a conocer la propuesta real encaminada a hechos reales.

Para llevar a cabo dicha propuesta existe la predisposición total de la proponente y de las posibles fuentes de financiamiento, se cuenta con los materiales necesarios para poder establecerlo.

## **2.- Justificación**

Se ha observado la ausencia de una Agencia Operadora de Turismo en la ciudad de Salcedo provincia de Cotopaxi, y la necesidad de los pobladores al no contar con la misma, con la creación de una A.O.T será un medio necesario para contribuir al aumento del desarrollo turístico y de tal manera contribuir al desarrollo socio- económico de la población.

Los principales beneficiarios serán los pobladores del cantón Salcedo, y los turistas nacionales y extranjeros además la población se beneficiará indirectamente gracias al movimiento económico que el sistema turístico genera.

La presente propuesta es factible porque se ha investigado y analizado objetivamente un problema real, es preciso mencionar que si existe variedad de atractivos turísticos para visitarlos, los pobladores están dispuestos a viajar para conocer cada uno de ellos y lo más importante es que para acceder a cada uno de los atractivos se cuenta con una buena infraestructura y señalización.

### **6.7.2 Paquete Turístico**

#### **Región Sierra**

- **Parque Nacional Llanganates**

#### **Duración 1 día**

Día 1

Salida desde El parque central de Salcedo a las 07:00 Salida con rumbo al Parque Nacional Llanganates, admirando los hermosos paisajes que posee la ruta.

Visita a laguna de Antejos, formada por dos hermosas lagunas en forma de anteojos es por ella el nombre de Laguna de Antejos. Tiene un magnífico panorama para la fotografía en un marco de avistamiento inigualable.

Aquí se puede observar el vuelo de gaviotas andinas, el tapir andino, las llamas, las vicuñas, el oso de anteojos, venado de cola blanca, sachá, cuy, conejo de monte, mono nocturno, ratón andino entre otros.

En el transcurso del recorrido podremos deleitarnos de un cafecito caliente con empanada de verde.

Tendremos la oportunidad de ir en motocicletas a recorrer los alrededores del parque, montar caballo entre otros.

### **Almuerzo**

A las 12:30 nos deleitaremos con un delicioso plato típico de la región en el mismo lugar ya que este parque cuenta con servicios de restaurant.

Visita a la laguna de Pisayambo donde tendremos la oportunidad de escuchar la gran historia que muchas de las personas cuentan que a partir de las doce de la noche suena el pito del tren y se escucha que mucha gente grita.

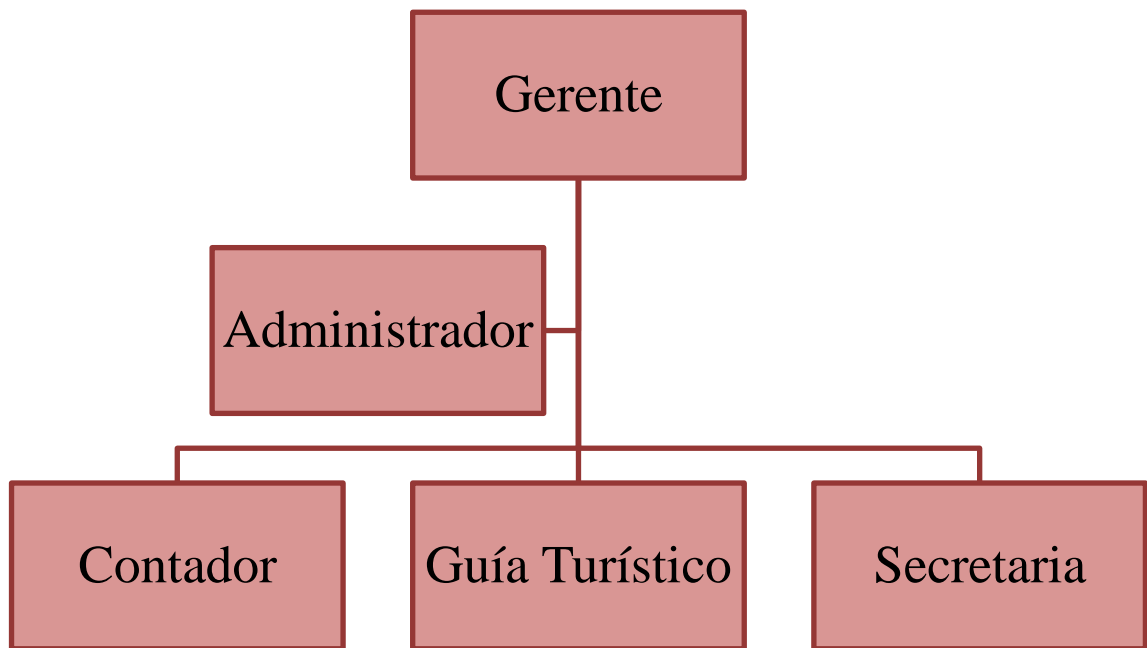
Retorno a la ciudad de Salcedo a las 5:00 pm

Costo por pax\$15

### **6.8 Administración de la Propuesta**

## Organigrama Funcional de la Agencia Operadora de Turismo

Gráfico N° 11 Representación gráfica Organigrama Funcional



Elaborado por: NAULA, Maribel. (2013)

| Encargado      | Funciones  | Actividades  |
|----------------|--|--|
| <b>GERENTE</b> | <p><b>CABEZA VISIBLE:</b><br/>El gerente es la figura simbólica obligada a cumplir con una serie de deberes rutinarios de naturaleza legal y social.</p> <p><b>LÍDER:</b><br/>Corresponde al gerente la responsabilidad de motivar y estimular a los subordinarios, de formar equipo prepararlo y cumplir con las obligaciones relacionadas.</p> <p><b>ENLACE:</b><br/>El gerente constituye un enlace que mantiene una red que el mismo ha creado, formada por contactos externos e internos que le proporcionan información actualizada de gran utilidad para la institución.</p> <p><b>MONITOR:</b><br/>Se convierte en un monitor que busca y recibe gran cantidad de información que le sirve para desarrollar un profundo conocimiento de la institución y su entorno.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El gerente debe inculcar el espíritu de equipo, y lograr que sus integrantes se sientan orgullosos de pertenecer a él.</li> <li>- Le corresponde representar a la organización en toda negociación importante y procurar por este medio, obtener las ventajas mayores que le permitan mejorar el servicio.</li> <li>- Lograr identificar oportunamente los problemas y amenazas, y actuar sobre ellos a tiempo.</li> <li>- Transmite la información recibida a los miembros de la organización para que éstos conozcan en la que ésta se encuentra.<sup>20</sup></li> </ul> |

**Cuadro N° 18 Funciones y Actividades del Gerente**

**Elaborado por:** NAULA, Maribel (2013)

<sup>20</sup> VIÑAS, Jaime. Guía para Gerentes de Capacitación

| Encargado            | Funciones  | Actividades   |
|----------------------|--|---|
| <b>ADMINISTRADOR</b> | <p><b>PLANEACIÓN:</b><br/>Función de la administración en la que se definen las metas, se fijan las estrategias para alcanzarlas, y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades.</p> <p><b>ORGANIZACIÓN:</b><br/>Función de la administración que consiste en determinar que tareas hay que hacer, quien las hace, como se agrupan, quién rinde cuentas a quién y donde se toman las decisiones.</p> <p><b>DIRECCIÓN:</b><br/>Función de la administración que consiste en motivar a los subordinados, influir en los individuos y los equipos mientras hacen su trabajo, elegir el mejor canal de comunicación y ocuparse de cualquiera otra manera del comportamiento de los empleados.</p> <p><b>CONTROL:</b><br/>Función de la administración que consiste en vigilar el desempeño actual, compararlo con una norma y emprender las acciones que hicieran falta.<sup>21</sup></p> | <p>Revisa y verifica los movimientos y registros contables, estados de cuentas, conciliaciones bancarias, cierres de cuentas y balances de comprobación. Lleva el control de las cuentas por cobrar y pagar. Emite y firma cheques, conjuntamente con el supervisor. Realiza transferencias y demás trámites para la cancelación o movimientos de cuentas. Tramita o verifica los viáticos. Lleva registro y control de proveedores. Atiende en informa al público en general.<sup>22</sup></p> |

**Cuadro N° 19 Funciones y Actividades del Administrador** Elaborado por: NAULA, Maribel. (2013)

<sup>21</sup> ROBBINS, Stephen y COULTER, Mary. (2005), *Administración*. Octava edición Pearson educación. MÉXICO

<sup>22</sup> Principios Administrativos. <http://www.banrepcultural.org>

| Encargado       | Funciones   | Actividades   |
|-----------------|---|---|
| <b>CONTADOR</b> | <p>Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.</p> <p>Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.</p> <p>Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.</p> <p>Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.</p> | <p>Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).</p> <p>Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados.</p> <p>Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.</p> <p>Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.</p> <p>Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables.</p> <p>Elabora comprobantes de los movimientos contables.</p> <p>Corrige los registros contables.</p> <p>Lleva el control de cuentas por pagar.</p> <p>Realiza transferencias bancarias.<sup>23</sup></p> |

**Cuadro N° 20 Funciones y Actividades del Contador**

**Elaborado por:** NAULA, Maribel. (2013)

<sup>23</sup> Contador. [http://www.cargos\\_unicos.contador.com](http://www.cargos_unicos.contador.com)



| Encargado                        | Funciones  | Actividades  |
|----------------------------------|--|--|
| <p><b>GUÍA<br/>TURÍSTICO</b></p> | <p>El Guía de Turismo es la persona encargada de realizar el guiado y la conducción de la visita turística, brindando la información necesaria y requerida por el pasajero, así como de asistir, orientar y asesorar al turista en los casos que se requieran.<br/>Guiar y conducir la visita turística.</p> <p>Brindar información sobre los puntos de interés en el recorrido y explicar el atractivo.</p> <p>Orientar y asesorar al turista.</p> <p>Asistir al turista.</p> <p>Acompañamiento en almuerzos y/o cenas.</p> | <p>Coordinar con la agencia el punto de encuentro con el turista, en número de turistas y el nombre de turista o grupo.</p> <p>Coordinar con la agencia la hora de inicio y término del tour.</p> <p>Tener el material necesario para el desarrollo del tour, tales como tickets y dinero para ingreso a los lugares de visita.</p> <p>Llegar con anticipación al lugar o punto de encuentro, con el fin de ubicar la movilidad, coordinar con el chofer la ruta principal a tomar, las paradas en ruta y el tiempo de desplazamiento al momento de pasar por los puntos de interés en la ruta.<sup>24</sup></p> |

**Cuadro N° 21 Funciones y Actividades del Guía Turístico**

**Elaborado por:** NAULA, Maribel. (2013)

<sup>24</sup> ESPARZA, Luis. y RUIZ, Claudia. (2007), *Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística Gestión de Servicio*. Lima. Perú: Edición Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

| Encargado         | Funciones   | Actividades  |
|-------------------|---|--|
| <b>SECRETARIA</b> | <p>Persona de buen trato, amable, cortés y seria.</p> <p>Facilidad para interactuar en grupos.</p> <p>Dominio de Windows, Microsoft Office, internet.</p> <p>Brindar apoyo a todos los departamentos.</p> <p>Aptitudes para la organización.</p> <p>Habilidades para el planeamiento motivación, liderazgo y toma de decisiones.</p> <p>Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión.</p> | <p>Ser puntual en todas sus actividades de funciones.</p> <p>Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.</p> <p>Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicio de estos.</p> <p>Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.</p> <p>Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por el jefe.<sup>25</sup></p> |

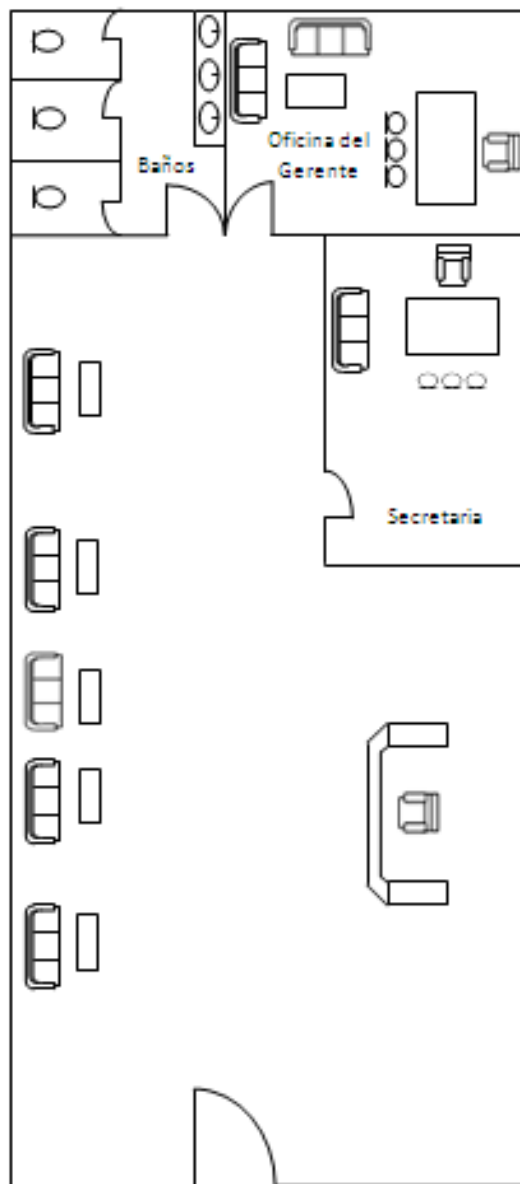
Cuadro N° 22 Funciones y Actividades de la secretaria

Elaborado por: NAULA, Maribel. (2013)

<sup>25</sup> Función Secretaria. <http://www.mailxmail.perfilfuncionessecretaria.com>

## Plano de la Agencia Operadora de Turismo

Gráfico N° 12 Representación gráfica, Plano de la Agencia Operadora de Turismo



Elaborado por: NAULA, Maribel. (2013)

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- ACERENZA, Miguel. (2010), *Agencia de Viajes. Operación y Plan de Negocios*. México: Segunda Edición. Editorial Trillas. Pág.19
- ÁLVAREZ, Carlos. (2004), *Manual sobre Protección de Consumidores y Usuarios*. España: Editorial Dickinson S.L. Pág.242
- ARANDA, María. (2006), *La Producción e Intermediación Turística en el Sector de las Agencias de Viajes*. Asturias: Ediciones de la universidad de Oviedo. Pág. 7
- ARCARONS, Ramón, CAPELLA, Josep y GONZÁLES, Reverte. (2010), *Gestión Pública del Turismo*. Barcelona: Editorial UOC. Pág.149
- ARTESI, Liliana. (2003), *Desarrollo Turístico en el Calafate*. Buenos Aires: Editorial Cepal. Pág.23
- BALANZA, Isabel. (2003), *Organización y Control del Alojamiento*. España: thomson ediciones spain. Pág.48
- BIGNÉ, J. Enrique, FONT, Xavier y ANDREU, Luisa. (2000), *Marketing de Destinos Turísticos Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Madrid: Editorial. Esic. Pág.382
- BLASCO, José. (2002), *Vicerrectorado de la Fundación UPV Escuela Politécnica Superior de Gandía Área de Acción Internacional*. Valencia: Editorial de la UPV. Pág.82
- DE LA PLATA CABALLERO, Nicolás. (2006), *El Entorno Jurídico de las Nuevas Tendencias Deportivas; Deporte de Aventura, Animación Deportiva y Ocio Activo*. Madrid: Editorial Dickinson S.L. Pág.104
- DORADO, José Antonio. (1999), *Organización y Control de Empresas en Hostelería y Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis S.A, Vallehermoso, 34.28015. Pág.36
- ESPARZA, Luis. y RUIZ, Claudia. (2007), *Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística Gestión de Servicio*. Lima. Perú: Edición Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- GÓMEZ, Belén y LÓPEZ, F. (2002), *Regionalización Turística del Mundo*. Barcelona. Edicions de la universitat de Barcelona. Pág.52
- REYES, Ávila. (2002), *Turismo Sostenible*. Madrid España: Editorial Iepala. Pág.18
- ROBBINS, Stephen y COULTER, Mary. (2005), *Administración*. Octava edición Pearson educación. MÉXICO
- TOVAR, Ramón. (2000), *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos*. Madrid: Editorial Síntesis. S.A. Vallermoso, 34.28015. Pág.49
- VIÑAS, Jaime. *Guía para Gerentes de Capacitación*

## **LINKOGRAFÍAS:**

- <http://www.ecuadoriantours.com>
- <http://www.viajando.com>
- <http://www.zonaeconómica.com>
- <http://www.viajealatardecer.com>
- <http://www.visitecuador.com>
- <http://www.banrepcultural.org>
- [http://www.cargos\\_unicos.contador.com](http://www.cargos_unicos.contador.com)
- <http://www.mailxmail.perfilfuncionessecretaria.com>

## ANEXOS

### ANEXO: 1 Modelo de la encuesta

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**  
**ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA OPERADORA**  
**DE TURISMO**

**Indicaciones:** Favor leer detenidamente las preguntas realizadas y marque con una (x) la que usted considere la más acertada

**1. ¿Usted viaja con frecuencia a visitar los destinos turísticos de la Provincia de Cotopaxi?**

SI ( )

NO ( )

**2. ¿Qué tipo de turismo usted realiza frecuentemente?**

( ) **Turismo Emisivo:** forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.

( ) **Turismo Interno:** es el turismo realizado dentro de las fronteras nacionales de un país por los propios residentes de ese país.

**3. ¿Qué lugares Turísticos de la Provincia de Cotopaxi le gustaría conocer?**

( ) La laguna de Yambo

( ) El Parque Nacional Llanganates

( ) La laguna de Antejos

( ) La laguna del Quilotoa

( ) El Parque Nacional Cotopaxi

( ) Todas las anteriores

**4. ¿Qué tipo de servicios contrataría con una Agencia Operadora de Turismo?**

- Hospedaje  Transporte  
 Alimentación y Bebidas  Guía Turístico

**5. ¿Estaría dispuesto a viajar comprando los servicios turísticos o paquetes turísticos a través de una Agencia de Viajes Operadora?**

SI ( ) NO ( )

**6. ¿Qué es lo que más valora a la hora de elegir una Agencia Operadora frente a otras?**

- Variedad se servicios ofertados  
 Precio  
 Garantía  
 Regalos promocionales  
 Servicio de atención al cliente

**7. ¿Por qué medio le gustaría recibir información de las ofertas Turísticas realizadas por esta Operadora de Turismo?**

- Internet  Prensa  
 Correo  Fax  
 Tv  Radio

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## **ANEXO 2: Fotografías**

**Fotografía 1 Ciudadana llenando encuesta**



**Elaborado por:** NAULA, Maribel. (2013)

**Fuente:** Fotografía propia

**Fotografía 2 Ciudadanas llenando encuesta**



**Elaborado por:** NAULA, Maribel. (2013) 89

**Fuente:** Fotografía propia