



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

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

**TEMA:**

---

“IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO DE CANYONING DE CALIDAD Y SEGURIDAD POR PARTE DE LA AGENCIA TEAM ADVENTURE, DE LA CIUDAD DE BAÑOS, DIRECCIONADA A SATISFACER LOS REQUERIMIENTOS DE LA CORRIENTE TURÍSTICA DE ESTE SECTOR, PERIODO 2008 - 2009.”

---

**AUTOR:** JOSÉ LUIS CRIOLLO CHANGO

**TUTOR:** ING. CARLOS BUSTOS

Ambato – Ecuador

2009

**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: “IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO DE CANYONING DE CALIDAD Y SEGURIDAD POR PARTE DE LA AGENCIA TEAM ADVENTURE, DE LA CIUDAD DE BAÑOS, DIRECCIONADA A SATISFACER LOS REQUERIMIENTOS DE LA CORRIENTE TURÍSTICA DE ESTE SECTOR, PERIODO 2008 - 2009.” Presentada por el Sr. José Luis Criollo Chango, egresado de la carrera de Turismo y Hotelería, promoción Septiembre 2008 – Enero 2009, una vez revisado el trabajo de Graduación o Titulación, considera que dicho informe investigativo reúne los requisitos básicos tanto técnicos como científicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante el organismo pertinente, para los trámites pertinentes.

**LA COMISIÓN**

---

Lic. Érica Gavilánez

---

Dr. Byron Carrillo

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

### **CERTIFICA:**

Yo, Carlos Bustos con C.I. 100107967-0 en mi calidad de tutor del trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO DE CANYONING DE CALIDAD Y SEGURIDAD POR PARTE DE LA AGENCIA TEAM ADVENTURE, DE LA CIUDAD DE BAÑOS, DIRECCIONADA A SATISFACER LOS REQUERIMIENTOS DE LA CORRIENTE TURÍSTICA DE ESTE SECTOR, PERIODO 2008 - 2009.”, desarrollado por el egresado José Luis Criollo Chango 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 la evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, marzo 30 del 2009

---

**Ing. Carlos Bustos**

**TUTOR**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien 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 autor.

---

CRIOLLO CHANGO JOSÉ LUIS

C.I: 200006827-6

**AUTOR**

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

### **CARRERA DE: TURISMO Y HOTELERÍA**

#### **RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO DE CANYONING DE CALIDAD Y SEGURIDAD POR PARTE DE LA AGENCIA TEAM ADVENTURE, DE LA CIUDAD DE BAÑOS, DIRECCIONADA A SATISFACER LOS REQUERIMIENTOS DE LA CORRIENTE TURÍSTICA DE ESTE SECTOR, PERIODO 2008 - 2009.”

**AUTOR:** José Luis Criollo Chango

**TUTOR:** Ing. Carlos Bustos

**Resumen:** El presente Informe Investigativo se ha realizado con la finalidad de dar solución al problema de la falta de un adecuado servicio de Canyoning en la agencia “TEAM ADVENTURE” del cantón Baños, para lo cual se ha visto la necesidad de realizar una breve encuesta a sus habitantes y turistas que visitan este cantón, además se ha contado con la ayuda del tutor y de averiguaciones bibliográficas. El informe presenta análisis estadísticos basados en informaciones dadas por habitantes y turistas que colaboraron para la realización de este trabajo investigativo. Este informe servirá de ayuda para la elaboración de futuros proyectos pues cuenta con información real de la verdadera situación turística que presenta el cantón Baños.

# INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA	I
HOJA DE CALIFICACIÓN DEL INFORME DEL TRABAJO	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	IV
RESUMEN EJECUTIVO	V
ÍNDICE	VI-VII
INTRODUCCIÓN	VIII

## **1 CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

1.1	TEMA	1
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2.1	CONTEXTUALIZACIÓN	1
1.2.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.2.3	DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES DEL PROBLEMA	2
1.2.4	DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3	JUSTIFICACIÓN	2-3
1.4	OBJETIVOS	3
1.4.1	OBJETIVO GENERAL	3
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3

## **2 Capítulo II: Marco Teórico**

2.1	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	4
2.2	RED DE CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	5
2.3	HIPÓTESIS	6

## **3 Capítulo III: Metodología**

3.1	ENFOQUE	7
3.2	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	7
3.3	NIVELES O TIPOS DE INVESTIGACIÓN	7

3.4	POBLACIÓN _____	8
3.5	MUESTRA _____	8
3.5.1	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE _____	9
3.5.2	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE _____	10
3.6	PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN _____	11
3.7	PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN _____	11-12

## **4 Capítulo IV: Análisis e Interpretación de Resultados**

4.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS _____	13
4.2	INTERPRETACIÓN DE DATOS _____	13

## **5 Capítulo V: Marco Administrativo**

5.1	RECURSOS INSTITUCIONALES _____	38
5.2	RECURSOS HUMANOS _____	38
5.3	RECURSOS MATERIALES _____	38
5.4	RECURSOS ECONÓMICOS _____	38

## **6 Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones**

6.1	CONCLUSIONES _____	39
6.2	RECOMENDACIONES _____	39

## **Materiales de referencia**

BIBLIOGRAFÍA _____	40
ANEXOS	

## **INTRODUCCIÓN**

La implementación de un servicio de calidad de Canyoning en la agencia “TEAM ADVENTURE” tuvo varios pasos para solucionar el problema mencionado, estas fases fueron: investigación de campo y bibliográfica con variables dependientes e independientes, por tal motivo dicho proyecto tiene todas las facetas para ser utilizado en futuras investigaciones.

El proyecto soluciona la falencia que tiene la agencia TEAM ADVENTURE”, para que los turistas que visitan el cantón Baños obtengan una mejor alternativa y que sus expectativas sean cubiertas por buenos servicios

## **ANEXO A**

### **MUESTREO PARA PROPORCIONES Y PORCENTAJES**



FORMULA:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{Ne^2 + Z^2PQ}$$

n= Tamaño de la Muestra

N= Tamaño de la Población

Z= Desviación Correspondiente al Nivel de Confianza

P= Constante de la Varianza

Q= Constante de la Varianza

e= Error Máximo Admisible

**Datos:**

Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Habitantes de Baños	Administradores de las Agencias
N= 768807	N= 230642	N= 21000	N= 33
Z= 1.64	Z= 1.64	Z= 1.64	Z= 1.64
P= 0.5	P= 0.5	P= 0.5	P= 0.5
Q=0.5	Q=0.5	Q=0.5	Q=0.5
e = 0.15	e = 0.15	e = 0.15	e = 0.15

**Total de Encuestas a realizarse**

Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Habitantes de Baños	Administradores de las Agencias	Total de Encuestas
30	30	30	16	106

### Desarrollo de las Formulas:

#### Turistas Nacionales

$$n = \frac{NZ^2PQ}{Ne^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{768807(1.64)^2(0.5)(0.5)}{768807(0.15)^2 + (1.64)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{768807(2.6896)(0.5)(0.5)}{768807(0.0225) + (2.6896)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{516945.8268}{17298.1575 + 0.6724}$$

$$n = \frac{516945.8268}{17298.8299}$$

$$n = 29.88$$

$$n = 30$$

#### Turistas Extranjeros

$$n = \frac{NZ^2PQ}{Ne^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{230642(1.64)^2(0.5)(0.5)}{230642(0.15)^2 + (1.64)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{230642(2.6896)(0.5)(0.5)}{230642(0.0225) + (2.6896)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{155083.6808}{5189.445 + 0.6724}$$

$$n = \frac{155083.6808}{5190.1174}$$

$$n = 29.88$$

$$n = 30$$

### **Habitantes de Baños**

$$n = \frac{NZ^2PQ}{Ne^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{21000(1.64)^2(0.5)(0.5)}{21000(0.15)^2 + (1.64)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{21000(2.6896)(0.5)(0.5)}{21000(0.0225) + (2.6896)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{14120.4}{472.5 + 0.6724}$$

$$n = \frac{14120.4}{473.1724}$$

$$n = 29.84$$

$$n = 30$$

### **Administradores de las Agencias**

$$n = \frac{NZ^2PQ}{Ne^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{33(1.64)^2(0.5)(0.5)}{33(0.15)^2 + (1.64)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{33(2.6896)(0.5)(0.5)}{33(0.0225) + (2.6896)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{22.1892}{0.7425 + 0.6724}$$

$$n = \frac{22.1892}{1.4149}$$

$$n = 15.68$$

$$n = 16$$

## **ANEXO B**

## ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

1) ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad de Baños?

Primera	
Segunda	
Tercera	

2) ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Amigos	
Visita a familiares	
Turismo	
Otros	

3) ¿Cuántos días permanece usted en la ciudad de Baños?

5 días	
8 días	
15 días	
30 días	
Mas	

4) ¿Cuál es su presupuesto cuando viaja?

\$300	
\$400	
\$500	
\$1000	
\$ Menos	
\$ Mas	

5) ¿Conoce el precio de los servicios turísticos promocionales?

Si	
No	

6) Que tipos de servicios utiliza cuando viaja?

Alojamiento	
Restaurante	
Transporte	
Distracción	

7) ¿Encuentra todos los servicios en una misma agencia?

Si	
No	

8) ¿Cómo le ha parecido a usted los servicios prestados por las agencias?

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	
Pésimo	

## **ANEXO C**

## ENCUESTAS A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE BAÑOS

1) ¿Conoce usted los servicios que prestan las agencias?

Si	
No	

2) ¿Conoce Ud. Algún establecimiento él en lugar que oferte un servicio adecuado de Canyoning?

Si	
No	

3) ¿Cómo cree usted que se debería ofertar el servicio de Canyoning?

4) Ha visto usted la necesidad de implementar un establecimiento que tenga un servicio adecuado de Canyoning?

Si	
No	

5) Son adecuadas las agencias de turismo que prestan el servicio de Canyoning



Si	
No	

6) ¿Piensa usted que la falta de un servicio adecuado de Canyoning repercutiría la economía de la ciudad de Baños?

Si	
No	

## **ANEXO D**

### **ENCUESTA A PROPIETARIOS DE LAS AGENCIAS**

1. ¿Con qué motivo creo la agencia?

2. ¿Qué clases de servicios presta su agencia?

Servicios	
Rafting	
Canyoning	
Puenting	
Cabalgata	
Alquiler de bicicleta	
Transfer	
Tours en chivas	
Otros	

3. ¿Cuántos turistas recibe normalmente?

4. ¿Cuáles son los servicios más solicitados por los turistas?

Servicios	
Rafting	

Canyoning	
Puenting	
Cabalgata	
Alquiler de bicicleta	
Transfer	
Tours en chivas	
Otros	

5. ¿Cuáles son las promociones que oferta su agencia?

Tipos de Promociones	
Por Finados	
Por Navidad	
Por fin de año	
Por Carnaval	
Por el día del Amor y la Amistad	
Por Semana Santa	
Otros	

6. ¿Cuenta usted con personal capacitado?

Si	
No	

7. ¿Cómo promociona los servicios que presta su agencia?

Medios de Promociones	
Radio	
Televisión	
Internet	
Folletería	
Trípticos	
Tarjetas	
Otros	

8. ¿Tiene seguro en caso de presentarse algún accidente?

Si	
No	

## ANEXO E

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	TIEMPO																			
	INICIO																TERMINO			
	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inicio de Pasantías	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Elaboración del anteproyecto													■	■	■	■				
Elaboración del Capítulo I															■	■				
Elaboración del Capítulo II																	■	■		
Elaboración del Capítulo III																			■	■
Elaboración del Capítulo IV																			■	■
Recolección de información																				■
Procesamiento de datos																				
Análisis y verificación																				
Conclusiones y recomendaciones																				
Redacción y transcripción del informe																				
Presentación del 1º borrador																				
Presentación del Informe Final																				

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1 Tema

Implementación de un servicio de Canyoning de calidad y seguridad por parte de la agencia TEAM ADVENTURE, de la ciudad de Baños, direccionada a satisfacer los requerimientos de la corriente turística de este sector, periodo 2008 - 2009.

#### 1.2. Planteamiento del Problema

El Ecuador en los últimos años, ha atravesado por innumerables etapas de cambio que han afectado la economía, desarrollo y rentabilidad de las empresas que laboran en nuestro país. La ciudad de Baños no ha sido la excepción y debido a que es una localidad turística, muchos sectores del servicio turístico han sido afectados, ya que no cuentan procesos y normas administrativas establecidas que rijan el desenvolvimiento de las actividades del turismo en cada una de las empresas, siendo una de ellas la Agencia de viajes “TEAM ADVENTURE S.A.”.

El turismo es una gran fuente de empleo y proporciona un ingreso monetario considerable para el país es por ello que se ha decidido que la agencia debe estar bien organizada, contar con servicios turísticos que sean manejables y conocidos por los empleados de la agencia para el mejoramiento del servicio al cliente tanto interno como externo.

### **1.2.1. Contextualización**

#### **✓ Contexto Macro:**

- Crisis socio-económica y política del Ecuador.
- Influencia de las agencias de viajes de alcance mundial.

#### **✓ Contexto meso:**

- Migración por factores naturales
- Turistas de la ciudad de Baños

#### **✓ Contexto micro:**

- Falta de servicios requeridos por turistas
- Pérdida de recursos por falta de funciones establecidas
- Escasa información turística

### **1.2.2. Formulación del Problema**

¿Cómo la falta de un servicio de Canyoning en La Agencia “TEAM ADVENTURE S.A.” impide que se sitúe como una agencia líder en el mercado para satisfacer los requerimientos de la corriente turística en el cantón Baños?

### **1.2.3. Determinación de las variables del problema.**

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Falta de un servicio de Canyoning en la agencia “TEAM ADVENTURE S.A.”.

**VARIABLE DEPENDIENTE:** Agencia líder en el mercado para satisfacer los requerimientos turísticos en el cantón Baños.

### **1.2.4. Delimitación del Problema**

**DELIMITACIÓN ESPACIAL:** Esta investigación se va a realizar en la agencia “TEAM ADVENTURE S.A.” en la ciudad de Baños.

**DELIMITACIÓN TEMPORAL:** Este problema va a ser estudiado en el periodo comprendido entre el 1 de septiembre del 2008 al 30 marzo del 2009.

## **1.3. Justificación**

El presente proyecto es realizado debido a la preocupación de la administración de la agencia, al no tener un adecuado servicio de calidad y seguridad de Canyoning.

El proyecto a ser realizado es factible, ya que se cuenta con la apertura de la agencia para que lo planificado pueda desarrollarse, aportando con los conocimientos adquiridos para que a misma cuenta con servicios que encaminen a la marcha de superación del negocio.

La agencia se verá beneficiada por el aporte que este proyecto le dé, debido a que se establecerá las funciones de las personas que laboran en la agencia, siendo de gran utilidad para el mejoramiento de la prestación de servicios.

El actual estudio nos facilitará el conocimiento del Sector Turístico nacional e internacional, además, servirá como fuente a las futuras generaciones, y soporte útil para efectuar análisis turísticos, viables para la toma de decisiones en agencias privadas.

## **1.4Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Implantar un servicio de Canyoning en la agencia “TEAM ADVENTURE S.A.” de calidad y seguridad que satisfaga las necesidades de la corriente turística del cantón Baños.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- ⇒ Diagnosticar el nivel de conocimiento sobre el Canyoning que tienen los empleados que trabajan en la agencia.
- ⇒ Capacitar sobre las técnicas de Canyoning.
- ⇒ Analizar la incidencia que tiene la falta de un servicio de Canyoning en las utilidades que genera la agencia “TEAM ADVENTURE S.A.”.
- ⇒ Proponer un servicio de Canyoning de calidad y seguridad en la agencia “TEAM ADVENTURE S.A.” para satisfacer los requerimientos turísticos.

## **CAPITULO II**

### **2. Marco Teórico**

#### **2.1. Fundamentación Legal**



La Agencia de viajes “TEAM ADVENTURE S.A.” es una sociedad anónima de responsabilidad limitada la misma que está regida por la ley de Turismo y la Cámara de Turismo.

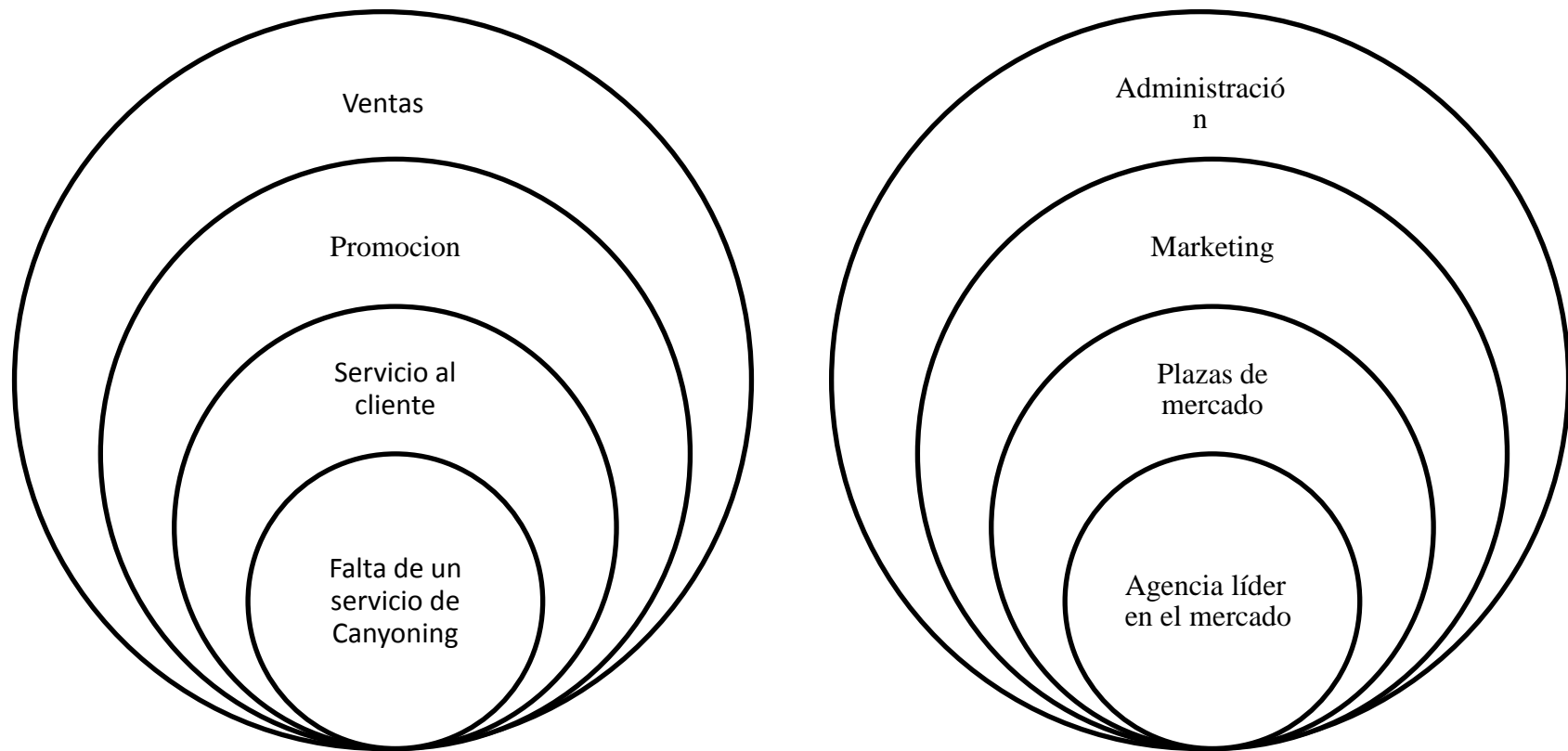
Los requisitos necesarios para su funcionamiento son:

- ✓ Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Inscripción en el municipio
- ✓ Permiso de la Cámara de Turismo
- ✓ Permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo
- ✓ Patente Municipal
- ✓ Permisos de ASECU (Asociación Ecuatoriana de Viajes y Turismo)
- ✓ Número patronal
- ✓ Nombramiento del representante legal, inscripto en el registro mercantil

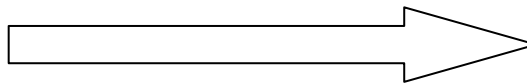
Además debe cumplir con Estado en:

- Pago del Impuesto a la Renta
- Pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Retención del Impuesto a la Renta
- Pago de la Patente Municipal
- Permiso de Rótulos
- Permiso de la Cámara de Turismo

## 2.2 RED DE CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



**VARIABLE INDEPENDIENTE**



**VARIABLE DEPENDIENTE**

### **2.3 Hipótesis**

Con la presente investigación se pretende demostrar que la falta de un servicio de calidad y seguridad de Canyoning provoca que la Agencia de Viajes “TEAM ADVENTURE S.A.” evite ser líder en el mercado turístico.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1 Enfoque:

La Investigación se orienta al aspecto cualitativo cuando interpreta los resultados con la posibilidad de plantear proyectos o propuestas predictivas susceptibles y por su propia naturaleza la investigación tendrá además aspectos cuantitativos porque estudiaran y cuantificaran valores, objetos, costos, etc.

#### 3.2 Modalidad de la Investigación

La investigación a realizarse es combinada, significa que utilizaremos investigación de campo e investigación bibliográfica para procesar la información.

- ✓ **Investigación de Campo.-** Se aplicará esta modalidad porque permitirá recolectar y registrar ordenadamente la información obtenida referente al problema, a través de diferentes técnicas, ya que permite tener contacto en forma directa con la realidad para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto a investigar.
- ✓ **Investigación Bibliográfica.-** Se aplicara este método para la recopilación de información que se encuentre en relación al tema de investigación planteado.

#### 3.3 Niveles o Tipos de Investigación

La investigación a efectuarse es una conjugación de la investigación aplicada y de la investigación exploratoria.

- ✓ **Investigación Aplicada.-** La presente investigación es aplicada porque se basará en información y registros de las actividades de la Agencia de

Viajes “TEAM ADVENTURE S.A.”, cuyos datos serán analizado para establecer soluciones inmediatas y que contribuyan para que la agencia sea líder en el mercado.

- ✓ **Investigación Exploratoria.**- La presente investigación también es exploratoria porque se fundamentara en el contacto directo con la situación de la agencia para proponer una solución inmediata al problema.

### **3.4 Población**

La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Debiendo situarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y en el tiempo.

Por consiguiente el conjunto poblacional del presente estudio esta conformado por: 1'020482 individuos distribuidos en; turistas nacionales, turistas extranjeros, habitantes, y administradores de las agencias de viajes.

### **3.5 Muestra**

La muestra es una parte del universo que debe representar los mismos fenómenos que ocurren en aquel, con fin de estudiarlos y medirlos.

Para determinar el tamaño de la muestra se calculara a través de la formula de muestreo por proporciones y porcentajes para poblaciones finitas, ya que se trabajara con características cualitativas o atributos, como los obtenidos en encuestas, aplicándola al segmento de turistas.

Se ha procedido a realizar los cálculos correspondientes y se ha determinado que existe una muestra de 106 Individuos a los cuales se los seleccionara en forma aleatoria y ser procederá a realizar la respectiva encuesta. Los cálculos constan en el Anexo A

### 3.5.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: LIDER EN EL MERCADO EN LA CIUDAD DE BAÑOS.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas	Administración
Es colocarse en la cima de todas las agencias para obtener prestigio en los servicios que se preste.	✓ Líder Nacional	➤ Falta de información.	⇒ ¿Considera qué la falta de información afecta al marketing de la agencia?	Encuestas	Administrador de la agencias de viajes
		➤ Falta de control.	⇒ ¿Considera qué la falta de control en los servicios provoca la baja afluencia de clientes?	Encuestas	Administrador de la agencias de viajes
		➤ Falta recursos.	⇒ ¿Cree que la falta recursos limita el crecimiento de la agencia?	Encuestas	Administrador de la agencias de viajes
		➤ Falta de capacitación.	⇒ ¿Se aplica la suficiente capacitación al personal?	Encuestas	Administrador de la agencias de viajes
	✓ Líder Mundial	➤ Mal manejo de recursos.	⇒ ¿Existe un mal manejo de los recursos existentes en la agencia?	Encuestas	Guías de Canyoning
		➤ Falta de planificación	⇒ ¿Debería existir una mayor planificación sobre los recursos de la agencia?	Encuestas	Guías de Canyoning

### 3.5.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: FALTA DE UN SERVICIO DE CANYONING

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas	Administración
Deporte de aventura que se lo realiza en cascadas especializadas para esta actividad.	✓ Profesional	➤ Información insuficiente.	⇒ ¿Considera que la información es aplicada en forma adecuada?	Encuestas	Administrador de las agencias de viajes
		➤ Controles inadecuados.	⇒ ¿Los controles existentes son aplicados?	Encuestas	Guías de Canyoning
	✓ Doméstico	➤ Falta de capacitación e instructivos.	⇒ ¿Se da una capacitación oportuna al personal?	Encuestas	Guías de Canyoning
		➤ Falta de lugares apropiados.	⇒ ¿Considera que la falta de lugares apropiados para esta actividad representan una baja concurrencia de turistas?	Encuestas	Guías de Canyoning

### **3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

La recolección de la información se la realizo, mediante encuestas a los turistas que visitan la ciudad de baños, además los administradores de las agencias de viajes de la misma ciudad.

Mediante la operacionalización de las variables; basada en los indicadores se procedió a la elaboración de las encuestas, en el cual el investigador en el mes de febrero del 2009, personalmente procedió a la aplicación de las mismas en la ciudad de baños.

Se realizo una guía de encuetas diferentes para los turistas y administradores las cuales se realizo con éxito rotundo.

Los conceptos e información adicional necesaria para el desarrollo del trabajo de investigación se recolectaran mediante la revisión bibliográfica, internet, y monografías referentes al tema de estudio en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

### **3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

El procesamiento de la información consistió en validar las encuestas y tabular cada una de las preguntas, para la cual se utilizo una hoja electrónica en Microsoft Excel para crear una base de datos la que permitió que los datos recogidos (datos en bruto) se transformen en resultados finales siguiendo ciertos procedimientos.

- ✓ Revisión crítica de la información; es decir limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta y no pertinente.
- ✓ Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- ✓ Tabulación de la información en tablas estadísticas según las variables de hipótesis.
- ✓ Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.



- ✓ Representación gráfica de los resultados mediante la utilización de diagrama de pastel.
- ✓ Y por último, estableceremos conclusiones y recomendaciones.

## CAPITULO IV

### ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

#### 4.1 Análisis e Interpretación de los Resultados

##### Encuestas a Turistas Nacionales

1) ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad de Baños?

Primera	10	33%
Segunda	12	40%
Tercera	8	27%
Total	30	100%

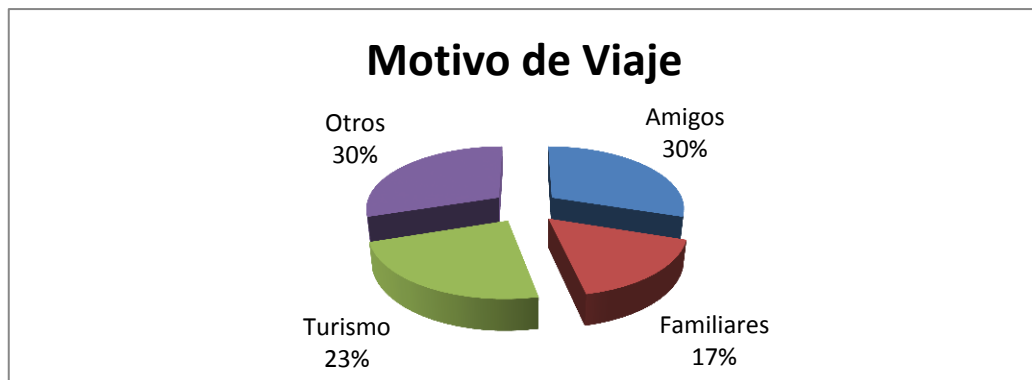


##### Interpretación:

Después del análisis aplicado tenemos como conclusión que el 33% de los turistas nacionales encuestados han visitado la ciudad de Baños por primera vez, mientras que un 40% por segunda vez y un 27% por tercera vez.

2) ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Amigos	9	30%
Visita a familiares	5	17%
Turismo	7	23%
Otros	9	30%
Total	30	100%

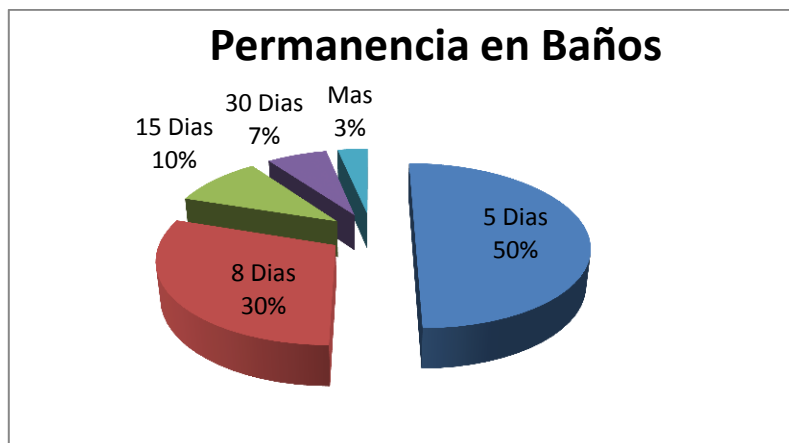


**Interpretación:**

Luego del análisis realizado se puede observar que los turistas viajan más por los amigos y por otras actividades, mientras que el 23% visita la ciudad de baños por turismo, y el 17% viaja a visitar algún familiar.

3) ¿Cuántos días permanece usted en la ciudad de Baños?

5 días	15	50%
8 días	9	30%
15 días	3	10%
30 días	2	7%
Mas	1	3%
Total	30	100%



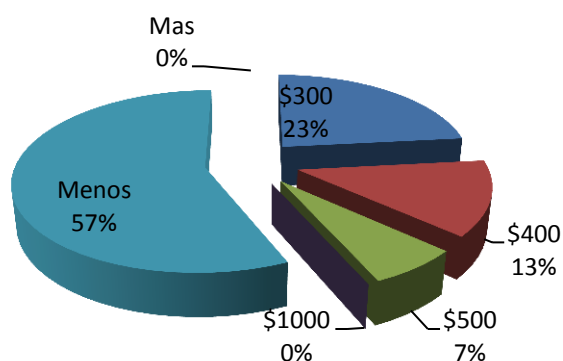
#### **Interpretación:**

Podemos concluir que la mayoría de los visitantes permanecen en la ciudad de Baños de 5 a 8 días, pues observamos su mayor porcentaje en el cuadro antes diseñado.

4) ¿Cuál es su presupuesto cuando viaja?

\$300	7	23%
\$400	4	13%
\$500	2	7%
\$1000	0	0%
\$ Menos	17	57%
\$ Mas	0	0%
Total	30	100%

## Presupuesto de Turistas Nacionales



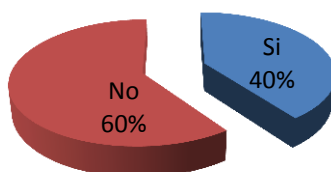
### Interpretación:

Los turistas utilizan un presupuesto menos de los \$300 como podemos observar en el grafico anterior propuesto.

5) ¿Conoce el precio de los servicios turísticos promocionales?

Si	12	40%
No	18	60%
Total	30	100%

## Precios de Servicios Turísticos

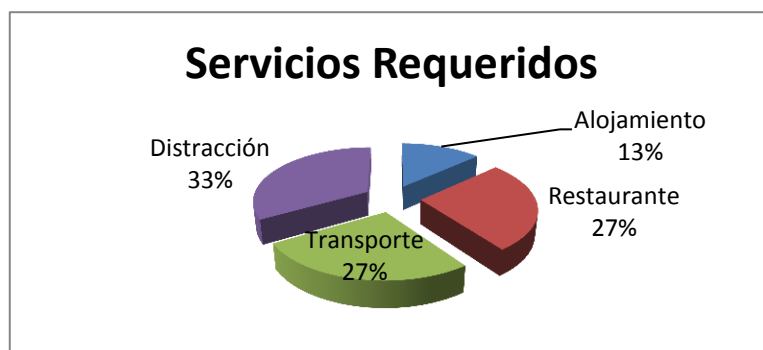


**Interpretación:**

Después de un análisis previo podemos concluir que el 60% de los turistas nacionales no conocen los precios de los servicios turísticos que promocionan las diferentes agencias de viajes de Baños.

6) Que tipos de servicios utiliza cuando viaja?

Alojamiento	4	13%
Restaurante	8	27%
Transporte	8	27%
Distracción	10	33%
Total	30	100%

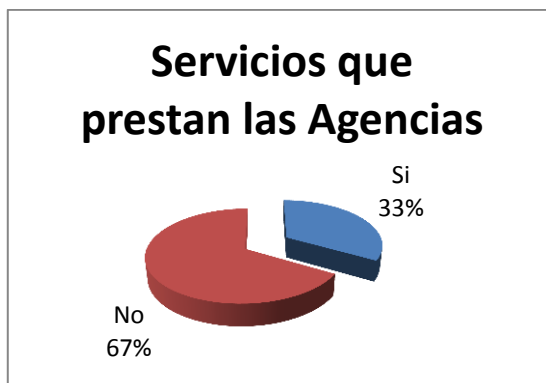


**Interpretación:**

Después del análisis realizado podemos deducir que la mayoría de los turistas nacionales que visitan la ciudad de Baños utilizan más el servicio de distracción.

7) ¿Encuentra todos los servicios en una misma agencia?

Si	10	33%
No	20	67%
Total	30	100%

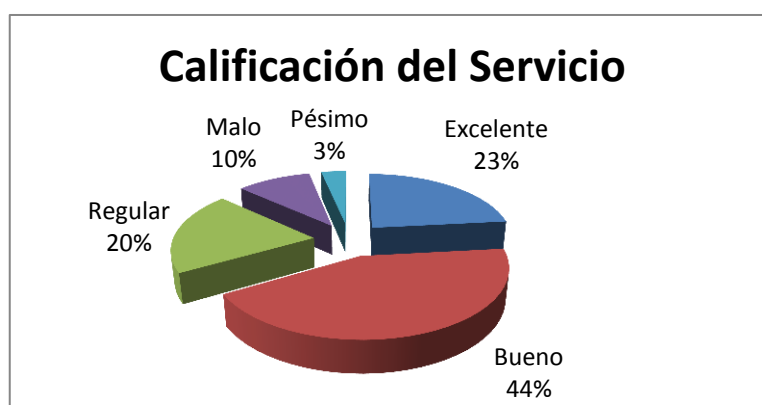


**Interpretación:**

Al finalizar el análisis deducimos que los turistas no obtienen todos los servicios en una misma agencia.

8) ¿Cómo le ha parecido a usted los servicios prestados por las agencias?

Excelente	7	23%
Bueno	13	44%
Regular	6	20%
Malo	3	10%
Pésimo	1	3%
Total	30	100%



**Interpretación:**

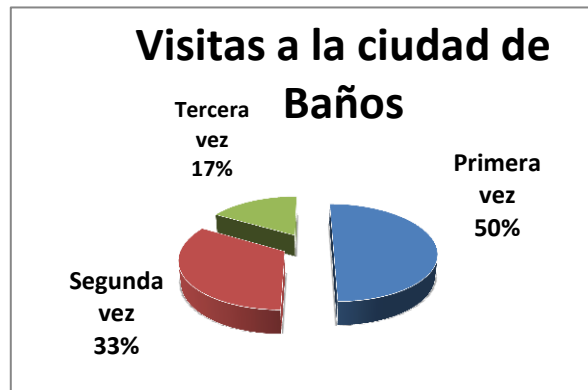
Al concluir el análisis de calificación de los servicios que prestan las agencias de viajes se pudo observar que el 44% de los encuestados opinan que los servicios que obtienen son solo buenos.



## Encuestas a Turistas Extranjeros

1) ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad de Baños?

Primera	15	33%
Segunda	10	40%
Tercera	5	27%
Total	30	100%

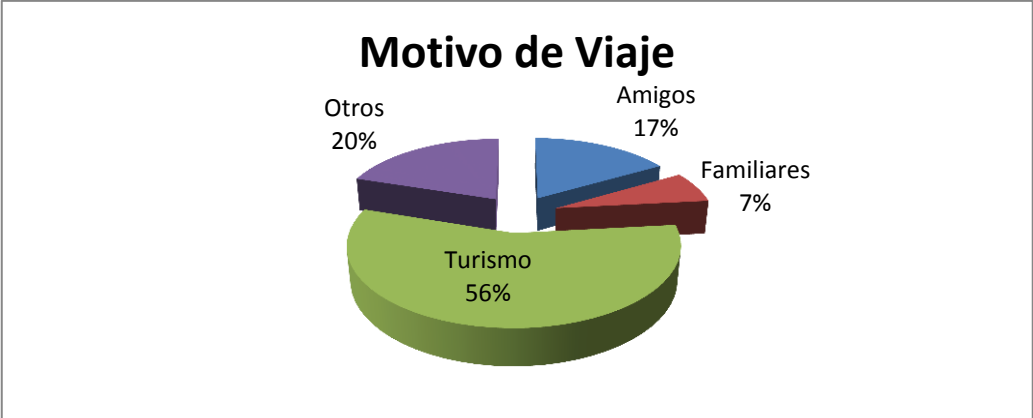


### Interpretación:

Después del análisis aplicado tenemos como conclusión que el 50% de los turistas extranjeros encuestados han visitado la ciudad de Baños por primera vez, mientras que un 33% por segunda vez y un 17% por tercera vez.

2) ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Amigos	5	17%
Visita a familiares	2	7%
Turismo	17	56%
Otros	6	20%
Total	30	100%

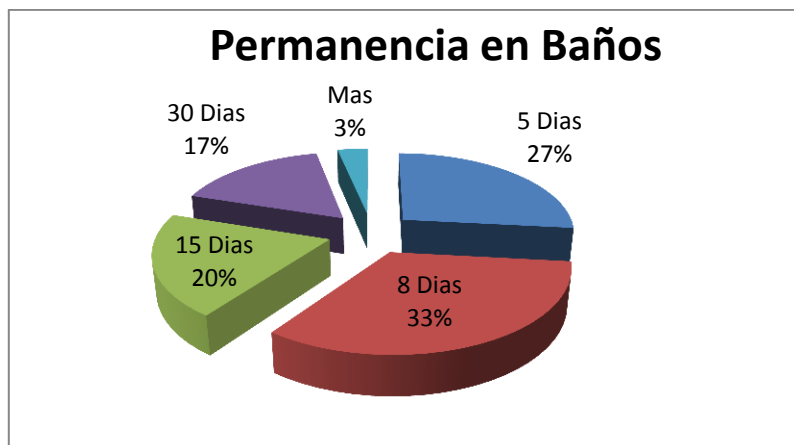


**Interpretación:**

Luego del análisis realizado se puede observar que los turistas viajan más por el turismo y por otras actividades, mientras que el 17% visita la ciudad de baños por amigos y el 7% viaja a visitar algún familiar.

3) ¿Cuántos días permanece usted en la ciudad de Baños?

5 días	8	27%
8 días	10	33%
15 días	6	20%
30 días	5	17%
Mas	1	3%
Total	30	100%



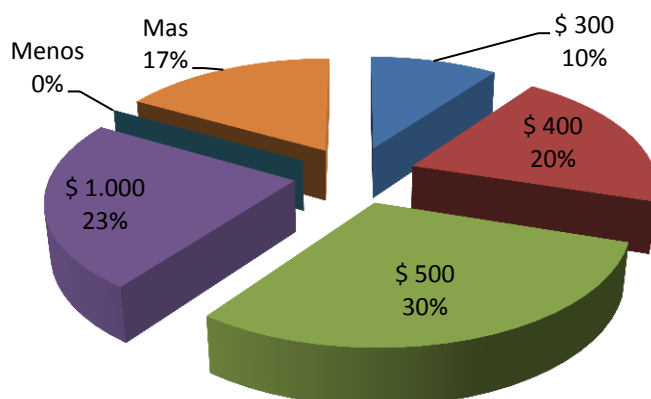
#### **Interpretación:**

Podemos deducir que la mayoría de los turistas permanecen en la ciudad de Baños de 8 a 15 días, ya que observamos su mayor porcentaje en el cuadro antes diseñado.

4) ¿Cuál es su presupuesto cuando viaja?

\$300	3	10%
\$400	6	20%
\$500	9	30%
\$1000	7	23%
\$ Menos	0	0%
\$ Mas	5	17%
Total	30	100%

## Presupuesto de Turistas Nacionales



### Interpretación:

Los turistas utilizan un presupuesto que va desde los \$500 en adelante como podemos observar en el grafico anterior propuesto.

5) ¿Conoce el precio de los servicios turísticos promocionales?

Si	18	60%
No	12	40%
Total	30	100%

## Precios de Servicios Turísticos

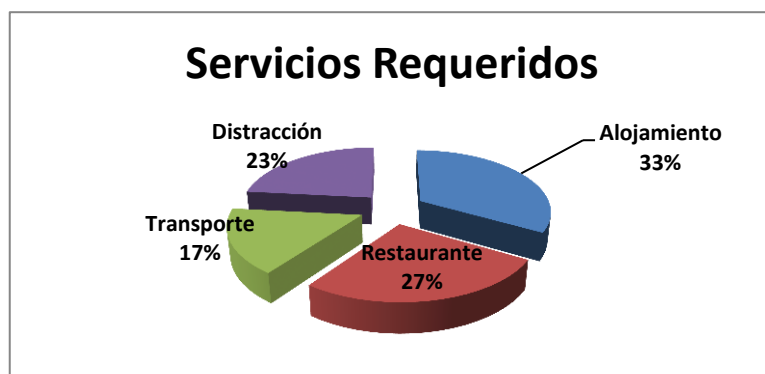


### Interpretación:

Después de un análisis previo podemos concluir que el 60% de los turistas extranjeros conocen los precios de los servicios turísticos que promocionan las diferentes agencias de viajes de Baños.

6) Que tipos de servicios utiliza cuando viaja?

Alojamiento	10	33%
Restaurante	8	27%
Transporte	5	17%
Distracción	7	23%
Total	30	100%

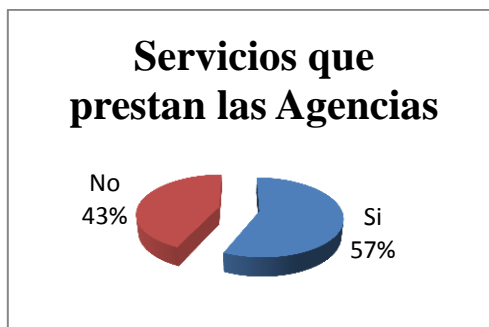


### Interpretación:

Después del análisis realizado podemos deducir que la mayoría de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Baños utilizan más el servicio de alojamiento y distracción en su permanencia en la ciudad.

7) ¿Encuentra todos los servicios en una misma agencia?

Si	17	43%
No	13	57%
Total	30	100%

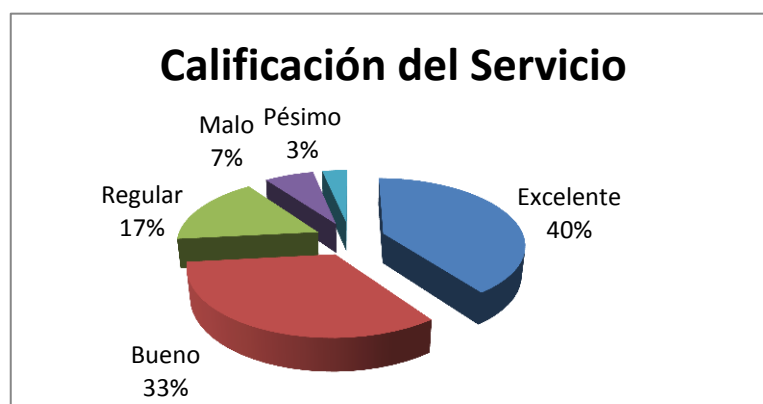


**Interpretación:**

Al finalizar el análisis deducimos que aproximadamente alcanza un nivel de equilibrio en los requerimientos de los turistas.

8) ¿Cómo le ha parecido a usted los servicios prestados por las agencias?

Excelente	12	40%
Bueno	10	33%
Regular	5	17%
Malo	2	7%
Pésimo	1	3%
Total	30	100%



### **Interpretación:**

Al concluir el análisis podemos notar que los turistas extranjeros consideran que los servicios prestados van en un promedio de bueno a excelente.

### **Encuestas a los habitantes de la ciudad de Baños**

1) ¿Conoce usted los servicios que prestan las agencias?

Si	18	60%
No	12	40%
Total	30	100%

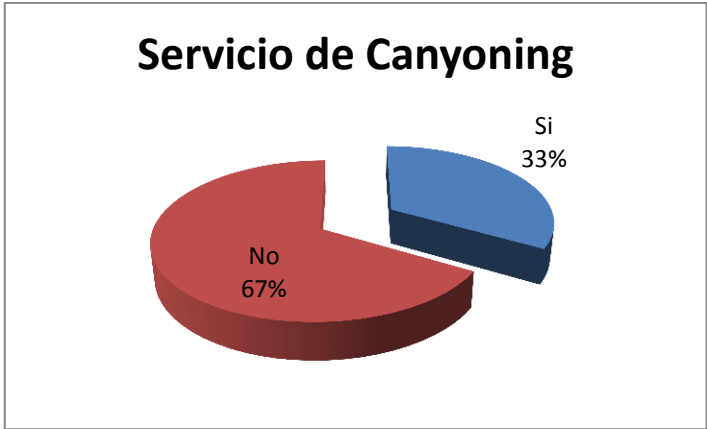


### **Interpretación:**

Luego del análisis podemos concluir que el 60% de los habitantes de la ciudad de Baños si conocen los servicios que prestan las agencias de viajes.

2) ¿Conoce Ud. Algún establecimiento él en lugar que oferte un servicio adecuado de Canyoning?

Si	10	33%
No	20	67%
Total	30	100%



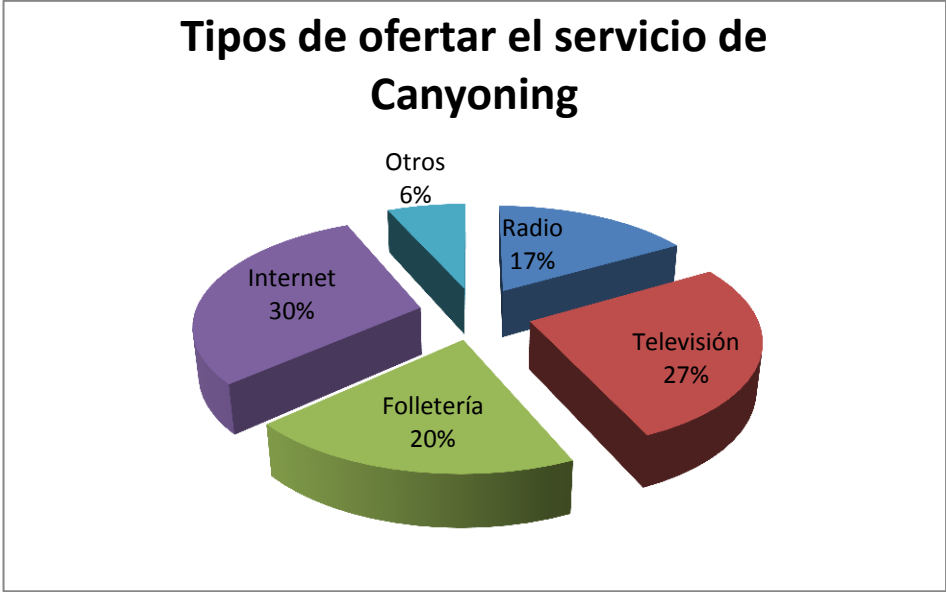
**Interpretación:**

En el grafico anterior podemos observar que 67% de los habitantes de la ciudad de Baños no conocen un establecimiento que preste un servicio adecuado de Canyoning.

3) ¿Cómo cree usted que se debería ofertar el servicio de Canyoning?

Radio	5	17%
Televisión	8	27%
Folletería	6	20%
Internet	9	30%
Otros	2	6%
Total	30	100%



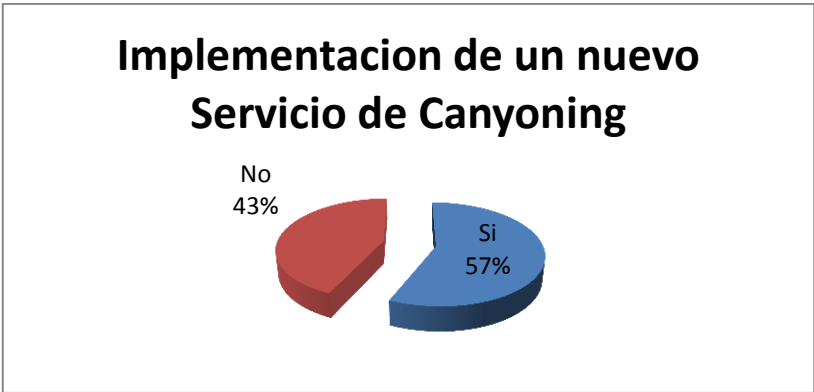


**Interpretación:**

Al finalizar el análisis se puede notar que los habitantes desean que el servicio de Canyoning se oferte a través de la radio, televisión e internet.

- 4) Ha visto usted la necesidad de implementar un establecimiento que tenga un servicio adecuado de Canyoning?

Si	17	57%
No	13	43%
Total	30	100%



**Interpretación:**

Finalizado el análisis se puede concluir que los habitantes están de acuerdo en implementar un nuevo servicio de calidad de Canyoning.

- 5) Son adecuadas las agencias de turismo que prestan el servicio de Canyoning

Si	14	47%
No	16	53%
Total	30	100%

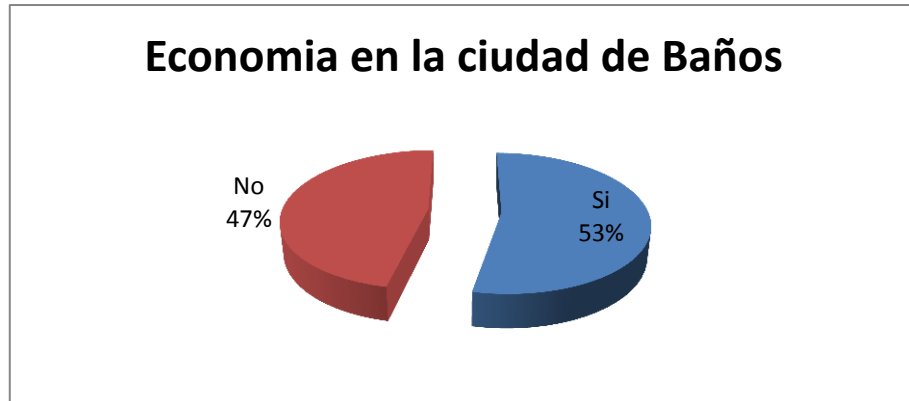


**Interpretación:**

Luego del análisis previo se puede observar que el 53% de los habitantes no encuentran adecuadas las agencias de turismo para la prestación de los diferentes servicios turísticos que ofertan.

- 6) ¿Piensa usted que la falta de un servicio adecuado de Canyoning repercutiría la economía de la ciudad de Baños?

Si	16	53%
No	14	47%
Total	30	100%



**Interpretación:**

A través del análisis se puede observar que los habitantes opinan que la falta de un servicio adecuado de Canyoning repercute en la economía de la Ciudad.

## Encuesta a propietarios de las Agencias

1. ¿Con qué motivo creo la agencia?

Fines de Lucro	16	53%
Ofertar el Turismo	8	27%
Creación de fuentes de Trabajo	6	20%
Total	30	100%



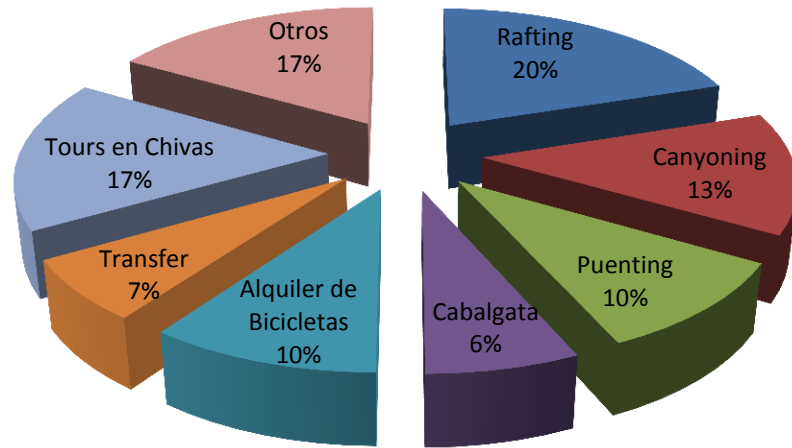
### Interpretación:

Como se puede observar en el grafico anterior propuesto los propietarios de las agencias las crearon con motivo de; fines de lucro, ofertar el Turismo local y creación de fuentes de trabajo.

2. ¿Qué clases de servicios presta su agencia?

Rafting	6	20%
Canyoning	4	13%
Puenting	3	10%
Cabalgata	2	6%
Alquiler de bicicleta	3	10%
Transfer	2	7%
Tours en chivas	5	17%
Otros	5	17%
Total	30	100%

## Servicios que prestan las Agencias

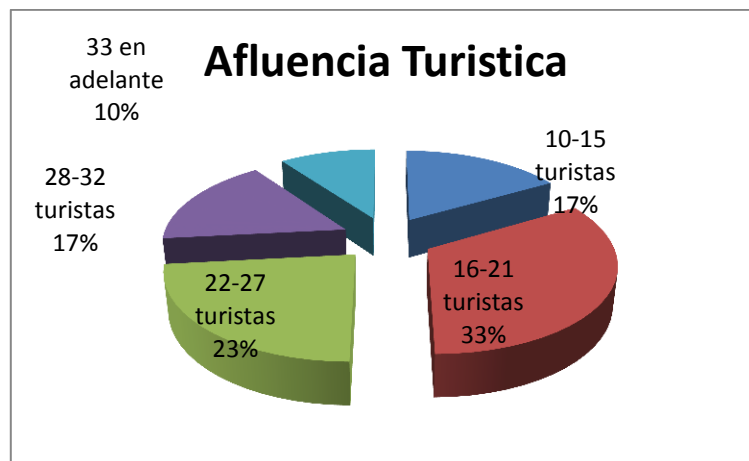


### Interpretación:

Al finalizar el análisis se puede concluir que los turistas solicitan más los servicios de; rafting, tours en chivas, Canyoning y otros servicios que prestan las diferentes agencias.

### 3. ¿Cuántos turistas recibe normalmente?

10-15 turistas	5	17%
16-21 turistas	10	33%
22-27 turistas	7	23%
28-32 turistas	5	17%
33 en adelante	3	10%
Total	30	100%

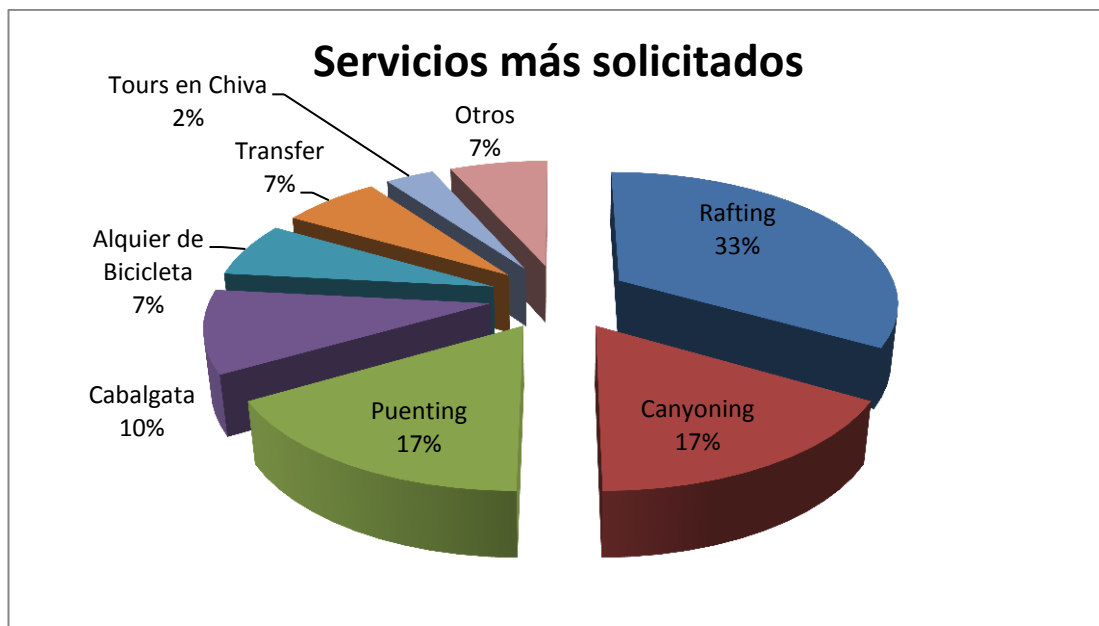


**Interpretación:**

Podemos finalizar que las agencias turísticas normalmente reciben de 16 a 21 turistas diariamente.

4. ¿Cuáles son los servicios más solicitados por los turistas?

Rafting	10	33%
Canyoning	5	17%
Puenting	5	17%
Cabalgata	3	10%
Alquiler de bicicleta	2	7%
Transfer	2	7%
Tours en chivas	1	2%
Otros	2	7%
Total	30	100%

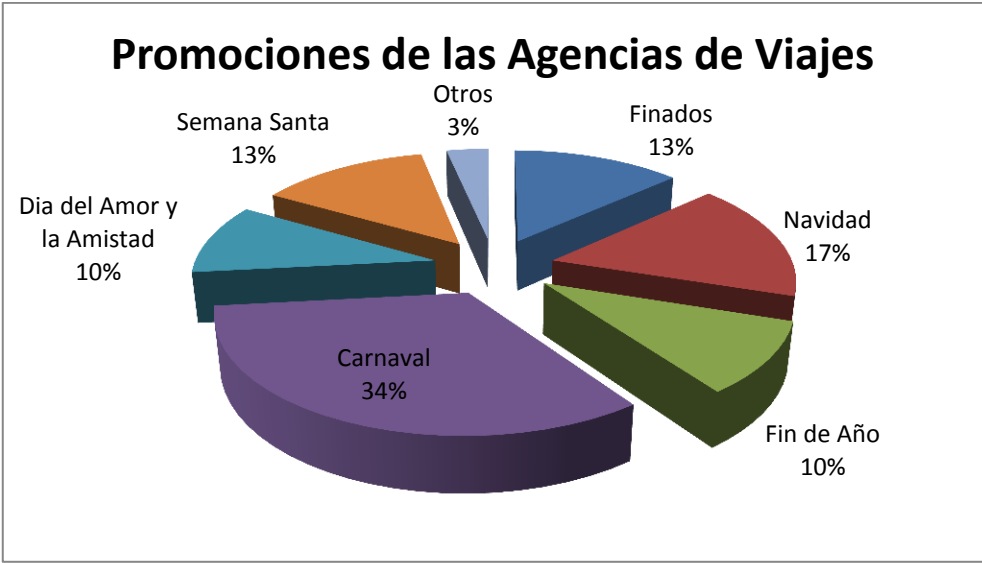


**Interpretación:**

En nuestro análisis podemos observar que los turistas requieren más los servicios de rafting, Canyoning y puenting.

5. ¿Cuáles son las promociones que oferta su agencia?

Por Finados	4	13%
Por Navidad	5	17%
Por fin de año	3	10%
Por Carnaval	10	34%
Por el día del Amor y la Amistad	3	10%
Por Semana Santa	4	13%
Otros	1	3%
Total	30	100%

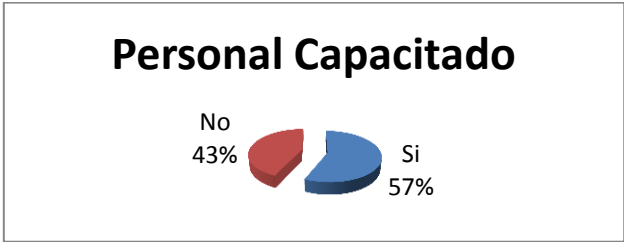


**Interpretación:**

En el estudio realizado podemos concluir que las agencias dan promociones en el feriado de carnaval con mayor aceptación de los turistas.

6. ¿Cuenta usted con personal capacitado?

Si	17	57%
No	13	43%
Total	30	100%



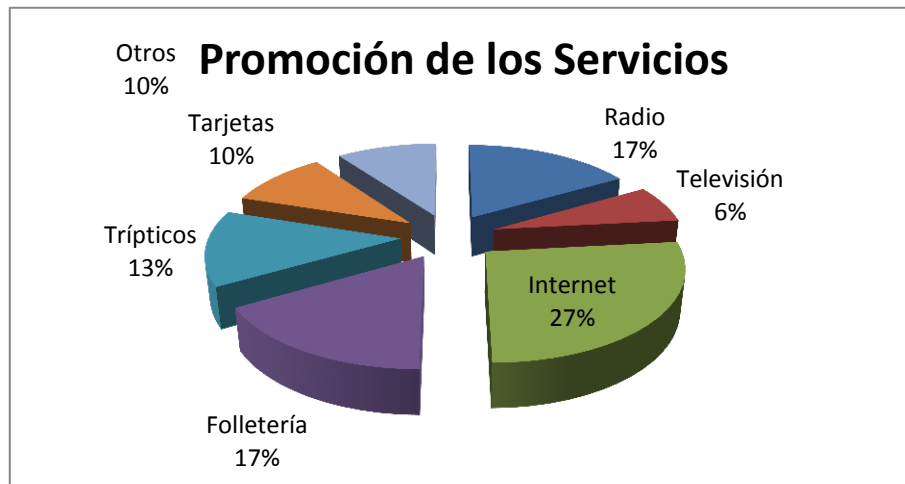
**Interpretación:**

Podemos concluir que solo el 57% de las agencias cuentan con personal capacitado para prestar los diferentes servicios que ofertan a los turistas.



7. ¿Cómo promociona los servicios que presta su agencia?

Radio	5	17%
Televisión	2	6%
Internet	8	27%
Folletería	5	17%
Trípticos	4	13%
Tarjetas	3	10%
Otros	3	10%
Total	30	100%

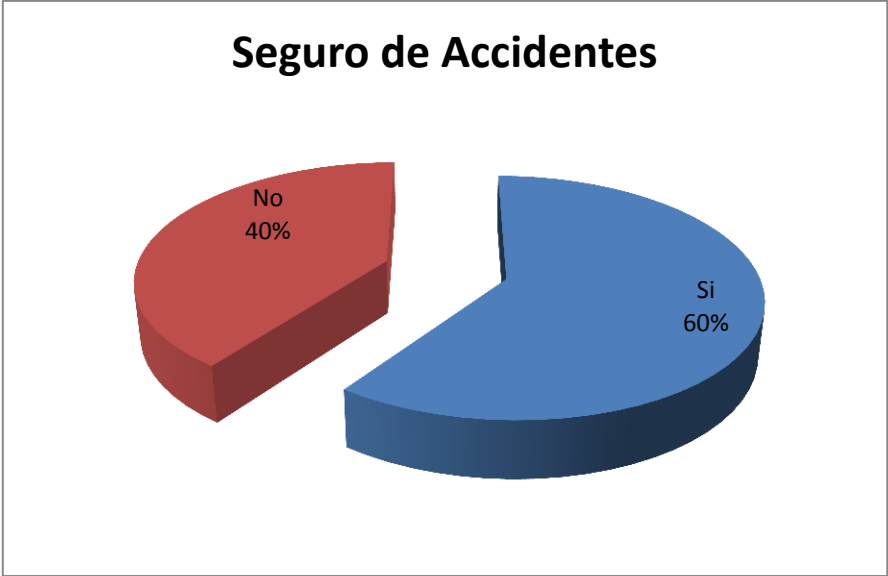


**Interpretación:**

A través del análisis concluimos que las agencias utilizan los medios de; Internet, folletería, trípticos y radio para promocionar sus servicios

8. ¿Tiene seguro en caso de presentarse algún accidente?

Si	18	60%
No	12	40%
Total	30	100%



**Interpretación:**

Al finalizar el análisis se observa que el 60% de las agencias turistas poseen un seguro contra accidentes.

## CAPÍTULO V

### MARCO ADMINISTRATIVO

#### 5.1 Recursos Institucionales

- ✓ Agencia de viajes “Team Adventure S.A”
- ✓ Universidad Técnica de Ambato
- ✓ Departamento de Turismo de Baños

#### 5.2 Recursos Humanos

- ✓ Sr. Cristian Varela Gerente-Propietario de la agencia “Team Adventure S.A”
- ✓ Ing. Carlos Bustos tutor de pasantías
- ✓ José Luis Criollo “Investigador”

#### 5.3 Recursos Materiales

- ✓ Equipo de Computo
- ✓ Transporte
- ✓ Suministros de Oficina

#### 5.3 Recurso Económicos

##### Presupuesto

Detalle	Valor
Horas de Internet	20
Copias	5
Transporte	160
Impresiones	10
Alimentación	200
<b>Total</b>	<b>395</b>

## **.CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 Conclusiones**

- ✓ La ausencia de capacitación al personal ha provocado que no se actualicen en los conocimientos de la actividad turística.
- ✓ Los propietarios de las agencias no dan mayor importancia a los cambios que sufren las actividades turísticas.
- ✓ La agencia de turismo desea contar con un servicio de Canyoning de calidad y seguridad para satisfacer la demanda de turistas que visitan la ciudad de Baños.

#### **6.2 Recomendaciones**

- ✓ Establecer y proponer las maneras más rápidas y eficientes para la satisfacción de las demandas requeridas por los turistas.
- ✓ Implementar medidas de seguridad en los servicios que presta la agencia.
- ✓ Realizar actividades de monitoreo y supervisión de los diferentes servicios que preste la agencia de forma periódica.
- ✓ Proponer políticas de capacitación al personal que labora diariamente en la agencia de turismo.

# **BIBLIOGRAFÍA**

## **Libros requeridos**

Metodología de la investigación (Dr. Cesar Herrera M.)

Formulación y Evaluación de proyectos Turísticos (Dr. Carlos Quinde Mancero)

Metodología de la investigación (Dra. Guillermina Baena)

Diccionario de la investigación científica (Dr. Tamayo)

Metodología de la Investigación Aplicada al Turismo (Rocha, Rogelio)

## **Páginas Web**

[www.camaradeturismo.com](http://www.camaradeturismo.com)

[www.turismo.gov.ec](http://www.turismo.gov.ec)

[www.codesarrollocanarmurcia.org](http://www.codesarrollocanarmurcia.org)

