



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN HOTELERÍA Y TURISMO**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**“CREACIÓN DE UNA OPERADORA DE AGROTURISMO QUE CONTRIBUYA AL
PROGRESO SOCIOECONÓMICO, CULTURAL Y NATURAL EN LA CIUDAD DE
NARANJAL”**

Autoras:

CARMEN SARAGURO SANCHÉZ.

JESSICA PINOS ARÉVALO.

Tutora:

MSc. DOLORES MIELES CEVALLOS

Milagro, 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL(A) TUTOR(A)

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las Srtas. Carmen Gardenia Saraguro Sánchez y la Srta. Jessica Jazmín Pinos Arévalo, para optar al título de Licenciada en Turismo y que acepte las tutorías de las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 25 días del mes de Abril del 2013

Msc. Dolores Mieleles

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las autoras de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Abril de 2013

Jessica Pinos Arévalo
C.I.092556386-8

Carmen Saraguro Sánchez
C.I. 092374386-8

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico principalmente a mi Dios que sin el no podríamos lograr nuestros propósitos y a mis queridos padres como es el Sr. Ángel Pinos y mi querida madre la Sra. Dianine Arévalo quienes con mucho esfuerzo, cariño y comprensión me supieron brindar su apoyo tanto en lo moral como en lo económico para así poder llegar a la meta final que hoy he logrado alcanzar con mucha constancia y dedicación, Siempre Aprovechando la oportunidad , y la confianza y el sacrificio de quienes confían en mi por eso a estas personas les dedico quien soy ahora

Jessica Jazmín Pinos Arévalo

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mis padres quienes me han enseñado a desarrollar todas mis tareas con responsabilidad y dignidad de vivir, la capacidad de trabajo, perseverancia, honestidad y los valores sociales que me sostienes. Y que gracias a ellos he podido cumplir con mis objetivos deseados.

A tos mis amigos que han apoyado de una u otra manera incondicionalmente para llevar adelante el desarrollo del mismo.

Carmen Gardenia Saraguro Sánchez

AGRADECIMIENTO

En este proyecto va todos nuestros agradecimientos a quienes fueron cómplices en nuestros desarrollos profesionales para las personas que con su dedicación y comprensión lograron impartirnos sus conocimientos, sus enseñanzas convirtiéndose así en los principales aportadores de nuestros desarrollos profesionales siempre guiándonos por el mejor camino.

Por este motivo agradecemos a la Msc. Dolores Mieles porque nos supo tener paciencia siempre en los buenos y malos momentos sabiendo ser siempre una profesional y una amiga. Muchas gracias

También agradecemos al resto de los licenciados que también supieron llegar a nosotros y guiarnos hasta el final. Muchas gracias a todos...

Jessica Jazmín Pinos Arévalo
Carmen Gardenia Saraguro Sánchez

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MSc.

Jaime Orozco Hernández, MSc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Creación de una Operadora Turística que contribuya al progreso socioeconómico, cultural y natural en la ciudad de Naranjal y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Administrativas y Comerciales.

Milagro, Abril del 2013

Jessica Jazmín Pinos Arévalo

CI: 0925563868

Carmen Saraguro Sánchez

CI: 0923743868

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1	Problematización	3
1.1.2	Delimitación del problema	4
1.1.3	Formulación del problema	4
1.1.4	Determinación del tema.....	5
1.1.5	Sistematización del Problema.....	5
1.2	OBJETIVOS.....	5
1.3	JUSTIFICACIÓN	6
1.3.1	Justificación de la investigación.....	6

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1	MARCO TEÓRICO	8
2.1.1	Antecedentes Históricos	8
2.1.2	Antecedentes Referenciales.....	11
2.1.3	Fundamentación	16
2.2	MARCO LEGAL	20
2.3	MARCO CONCEPTUAL	27
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLES	32
2.4.1	Hipótesis General	32
2.4.2	Hipótesis Particulares	32
2.4.3	Declaración de Variables:.....	33

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1.	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	35
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	35
3.2.1	Características de la población.....	35
3.2.2	Delimitación de la población	36

3.2.3	Tipo de muestra.....	36
3.2	Tamaño de la muestra	36
3.2.5	Proceso de selección.....	37
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	37
3.3.1	Métodos teóricos	37
3.3.2	Métodos empíricos	37
3.3.3	Técnicas e instrumentos.....	38
3.4	PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN. 38	
CAPÍTULO IV		
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		
4.1	Análisis de la situación actual	39
4.2	Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas.	40
4.3	Resultados.....	54
4.4	Verificación de hipótesis	62
CAPÍTULO V		
PROPUESTA		
5.1	TEMA.....	63
5.2.	JUSTIFICACIÓN.....	63
5.3.	FUNDAMENTACIÓN	64
5.4.	OBJETIVOS.....	65
5.4.1	Objetivo General de la propuesta	65
5.4.2	Objetivos Específicos de la propuesta.....	65
5.5	UBICACIÓN.....	66
5.6	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	67
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	81
5.7.1	Actividades	82
5.7.3	Impacto.....	99
5.7.4	Cronograma.....	100
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta.....	101
CONCLUSIONES.....		102
RECOMENDACIONES		103
BIBLIOGRAFÍA		104
ANEXOS		106

INDICE DE CUADRO

Cuadro 1. Declaración de variables	33
Cuadro 2. Operacionalización de las variables.....	34
Cuadro 3. Operadora de Agroturismo	40
Cuadro 4. Operadora de Agroturismo	41
Cuadro 5. Creación de la Operadora de Agroturismo	42
Cuadro 6. Sector público y privado	43
Cuadro 7. La banca pública y privada	44
Cuadro 8. Personal especializado	45
Cuadro 9. Operadora de Agroturismo	46
Cuadro 10. Con la creación de una Operadora de agroturismo.....	47
Cuadro 11. Personal especializado del Cantón.....	48
Cuadro 12. La Microempresa Turística	49
Cuadro 13. Creación de una Operadora de Agroturismo	50
Cuadro 14. Averiguar a la población sobre la creación de este tipo de empresa	51
Cuadro 15. La microempresa e.....	52
Cuadro 16. Implementación de la Operadora de Agroturismo.....	53
Cuadro 17. Catastro turístico de las provincias	55
Cuadro 18. Verificación de las hipótesis	62
Cuadro 19. Sueldos mensuales del personal de la empresas	91
Cuadro 20: costos Fijos	91
Cuadro 21. Punto de Equilibrio	92
Cuadro 22. Beneficio Social.....	93
Cuadro 23: Gastos	93
Cuadro 24. Costos	93
Cuadro 25. Estado de Perdida Y Ganancia.....	94
Cuadro 26. Recursos Administrativos de la Empresa	96
Cuadro 27. Recursos operativos de la empresa	97
Cuadro 28. Inversión inicial de la empresa	98
Cuadro 29. Financiamiento de la empresa	97

INDICE DE GRAFICO

Grafico 1. Conoce usted sobre una Operadora de Agroturismo.....	40
Grafico 2. Existe una Operadora de Agroturismo en el Cantón.....	41
Grafico 3. Es importante la creación de la Operadora de Agroturismo	42
Grafico 4. Es necesario involucrar al sector público y privado para la creación de la Operadora de Agroturismo	43
Grafico 5. La banca pública y privada deben apoyar para el financiamiento de este tipo de microempresa	44
Grafico 6. Con un personal especializado la empresa ofrecerá productos y servicios de calidad.....	45
Grafico 7. Es importante la presencia de una Operadora de Agroturismo para incentivar la recreación y el esparcimiento de la población de Naranjal	46
Grafico 8. Con la creación de una Operadora de agroturismo ayudara a disminuir el desempleo en el Cantón	47
Grafico 9. Es importante que la Operadora de Agroturismo contrate personal especializado del Cantón	48
Grafico 10. La Microempresa Turística contribuirá al desarrollo del turismo social del Cantón.....	49
Grafico 11. Es importante la creación de una Operadora de Agroturismo para el impulso al mejoramiento y calidad de vida del Cantón.....	50
Grafico 12. Es importante averiguar a la población si desean una microempresa de este tipo antes de proceder a crear la misma.....	51
Grafico 13. Al crearse la microempresa, usted requeriría de sus servicios para pasear y distraer a su familia de una manera saludable	52
Grafico 14. Con la creación e implementación de la Operadora de Agroturismo, en que magnitud la visitaría	53
Grafico N°15. Análisis del FODA.....	78
Grafico 16. Ubicación de la empresa	66

RESUMEN

Ecuador es Considerando como un país más mega-diverso del mundo, y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que aumenta el turismo es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas aéreas productivas para proporcionar bienes y servicios utilizados por los turistas, y observamos la necesidad de una Operadoras de Agroturismo que cuentan con sus propios recursos y servicios y actúa como agente organizador de servicios turísticos y se preocupan de ofrece los paquetes turísticos todo incluido.

El Cantón Naranjal posee un gran potencial de atractivos naturales y culturales, ubicado en sus cuatro mundos y se considera como una ciudad mega biodiversa, tierra privilegiada por la naturaleza, además de su mega diversa flora y fauna que la convierte en un paraíso, los turista pueden recrearse con hermosos lugares naturales de aguas termales medicinales claras y transparente, que dan un complemento a una tierra de gente cordial y encantadora.

Pero sin embargo las necesidades se reflejan a través de un turista moderno, activo, en búsqueda de servicio completo, comodidades, beneficios, mayor frecuencia de viajes locales y nacionales.

ABSTRACT

Considering Ecuador is a mega-diverse country in the world, and possibly one of the richest in the world, because thanks to their great contrast in its small territory combines four natural regions that offer a vast land, climate, mountains, moors , beaches, islands and jungle, increasing tourism is a multi-sectoral activity requires the concurrence of various productive airline to provide goods and services used by tourists, and observed the need for tourism Operators who have their own resources and services acts as agent and organizer of tourist services are concerned offers all inclusive tour packages.

Naranjal in Canton because it has a great potential of natural and cultural attractions, located in the four worlds and is considered a mega city biodiversity, privileged land for nature, in addition to its mega diverse flora and fauna that makes it a paradise, the tourist places can be recreated with beautiful natural medicinal hot springs clear and transparent, giving a complement to a land of friendly people and charming. But yet the needs are reflected through a modern tourist, active, looking for full-service amenities, benefits, increased frequency of local and national travel.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto cuenta con cinco capítulos:

El primero Capítulo trata de planteamiento del problema, con los siguientes subtemas: problematización, delimitación del problema, formulación del problema, sistematización del problema, determinación del tema, objetivo general, objetivos específicos y justificación.

EL segundo capítulo trata de marco referencial con los siguientes subtemas: marco teórico, antecedentes históricos, antecedentes referenciales, fundamentación, marco legal, marco conceptual, hipótesis y variables, hipótesis general, hipótesis particulares, declaración de variables, Operacionalización de las variables.

El tercer capítulo trata de marco metodológico: tipo y diseño de investigación y su perspectiva general, la población y la muestra, características de la población, delimitación de la población, tipo de muestra, tamaño de la muestra, proceso de selección, los métodos y las técnicas, métodos teóricos, métodos empíricos, técnicas e instrumentos, procesamiento estadístico de la información.

El cuarto capítulo trata del análisis e interpretación de resultados: análisis de la situación actual, análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas, resultados, verificación de hipótesis.

El quinto capítulo trata de la Propuesta: tema, justificación, fundamentación, objetivos, ubicación, estudio de factibilidad, descripción de la propuesta dentro de esto se encuentra, actividades, recursos, análisis financiero, impacto, cronograma, lineamiento para evaluar la propuesta

El turismo es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas aéreas productivas para proporcionar bienes y servicios utilizados por los turistas, también es considerado un factor realmente importante para el desarrollo socio-económico y cultural de un país.

El turismo es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera un mercado de empleos diversificados y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales, también el turismo promueve áreas naturales, no contamina, por eso se dice que es una industria, pues produce capital, pero no tiene fábricas que contaminen, entre más actividad de este tipo presente un país más industrializado es siempre se hace entre grupos de personas y en lugares fuera de contaminantes.

Se observa que en la Ciudad de Naranjal cuenta con una población de 60000 habitantes la misma se encuentra ubicada al sureste de la provincia del Guayas, su territorio es casi plano y con una extensión de 11.900 hectáreas aproximadamente.

El Cantón Naranjal tiene un gran potencial de atractivos naturales y culturales, ubicado en sus cuatro mundos y se considera como una ciudad mega biodiversa, tierra privilegiada por la naturaleza, además de su mega diversa flora y fauna que la convierte en un paraíso, los turistas pueden recrearse con hermosos lugares naturales de aguas termales medicinales claras y transparente, que dan un complemento a una tierra de gente cordial y encantadora.

Pero sin embargo las necesidades se reflejan a través de un turista moderno, activo, en búsqueda de servicio completo, comodidades, beneficios, mayor frecuencia de viajes locales y nacionales. Por ello surgió la necesidad de crear un Operador de Agroturismo que responda a la búsqueda de solución de recursos y servicios inmersos a la actividad turística, donde se pueda disfrutar, recrear de sus servicios.

Causando un efecto positivo sobre el medio socioeconómico, natural y cultural dado que contribuye al progreso, mantenimiento y protección. Comenzando a ofrecer a los turistas un sin número de productos, servicios de Calidad integrados a los valores agregados que son muy importantes así como la atención personalizada, de guía turístico y personal capacitado.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Naranjal tiene una posición privilegiada para un desarrollo turístico sostenible gracias a sus riquezas culturales y naturales, considerando como un sector principal de la Provincia del Guayas, generador de ingresos por lo tanto merece la atención para mejorar su competitividad y lograr cambios importantes en su infraestructura.

Uno de los propósitos sería necesario cambiar los servicios turísticos en la ciudad de Naranjal a través de la creación de una Operadora de Agroturismo lo cual contribuirá a solucionar los diferentes problemas y necesidades existentes en la localidad.

En la realidad existen varias causas en la Ciudad y se manifiestan de manera individual en cada uno de los habitantes, visitantes en el accionar de cada individuo, la falta de capacitación en servicios adecuados de calidad turística en la ciudad otra de las cosas que podríamos mencionar es la conservación ambiental y cultural entre los moradores del sector, la falta de guías locales altamente capacitados, como también la falta de capacitación y formación integral en Turismo sostenible para el desarrollo, equipamiento y dotación de elementos necesarios para la mejora y consolidación de los destinos turísticos de Naranjal, incorporando programas que impulsen al mejoramiento de productos y servicios competitivos de gestión y aplicación estratégica para la promoción en los lugares Turísticos de la Ciudad.

Teniendo como objetivo principal en la ciudad de Naranjal crear una Operadora de Agroturismo que contribuya al desarrollo y crecimiento turístico generando oportunidades de empleo y mejoramiento de calidad de vida de sus pobladores a nivel local, llevando a cabo la solución y convirtiendo el Problema en un efecto positivo.

Como micro empresa Turística debe contribuir a la conservación, protección y restauración ambiental y Cultural reconociendo y apoyando la identidad, e intereses de los pueblos.

Otro de los objetivos es Involucrar a la comunidad local y al gobierno seccional en programas educativos que deben incitar a los turistas a respetar y entender el modo de vida local, la cultura, historia, religión y los valores del Patrimonio Cultural, estimular las actitudes creativas dentro del entorno.

1.1.2 Delimitación del problema

Área

Administrativo, Financiero y Medio Ambiente

Lugar

Av. Olmedo Cantón Naranjal provincia del Guayas República del Ecuador.

Aspecto

Creación de una microempresa Operadora de Agroturismo

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo la creación de una Operadora de Agroturismo contribuye al progreso socioeconómico, cultural y natural en la Ciudad Naranjal?

Variable Independiente: Creación de una Operadora de Agroturismo

Variable Dependiente: El desarrollo socioeconómico, Natural y Cultural de la Ciudad de Naranjal.

1.1.4 Determinación del tema

Creación de una operadora de Agroturismo que contribuya al progreso socioeconómico, cultural y natural en la ciudad de naranjal.

1.1.5 Sistematización del Problema

1. ¿De qué manera se obtiene el financiamiento de empresas públicas y privadas para la creación de microempresa?
2. ¿Cómo la falta de un inventario turístico afecta al progreso turístico del cantón?
3. ¿Cómo el recurso humano afecta a la calidad del producto y servicio turístico?
4. ¿De qué manera un plan de marketing lograra´ mantenerse en el mercado turístico a la operadora?
5. ¿De qué manera una buena administración contribuirá a la rentabilidad del negocio?
6. ¿Cómo impactará la creación de una operadora de Agroturismo en el Cantón?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación:

- ✓ Crear un operador de Agroturismo en la ciudad de Naranjal, que le permita a la empresa adecuarse a las necesidades del progreso en el turismo sostenible cultural y natural, y potenciar el agroturismo en el sector.

1.2.2 Objetivos Específicos de investigación

1. Evaluar las entidades públicas y privadas que faciliten el financiamiento de microempresas turísticas.

2. Determinar un inventario turístico natural y cultural.
3. Proponer cursos de capacitación de talento humano por competencias laborales.
4. Proponer un estudio de mercado para la elaboración y comercialización de paquetes turísticos.
5. Establecer una administración, para lograr la rentabilidad en el negocio.
6. Evaluar los impactos del proyecto que aporte al desarrollo socioeconómico cultural y natural en la ciudad de Naranjal.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Ecuador es un país con una extensa riqueza natural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras.

No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Asimismo, posee una amplia gama de culturas.

Es importante señalar que el sector turístico Ecuatoriano se ha consolidado como un sector generadores de ingresos a través de diversas actividades turísticas vinculadas dentro de la Planta Turística, como las Agencias de viaje que representa un 9%, Transporte turístico un 3%, Alojamiento 23%, Alimentos y bebidas 59%, y Recreación y esparcimiento 5% son una real alternativa que contribuyen al progreso y desarrollo sustentable de diferentes organizaciones y comunidades ecuatorianas.

Naranjal es unos destinos turísticos y está ubicado al sureste de la provincia del Guayas y a 91 km. de Guayaquil se encuentra su cabecera cantonal. Está asentada a 17 m.s.n.m., temperatura promedio de 25°C y precipitación promedio anual de 960

mm. El territorio es casi plano. Se distinguen las cordilleras de Churute y Masvale y los cerros Perequete y Mate.

Naranjal Se encuentra a una hora de la ciudad de Guayaquil y a dos horas de la ciudad de Cuenca, las modernas instalaciones de los balnearios de Jesús María, le dan la bienvenida al turista, con innumerables establecimientos que ofrecen diversión comidas típicas y hospedaje, todo este pequeño pueblo ofrece diversidad de piscinas y ambiente, de manera que el turista tiene a escoger servicios de calidad para cualquier presupuesto. Sus vías de acceso están asfaltadas en buenas condiciones, las siguientes cooperativas tienen este destino: Rutas Orenses, CIFA, PULLMAN y SAN, el viaje dura una hora y veinte minutos desde Guayaquil y dos horas de la Ciudad de Machala.

Su principal atractivo turístico es la Reserva Ecológica "Manglares de Churute" es uno de los Patrimonios Naturales de la Provincia del Guayas en donde aún se conserva un manglar lleno de fantasía e historias, leyendas de una montaña encantada, envuelta en los trinos de los pájaros y monos aulladores, Churute apunta al mundo como un destino turístico entre otros como son el Camino Real del Inca, las Aguas Termales de la Comunidad Shuar que poseen diferentes tipos de beneficios medicinales.

El Cerro de Hayas entre otros sitios de interés turístico está conformado por el bosque húmedo tropical y remanentes pre-montano, el cual se encuentran cascadas con una altura hasta los 20 metros, en la Hacienda Jambelí cuenta con animales pertenecientes a 40 especies nativas y endémicas de la costa ecuatoriana. Posee piscinas de tilapia, centro de crianza de cocodrilos, plantaciones bananeras, cacaoteras y camaroneras.

En estos últimos años en la ciudad de Naranjal se ha surgido la necesidad de crear una microempresa de operadora de Agroturismo que busque potenciar los beneficios del Turismo a las comunidades locales y rural, como al propio turista local, y a su vez prestara atención a los destinos turísticos para el desarrollo del Turismo sostenible del Cantón y ofrezca producto y servicios de calidad para el turista.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994)¹, “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

Efectivamente, desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Así, los romanos viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades.

En la época de la Ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de Grand Tour. Sin embargo, no ha sido hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas.

En los años cincuenta, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes factores, como por ejemplo, la aparición del avión de pasaje a reacción al término de la Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la

¹ OMT, (1994): Marketing Plans & Strategies of National Tourism Administrations, Madrid.

aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados.

El desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte fue otro factor determinante que amplió enormemente las posibilidades de llegar a nuevas y más lejanas regiones de acogida o destino turístico. Conjuntamente, otro factor que contribuyó al aumento del turismo internacional fue el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre los distintos mercados mundiales que trajo consigo el correspondiente incremento de los desplazamientos, no ya por motivos de ocio, sino por razones de negocios o estudios profesionales.

Todo ello favoreció el desarrollo de una oferta estandarizada, basada en paquetes turísticos que permiten gestionar la demanda de un elevado número de turistas conforme a sus intereses y necesidades. Igualmente, el turismo nacional se vio favorecido en su desarrollo por factores similares, como la creciente utilización del automóvil y demás medios de transporte, que mejoraron las posibilidades de movilidad personal y colectiva dentro del propio país.

Por otra parte, las continuas mejoras que se estaban produciendo en el nivel de vida de los ciudadanos de los países más desarrollados permitieron dedicar un mayor tiempo libre a nuevas formas de ocio, así como también invertir en las infraestructuras básicas de las ciudades con el objeto de mejorar los desplazamientos y el acceso a una mayor información.

En lo que se refiere al turismo internacional², cabe destacar que su evolución ha registrado un crecimiento casi ininterrumpido a lo largo del tiempo, aumentando en periodos de auge económico, moderando su crecimiento en periodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un periodo de crisis económica. Por consiguiente, la actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico, distinguiéndose distintas etapas en su evolución:

² Turismo y hotelería, 2013, Turismo y hotelería en Nicaragua, disponible en: <http://turihotel.blogspot.com/2013/01/magnitud-y-crecimiento-de-la-industria.html>

Desde los años cincuenta hasta la década de los ochenta, el número de viajes internacionales en el ámbito mundial duplicó cada diez años aproximadamente. Además, cabe referir que en este periodo de tiempo la demanda de todo tipo de bienes se caracterizó por un continuo crecimiento.

En la década de los años ochenta, el mercado del sector turístico alcanzó un mayor grado de madurez, caracterizándose por un crecimiento más lento de la demanda por un exceso de oferta. Así, el aumento medio de las llegadas de turistas internacionales a los destinos concretos creció a un ritmo más lento, en torno al 4,5% anual.

En el comienzo de la década de los años noventa el turismo internacional no ha mostrado una tendencia clara en su crecimiento, aunque se ha caracterizado por presentar un elevado grado de resistencia a las fluctuaciones económicas. No obstante, se registraron algunas disminuciones en las tasas de crecimiento del turismo internacional en los años 1991 y 1993, debido a la influencia de la fuerte recesión económica de los países industrializados a raíz de la Guerra del Golfo. En la actualidad, se siguen desarrollando nuevos productos y la actividad turística se está extendiendo a nuevas regiones donde comienza a consolidarse³.

Según el marco geográfico, el turismo se puede desarrollar en un espacio natural o urbano y según las características de la actividad desarrollada, nos podemos encontrar con diferentes tipos o modalidades de turismo:

1. Patrimonio histórico.
2. Turismo Cultural - Arquitectura Popular.
3. Folklore, fiestas.
4. Turismo Deportivo
5. Turismo Ecológico.
6. Turismo Rural, que se desarrolla en un medio rural donde existen huellas dejadas por el ser humano.
7. Agroturismo
8. Turismo residencial (o segunda residencia).

³ De la Plata Nicolás, 2006, El entorno jurídico de las nuevas tendencias deportivas: deporte de aventura, animación deportiva y ocio activo, Librería-Editorial Dykinson, 536 páginas (38 p.), Madrid- España

9. Turismo de sol y playa: es la modalidad más importante en España.
10. Turismo de Nieve: es una variante del turismo deportivo pero sustituye al turismo de sol y playa en invierno. Esta clase de turismo requiere infraestructuras muy importantes.
11. Turismo de Salud o Balneario: Se está potenciando de nuevo.
12. Turismo Religioso, Cultural o de Folklore.
13. Turismo de Negocio: congresos, convenciones, ferias.

El turismo se desarrolla en aquellos espacios que poseen atractivos, existiendo una serie de factores que propician el desarrollo de ese turismo. Estos factores pueden ser:

1. Naturales: clima, relieve, vegetación.
2. Humanos: culturales, económicos, políticos.
3. Técnicos: transportes, servicios, infraestructura, promoción turística (marketing).

Desde el punto de vista histórico los viajes, toda vez que contribuyeron al desarrollo de las ciencias geográficas, sirvieron paralelamente a la consolidación del crecimiento de los viajeros turísticos, como afirma Eros Salinas en su libro Geografía y Turismo. Aspectos territoriales del manejo y gestión del turismo la información sobre otros territorios y los hechos de interés para el viajero particular fue aportada mediante el conocimiento geográfico, éste a su vez se enriqueció con las experiencias emanadas de los viajes durante el transcurso de la historia dando paso a la creación de los tour operadores ya que se crearon hace muchos años atrás con el fin de facilitar y prestar sus servicios de manera completa ofreciendo millones de paquetes turísticos a todo tipo de clientes con los mejores servicios de calidad.

2.1.2 Antecedentes Referenciales.

Según la OMT⁴ (Organización mundial del turismo) La noción de calidad de un producto turístico incluye como factor básico una garantía de seguridad. Calidad significa también adoptar un enfoque profesional para hacer las cosas bien en todo momento y satisfacer las expectativas legítimas de los consumidores.

⁴ OMT, 1994. Marketing Plans & Strategies of National Tourism Administrations, Madrid.

Según la familia ISO 9000 está establecida por un conjunto de normas, utilizadas para el desarrollo de sistemas de aseguramiento de la calidad, especialmente implantadas en Europa. Las siglas ISO corresponden a la International Standardization Organization. Las normas ISO adoptadas por los países de la Comunidad Europea, han sido emitidas por el Comité Europeo de Normalización.

Las normas ISO 9000, pueden ser utilizadas por cualquier organización, independientemente del tamaño o sector en el que opere. Una observación importante es el hecho de que un producto o servicio que haya sido certificado según alguna de las normas ISO, no supone necesariamente que posea una calidad superior a la de otro similar, significa que los productos o servicios ofrecidos por esa empresa se encuentran controlados, reglados, y sujetos a modificaciones controladas.

Para Stanton, Etzel y Walker⁵, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"⁶.

Para Ricardo Romero⁷, autor del libro "Marketing", el producto es "todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad"

La American Marketing Association⁸ (A.M.A.), define el término producto, como "un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe

⁵ STANTON, Etzel y Walker, Fundamentos de Marketing, 13a edición, editorial McGraw Hill, Pág. 248.

⁶ THOMAS C., KINNEAR y JAMES R. TAYLOR, (1981): Investigación de Mercados, Mc. Graw Hill.

⁷ ROMERO R., Marketing, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 156.

⁸ American Marketing Association: MarketingPower.com, Sección: Diccionario Términos de Marketing. disponible en: <http://www.marketingpower.com>. Sección: Diccionario Términos de Marketing.

para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y de la organización".

Según el Diccionario de Marketing⁹, de Cultural S.A., el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactorios generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio".

Otro de los autores de gran interés fue el Dr. William Edwards Deming Estadístico estadounidense en 1993, publicó su libro, en el que introdujo su también famoso "sistema de gestión basado en los conocimientos profundos", asimismo autor de textos, consultor y difusor del concepto de calidad total. Es inevitable poder empezar a hablar de la calidad sin referirnos al padre de la misma y a sus seguidores. El Dr. Deming aprendió desde muy pequeño que las cosas que se hacen bien desde el principio acaban bien.

Como la Gestión de Calidad Total (abreviada TQM, del inglés Total Quality Management) es una estrategia de gestión orientada a crear conciencia de calidad en todos los procesos organizacionales.

La TQM ha sido ampliamente utilizada en manufactura, educación, gobierno e industrias de servicio. Se le denomina "total" porque en ella queda concernida la organización de la empresa globalmente considerada y las personas que trabajan en ella.

La Gestión de Calidad Total está compuesta por tres paradigmas¹⁰:

⁹ Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 277.

¹⁰ RDMMercadeo, 2012, Calidad Total, disponible en: <http://rdmercadeo.com/articulos/gestion/398-calidad-total.html>

1. Gestión: el sistema de gestión con pasos tales como planificar, organizar, controlar, liderar, etc.
2. Total: organización amplia.
3. Calidad: con sus definiciones usuales y todas sus complejidades.

La calidad se incluye la satisfacción del cliente y se aplica tanto al producto como a la organización. La Calidad Total pretende, teniendo como idea final la satisfacción del cliente, obtener beneficios para todos los miembros de la empresa. Por tanto, no sólo se pretende fabricar un producto con el objetivo de venderlo, sino que abarca otros aspectos tales como mejoras en las condiciones de trabajo y en la formación del personal.

La experiencia ha demostrado que tras implantar un sistema de calidad se consiguen resultados tales como:

1. Aumento en la satisfacción del cliente.
2. Trabajo interno de la empresa más eficaz.
3. Incremento de la productividad
4. Mayores beneficios.
5. Menores costos.
6. Mayor calidad en los productos elaborados.

Según el autor Philip Bayard Crosby¹¹ quien comenzó su trabajo como profesional de la calidad en 1952 en una escuela médica, autor del libro de negocios, "*Quality is Free*" o "La Calidad no Cuesta" era uno de los pensadores más destacados de los estados unidos, considera que la principal "barrera a la calidad" reside en llegar a cambiar las actitudes de algunos operarios incrédulos y en alterar la cultura de la propia organización basada en el miedo, para orientarla hacia la prevención del error y lograr "hacer las cosas bien. Se debe Planificar, controlar y mejorar la calidad.

¹¹ Sanchez Cinthia, 2012, Filosofía de Philip Crosby, disponible en: <http://www.slideshare.net/Edurne/filosofa-de-philip-crosby>

Para el Dr. Joseph Juran fue el precursor de la calidad en Japón también escribió el primer libro de referencia en gestión de calidad: Manual de Control de la Calidad en 1951. Para ello sugiere determinar quiénes son los clientes, cuáles son sus necesidades, desarrollar seguidamente los productos o servicios que las satisfagan, evaluar el logro alcanzado, actuar para reducir la diferencia, si ésta se produce, e introducir mejoras hasta donde seamos capaces. Además Thomas Cook, nacido en Melbourne, Derbyshire, Inglaterra, el 22 de noviembre de 1808; fue un empresario y pastor protestante británico. Fundador de la primera agencia de viajes, la "Thomas Cook and Sons", es considerado el inventor del turismo moderno.

El éxito de esta primera iniciativa fue tal que Cook comenzó a organizar paquetes turísticos cada vez más completos, dando inicio a la industria turística moderna. En 1845 organizó viajes a Liverpool; más tarde organiza viajes en ocasión de importantes manifestaciones como la Exposición Universal de París o de visita a los lugares donde se desarrolló la Guerra Civil Americana.

Según el ingeniero norteamericano Frederick Taylor que ideó la organización científica del trabajo, dice que su formación y su capacidad personal permitieron a Taylor pasar enseguida a dirigir un taller de maquinaria, donde observó minuciosamente el trabajo de los obreros que se encargaban de cortar los metales. Y fue de esa observación práctica de donde Frederick Taylor extrajo la idea de analizar el trabajo, descomponiéndolo en tareas simples, cronometrarlas estrictamente y exigir a los trabajadores la realización de las tareas necesarias en el tiempo justo. El padre de la administración Taylor quien sentó las bases de la administración científica. Su modelo inspiró el estilo japonés de administración.

“Su principal contribución fue demostrar que la administración científica no es un grupo de técnicas de eficiencia o incentivos, sino una filosofía en virtud de la cual la gerencia reconoce que su objetivo es buscar científicamente los mejores métodos de trabajo, a través del entrenamiento y de los tiempos y movimientos”¹².

¹² El prisma, 2010, Administración Científica y Frederick Winslow Taylor, disponible en: http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/tyac/1.asp

Otro candidato, que algunos también consideran como el padre de la administración moderna, es Henri Fayol, reconocido como el fundador de la escuela "clásica" de administración, y quien sistematizó y ordeno los principios claves de la administración. El primero es algo así como el "pionero" o inventor, y el segundo es el gestor de lo que vendría a desarrollarse y convertirse en la administración moderna. El mérito de ambos es "sistematizar" principios e ideas que ya existían o se utilizaban de manera rudimentaria.

Este análisis del trabajo permitía, además, organizar las tareas de tal manera que se redujeran al mínimo los tiempos muertos por desplazamientos del trabajador o por cambios de actividad o de herramientas; y establecer un salario a destajo (por pieza producida) en función del tiempo de producción estimado, salario que debía actuar como incentivo para la intensificación del ritmo de trabajo. La tradición quedaba así sustituida por la planificación en los talleres, pasando el control del trabajo de manos de los obreros a los directivos de la empresa y poniendo fin al forcejeo entre trabajadores y empresarios en cuanto a los estándares de productividad¹³.

2.1.3 Fundamentación

En el manejo de una microempresa deben considerar la mejora de la calidad de vida de todos los agentes involucrados en la experiencia turística, respondiendo a sus expectativas y necesidades, buscando la satisfacción de los consumidores del producto turístico y el bienestar de las poblaciones receptoras¹⁴.

En este ámbito se persigue, asimismo, la potenciación de la formación y cualificación de los recursos humanos del sector, como medio para asegurar la satisfacción del consumidor y de los propios trabajadores, ya que gran parte de la calidad de los servicios turísticos depende del factor humano.

Por otro lado, la protección del consumidor es de suma importancia, dado que al enfrentarse a un entorno desconocido, el consumidor tiene más dificultades para defender sus derechos.

¹³ Biografías y vidas, 2013, Frederick Winslow Taylor, disponible en: http://www.biografiasyvidas.com/biografia/t/taylor_frederick.htm

¹⁴ MANCHÓN, Francisco: Economía y Turismo, Editorial: TRILLAS ISBN.

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 establecido¹⁵.

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. 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;

¹⁵ MINISTERIO DE TURISMO. Ley de turismo, <http://www.Ministerio de Turismo.org.ec>.

- 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.

EL AGROTURISMO

Etimológicamente, la palabra agroturismo se deriva de los dos vocablos agro = campo, turismo = desplazamiento de personas.

AGROTURISMO

Desplazamiento de personas hacia el campo. El agroturismo es una modalidad de turismo rural orientado a un carácter familiar que combina las actividades agropecuarias ancestrales con la hospitalidad temporal de los visitantes que desean pasar sus vacaciones en el medio rural agregando a las actividades tradicionales, recreativas, el conocimiento del que hacer agropecuario desconocido por los habitantes urbanos. Según Alan Randolph¹⁶, 1993, “La principal característica del servicio que se brinda en este tipo de empresas es el trato familiar, atención

¹⁶ RANDOLPH Alan, 1993. Gerencia de Proyectos, editorial Mc Graw Hill, Bogotá – Colombia

personalizada, ambiente hogareño, implantación del establecimiento en fincas o haciendas”.

Esta modalidad pertenece al ecoturismo con un desenvolvimiento dentro de ecosistemas culturales al ser la naturaleza manipulada por la mano del hombre, lo que es un requisito indispensable para incluirse en el ecoturismo.

Los consumidores de este servicio están motivados por conocer las técnicas productivas, participar de todo lo que implica la vida en el campo, apreciar cómo se muestra la historia, cultura y costumbres de la zona.

La consecuencia positiva más representativa del agroturismo es que contribuye a armonizar los intereses agrarios y la protección del medio ambiente. El turismo en áreas rurales se define como cualquier actividad turística implantada en el medio rural, considerándose medio rural a las áreas naturales, litorales.

La comisión de comunidades europeas considera que el turismo en áreas rurales (TARS) abarca toda actividad turística endógena soportada por el entorno humano y ambiental. Define el agroturismo como un segmento del turismo en áreas rurales, asociado a la presentación de alojamiento y/o restauración en granjas (caseños, cortijos, etc.) preferentemente activas, en las que puede hacerse participe al turista en las diferentes actividades agropecuarias (Ministerio de Turismo¹⁷, 2000).

Se orienta principalmente hacia la oferta de productos naturales de origen local así como de una restauración basada en dichos productos, siguiendo la gastronomía local.

IMPORTANCIA DEL AGROTURISMO EN EL ECUADOR

En la última década el agroturismo se ha venido desarrollando mundialmente; por las condiciones geográficas, topográficas, y socio-económicas que posee el Ecuador podría constituirse en uno de los países latinoamericanos más apetecibles para el turismo, si se lo explota en esta modalidad así como lo sería el ecoturismo y lo

¹⁷MINISTERIO DE TURISMO: Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador plandetur 2020

referente al entorno natural que es el producto de mayor protección para este milenio según la Organización Mundial de Turismo (O.M.T.).

El sector agropecuario Ecuatoriano constituye al PIB en un porcentaje del 16.5% en forma directa, porcentaje que es mayor que el del sector manufacturero, de servicios gubernamentales y el petróleo, mientras que el turismo aporta con el 8% al PIB. Si se unifican las ramas turismo y agro, la importancia de este sector en la economía Ecuatoriana sería aún más significativa, ya que es generalizado el conocimiento de que la agricultura y el turismo al ser adecuadamente explotados se constituirán en las fuentes de recursos para el Ecuador en el futuro¹⁸.

El desarrollo del agro-turismo en el Ecuador, contribuirá a reducir drásticamente el desempleo y la pobreza de los habitantes del sector rural que son quienes conocen las artes del campo y a quienes se podría capacitar en la prestación de servicios hoteleros, lo que generaría riqueza e impulsaría a nuestro país a salir de la crisis en la que se encuentra estancado en la actualidad.

Esta actividad, ha tenido un importante crecimiento durante los últimos años, se presenta como una alternativa para generar empleo e ingresos en las zonas rurales. Es una actividad que valora como recurso el esfuerzo del desarrollo rural, ayuda a profundizar los lazos entre este estilo de vida y el urbano; preserva las actividades agrícolas más tradicionales; incentiva la conservación del medio ambiente; y tiene significativos efectos multiplicadores en las economías locales por demandar servicios complementarios (transporte, comercio, artesanías, alimentos sanos, etc.).

2.2 MARCO LEGAL

Establece los requisitos y procedimientos para autorizar la prestación del servicio de Agencia de Viajes y Turismo, define el concepto de agencias de viajes y turismo, establece las condiciones que deberán cumplir para la prestación del servicio. Establece la Clasificación como: Operador de Turismo, y precisa la obligatoriedad de

¹⁸ Ministerio de Turismo, 2.000. Estadísticas de Turismo Receptivo Internacional en el Ecuador

presentar una Declaración Jurada que dé cuenta del cumplimiento de requisitos mínimos¹⁹.

**REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA LA OBTENCION DEL REGISTRO
TURISTICO AGENCIAS DE VIAJES
PERSONA JURIDICA:**

1. Fotocopia certificada de las Escrituras de Constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de los Estatutos si los hubiere.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
3. El Representante Legal o Gerente debe presentar título académico a nivel superior, o certificados de trabajo notariados que garanticen su experiencia de 6 años mínimos a nivel ejecutivo en actividades turísticas. Estos requisitos no serán exigibles para aquellas ciudades de reducida población o con un número inferior a 50.000 habitantes.
4. De no existir la persona en la empresa que cumpla con las características para ser nombrado Representante Legal ante el Ministerio de Turismo, podrá contratarse a alguien que si cumpla con estas características.
5. Fotocopia de la Cédula de Identidad o ciudadanía del Representante Legal.
6. Fotocopia del Comprobante de Votación del Representante Legal- (COPIA DE PASAPORTE PARA EL CASO DE EXTRANJEROS).
7. Currículum Vitae, de los ejecutivos y nómina del personal administrativo.
8. Fotocopia del Registro Único de Contribuyente (RUC) de la compañía.
9. Copia del Título de propiedad o/ Contrato de arrendamiento del Establecimiento a Nombre del Propietario. (REGISTRADO EN EL JUZGADO DE INQUILINATO O/ NOTARIADO), a nombre de la Compañía.
10. DECLARACION JURADA DE ACTIVOS FIJOS: El activo real de la compañía (Maquinarias, muebles, equipos de oficina, etc) se justificará mediante declaración efectuada por el Representante Legal de la Compañía.

Para las Agencias de Viaje, el capital mínimo reflejado en la Declaración Jurada debe ser:

¹⁹ MINISTERIO DE TURISMO. Ley de turismo, <http://www.Ministerio de Turismo.org.ec>.

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

11. Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrado el nombre comercial. (Las oficinas del IEPI se encuentran ubicados en la Av. Fco. de Orellana. Edif. Gobierno Zonal de Guayaquil, piso 5).

12. Presentar Listas y los Paquetes de Destinos que oferta la Agencia de Viajes.

13. Fotocopia del Contrato Compra-Venta del negocio, tratándose de cambio de propietario, con la autorización de la razón social.

14. Toda la Documentación debe ser presentada en una Carpeta con vincha.

NOTA: La documentación debe estar completa a nombre del propietario del establecimiento, caso contrario no se dará trámite. Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar un área mínima de 30 mts² (Treinta metros cuadrados) independiente de otra actividad comercial.

REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC.

Es el Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Se debe llevar a cualquier oficina de la Administración Tributaria los siguientes documentos:

PERSONAS NATURALES.

1. Copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente
2. Copia de la última papeleta de votación
3. Copia de un documento que certifique la dirección. (Factura de Agua, luz o teléfono).
4. En el caso de profesionales adjuntar el título de instrucción superior.

5. En el caso de artesanos adjuntar una copia de la Calificación Artesanal.
6. En el caso de ser extranjero deberá presentar: copia y original de la cédula de ciudadanía o del pasaporte y copia del censo.

NOTA.- No están obligados a obtener el RUC las personas naturales que trabajan en relación de dependencia ni quienes estén solamente jubilados, solo estudien o solo realicen quehaceres domésticos.

PERSONAS JURÍDICAS

1. Llenar el formulario respectivo 01A, 01B.
2. Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
3. Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
4. Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
5. En caso de ser extranjero se deberá presentar: copia y original de la cédula de ciudadanía o pasaporte y censo.
6. Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

TIPOS DE MICROEMPRESA TURÍSTICA Y SUS BENEFICIOS

SUSTENTO LEGAL DE UNA MICROEMPRESA ASOCIATIVA

Según el acuerdo ministerial Numero 000014 emitido por el Ministerio de Trabajo y Empleo con el que se reglamenta la aprobación de micro empresas asociativa.

Acuerda que. La microempresa asociativa puede asociarse con un ilimitado número de socios, siempre que laboren en la misma actividad o sector productivo, pudiendo esta contratar hasta diez colaboradores independientes, y con un capital que no exceda los US\$ \$20.000, sin tomar en cuenta los bienes inmuebles y vehículos.

REQUISITOS

1. Solicitud de aprobación dirigida al Ministro de Trabajo y Empleo.
2. Acta constitutiva de la entidad, en original y una copia certificada por el secretario, la misma que contendrá los nombres y apellidos completos de los fundadores, el nombramiento del directorio provisional, y las firmas autógrafos de los concurrentes y número de cedula de identificación.
3. Dos ejemplares de los estatutos debidamente certificado por el secretario.
4. Dos ejemplares de la lista de los socios fundadores, en la que conste: si son personas naturales, sus nombres y apellidos, el domicilio. Cedula de identificación el valor de aporte económico y la firma; si son personas jurídicas, la razón social, el registro único del contribuyente, nombramiento del representante legal y copia de los documentos de identificación.
5. Certificado de apertura de la cuenta de integración de capitales de los socios, en una cooperativa, Banco y/ o de la declaración de los bienes debidamente valorados que los socios aportan.

REQUISITOS COMPLEMENTARIOS

Es importante establecer que los negocios turísticos a más de cumplir con los registros obligatorios deben establecer los registros complementarios de acuerdo a su actividad para los cuales están obligados a cumplir sin excepción.

Patente Municipal.

Requisitos:

1. Formulario de inscripción de patente es la compra (se la compra en ventanilla de especies valoradas en los municipios)
2. RUC. Original y copia.
3. Cedula de identidad y copia.
4. Copia de papeles de votación última elecciones,
5. Copia de la carta del impuesto predial del local donde funcionara el negocio la carta puede ser de cualquier año.

Permiso sanitario.

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud).

Requisitos:

1. Certificado de uso de suelo.
2. Categorización para locales nuevos otorgado por el área de control sanitario.
3. Comprobante de pago de patente del año.
4. Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior original.
5. Certificado (s) de salud.
6. Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
7. Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

Permiso de cuerpo de bomberos.

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que presta el Cuerpo de Bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas mediante el cual esa institución recomienda la instalación de equipos contra incendio o las seguridades que debe tenerse para evitar los mismos.

Requisitos para obtener este servicio son:

1. Comprar un formulario, llenarlo y entregarlo malos bomberos.
2. Conducir a los inspectores al local comercial para la verificación.

EXIGENCIA ACADÉMICA O EXPERIENCIA:

El representante legal de la agencia deberá poseer título académico a nivel superior y acreditar idoneidad técnica y operativa en manejo de agencia de viajes, o demostrar la experiencia continua de por lo menos 6 años a nivel ejecutivo en agencia de viajes.

Cuando el representante legal no posee cualesquiera de las exigencias constante en los literales a) o b) del numeral 4, deberá la agencia contratar a una persona de

carácter permanente que cubra el requisito de capacitación y experiencia profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, la misma que demostrará que posee mínimo seis años de experiencia a nivel ejecutivo, o poseer título académico en administración de empresas turísticas o sus equivalentes. Estos requisitos no se exigirán para aquellas agencias que se vayan a establecer en ciudades que su población sea inferior a 50.000 habitantes.

TRÁMITE

Receptado el expediente en la Gerencia Regional Austro, se remitirá a Asesoría Jurídica para la revisión de la misma y emitirá su informe legal remitiéndose toda la documentación al Gerente Regional Austro para que emitiera su opinión sobre la exigencia académicas o experiencias tanto del representante legal o de la persona contratada, según el caso.

De cumplirse con todas las exigencias se informará al interesado mediante comunicación suscrita por el gerente Regional Austro, a fin que proceda a entregar el contrato debidamente inscrito de arrendamiento del local en donde funcionará la agencia, y la afiliación a una cámara de turismo.

De no cumplir con uno varios de los requisitos, se le comunicarán al interesado motivando las razones del incumplimiento, a fin de que en el plazo de treinta días proceda a efectuar las observaciones que deba subsanar. Si vencido este plazo se ordenará el archivo en caso de no haberse dado cumplimiento. Debiéndose reanudar el trámite con una nueva solicitud del interesado.

Cumplidos los requisitos legal y vista la opinión de la autoridad, pasará a conocimiento del Departamento de Supervisión y Control, para que se efectúe la inspección del local y verificación de los datos consignados en lo referente a los activos reales de la empresa, diligencia que deberá constar en una acta suscrita conjuntamente con el representante legal de agencia y el funcionario designado siendo de exclusiva responsabilidad de los suscriptores.

Luego de lo cual entregará la orden de pago para que el interesado pague en la Tesorería de la Institución, y se elaborará en este departamento el certificado de registro y licencia anual de funcionamiento, todos los documentos exigidos serán originales o copias notariadas. En caso de que la agencia tenga la categoría internacional se solicitará que adjunte documentadamente ser depositaria y expendedora de títulos de transporte aéreo nacional y/o internacional.

El registro y licencia anual de funcionamiento se concederá conjuntamente en la primera vez.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Actividad turística: La actividad turística es el elemento fundamental del turismo es el poner en contacto directo al individuo con su medio natural. La finalidad de la actividad turística es proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para su cumplimiento.

Administración: La administración se define como un proceso de diseñar y mantener un ambiente en que las personas trabajado en grupos alcanzan con eficiencia metas seleccionadas.

Áreas protegidas: Las áreas protegidas son áreas determinadas por un estado sujeto a un marco legal e institucional definido para garantizar la conservación de sus particularidades y riquezas medioambientales y culturales

Agroturismo: Se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, que proporciona el contacto directo con las actividades agrarias tradicionales, con el aprovechamiento de un ambiente rural y las manifestaciones culturales y sociales productivas. Se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que la población rural se beneficie con la participación de su actividad económica mediante la agricultura y el turismo.

Atractivo turístico: Un atractivo es un bien tangible, o intangible que provoca una motivación de visita por parte de la demanda (visitantes). Una microempresa

tendrá mayor oportunidad de éxito en el sector turístico cuanto más original y auténtico sea el atractivo que desea poner en valor.

Calidad: La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o Servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Calidad.- Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo.

Cliente: Es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador, y quien consume el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.

Competitividad: Es la capacidad que posee un negocio o grupo de negocios de crear afianzar e incrementar en el tiempo las ventajas comparativas o naturales que le otorgan una posición favorable en el mercado. Las fuentes más frecuentes de competitividad encontramos en liderado en costos, la especialización flexible y la diferenciación en términos de calidad, tecnología e imagen de marca.

Control: El control implica medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten los planes muestra donde existen desviaciones de los estándares y ayuda en corregir.

Desarrollo: 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.

Dirección: La dirección consiste en influir sobre las personas para que contribuyan a la obtención de las metas de la organización y de grupo se refiere predominantemente a los aspectos interpersonales de la administración.

Economía: Que se traduce por casa en el sentido de patrimonio es la ciencia social que estudia las relaciones sociales que tienen que ver con los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de satisfacción de necesidades humanas y resultado individual y colectivo de la sociedad.

Ecoturismo: El Turismo ecológico o ecoturismo es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros.

Globalización: La globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

Guía: Persona que tiene por misión informar, dirigir y orientar al turista durante su estancia en el país, así como también es la persona responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Hipótesis: Una hipótesis es una proposición aceptable (o conjunto de proposiciones) que ha sido formulada a través de la recolección de información y datos, aunque no está confirmada más allá de toda duda, pero que sirve para responder de forma tentativa a un problema con base científica.

Infraestructura: La infraestructura es la base material de la sociedad que determina la estructura social y el desarrollo y cambio social. Incluye las fuerzas productivas y las relaciones de producción. De ella depende la superestructura, es decir, el conjunto de elementos de la vida social dependientes de la infraestructura; dentro de este conjunto de elementos se incluyen la religión, la moral, la ciencia, la filosofía, el arte, el derecho y las instituciones políticas y jurídicas.

Inventario Turístico: El inventario turístico consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación que permite conocer los atractivos de la región. Esta información se encuentra almacenada en "fichas" que agrupan información de ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, etc.

Medio Ambiente: Se entiende por medio ambiente al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su vida.

Micro empresa: Las microempresa es un proyecto de inversión de capital y trabajo libremente creado por su(s) propietario(s) con el propósito de producir bienes y servicio para satisfacer las necesidades de los clientes y al mismo tiempo, obtener ganancias.

Organización: La organización es aquella parte de la administración que implica establecer una estructura intencional de los papeles que deben desempeñar las personas en una organización es intencional en el sentido que asegura que se asignen todas las tareas necesarias para cumplir las metas y al menos en teoría de que se encargue a las personas lo que puedan realizar mejor.

Operadora: Normalmente se considera Operador Turístico a la empresa que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados por él, e integrados por más de uno de los siguientes ítems: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.

Paquete Turístico: Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios que se adquiere en agencias de viajes. Suele incluir alojamiento, traslados, excursiones, alimentación.

Patrimonio Cultural: El patrimonio cultural está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad" o identidad de un pueblo "tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes

inmateriales y materiales, muebles e inmuebles que deben ser considerados de interés relevante para la permanencia de la identidad y la cultura de un pueblo.

Planificación: Es la selección de misiones que se refiere a las acciones llevadas a cabo para realizar planes y proyectos de diferente índole. En este proceso se pueden cambiar muchas cosas con el tiempo ya que una planificación tiene que ser exacta en lo que se quiere lograr; para que quede como se desea.

Productividad: Se definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos, En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de producto utilizado con la cantidad de producción obtenida.

Promoción: Es toda actividad de comunicación y oferta para incrementar el conocimiento y el consumo de los Productos y Servicios ofrecidos por el Ecuador para el Turismo sea para el mercado interno como para el internacional.

Rentabilidad: En la economía, el concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado que referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

Turismo: según la organización mundial del turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Turismo de Masas: Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo es el más convencional, pasivo y estacional.

Turismo Local: Es la actividad cultural y recreativa que se brinda a nuestros asociados y familiares a través de paseos y visitas guiadas, a centros histórico-culturales y recreativos dentro de la localidad.

Turismo Moderno: El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

Turismo Rural: Entendemos por turismo rural a las actividades que realizan los visitantes en zonas rurales donde toman contacto activo con la población local en un marco de respeto por el entorno y la cultura local. Las modalidades que presenta el turismo rural son numerosas. Agroturismo, turismo ecológico, deportivo, religioso, de negocios, científico y otras muchas más.

Turístico: El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La creación de una Operadora de Agroturismo contribuirá al progreso socioeconómico cultural y natural en la Ciudad Naranjal.

2.4.2 Hipótesis Particulares

1. El financiamiento se obtiene involucrando a empresas públicas y privadas del cantón.
2. Un inventario turístico aportará al crecimiento turístico del cantón.
3. Un talento humano competente contribuirá a ofrecer productos y servicios de calidad turística.
4. Un plan de marketing logrará mantener a la empresa con un estudio de mercado.
5. Una buena administración se logrará mediante la rentabilidad del negocio.
6. La operadora impactará al avance del turismo social del cantón.

2.4.3 Declaración de Variables:

Cuadro 1. Declaración de variables

Hipótesis	Variables	
General: La creación de una operadora de agroturismo contribuirá al progreso socioeconómico, cultural y natural en la ciudad Naranjal	VI	Operadora de Agroturismo
	VD	Progreso socioeconómico
Particular No.1 El financiamiento se obtiene involucrando a empresas públicas y privadas del Cantón	VI	Empresas públicas y privadas
	VD	Financiamiento
Particular No.2 Un inventario turístico aportará al crecimiento turístico del cantón	VI	Inventario turístico
	VD	Crecimiento turístico
Particular No.3 Un talento humano competente contribuirá a ofrecer productos y servicios de calidad turística.	VI	Talento humano
	VD	Productos y servicios
Particular No.4 Un plan de marketing lograra mantener a la empresa en el mercado.	VI	Plan de marketing
	VD	Empresa
Particular No.5 Una buena administración se lograra mediante la rentabilidad del negocio	VI	Administración
	VD	Rentabilidad del negocio
Particular No.6 La operadora impactará al avance del turismo social del cantón	VI	Operadora
	VD	Avance del turismo social del cantón

Fuente: Cantón Naranjal
Carmen Saraguro y Jessica Pinos

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 2. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICION	INDICADOR	INSTRUMENTOS
VI: Operadora de Agroturismo	Modalidad Turística en áreas agropecuarias que proporcionan el contacto directo con lo tradicional	Observación	Encuesta
VD: Progreso socioeconómico	Mayor demanda de ventas, generación de empleo, producción		Encuesta
VI: Talento humano	El personal de recursos Humano es el que contribuirá a ofrecer el producto y servicio de calidad		Encuesta
VD: productos y servicios	viene dado por grupos de personas dispuestas a convertir dicho producto en una necesidad		Encuesta
VI: Empresas públicas y privadas	La Empresa Pública es posesión del Estado, sea este nacional, municipal o de cualquier otro estrato administrativo, ya sea de un modo total o parcial, en cambio una empresa privada es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales.		Encuesta
VD: Financiamiento	El financiamiento se obtiene incluyendo a empresas públicas y privadas del Cantón		Encuesta
VI: Operadora	La operadora de turismo deberá adaptarse a las necesidades e inquietudes que le plantee el turista.		Encuesta
VD: Avance del turismo social del cantón	Mediante la operadora se lograra al avance del turismo social del Cantón		Encuesta

Fuente: Cantón Naranjal
Carmen Saraguro y Jessica Pinos

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación será de tipo Explicativa porque busca el porqué de los hechos señalados y establecer cuál es la causa o factor de riesgo asociado a ese fenómeno. Estableciendo el diseño no experimental ya que nos permite realizar sin manipular deliberadamente las variables. Observando los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlo.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

El cantón Naranjal cuenta con 60.000 habitantes. Considerándola como una zona agrícola. Se cultiva cacao, tabaco, caña de azúcar, arroz, café, banano y gran variedad de frutas.

Es importante la existencia de maderas industriales. En las extensas zonas de pastizales se cría ganado vacuno y caballar.

La crianza de chanchos y de aves de corral, es un renglón económico muy importante del cantón. En las montañas de Naranjal hay monos, tucanes, loros, guatusas y otros animales. Según estas características esta investigación se enfocara a la población del sector público, privado y sociedad en general que sientan la necesidad de viajar y conocer las riquezas potenciales del Cantón.

3.2.2 Delimitación de la población

El segmento de la población con la que se enfoca nuestra investigación será con las empresas públicas y privadas especificando desde los adolescentes jóvenes hasta los jóvenes maduros que corresponde entre 15 hasta los 80 años de edad.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que se eligió en esta investigación es la probabilística permite notar la integración de la población y a su vez una probabilidad determinada y conocida de conformar la muestra, y esa probabilidad puede ser calculada con precisión estadística y utilizamos el tipo de muestra aleatoria simple que garantiza la equiprobabilidad de elección de cualquier elemento y la independencia de selección de cualquier otro.

3.2 Tamaño de la muestra

$PQ * N$

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) (E^2/K^2) + PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

E = Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio (se calcula en porcentajes y luego se divide para 100, lo que significa en proporciones, esto se hace porque el área de la curva normal es 1. Ej. 5%/100 será 0.05).

PQ= Varianza media de la población (0.25)

K = Coeficiente de correlación del error (2)

$$(0.25) (60000)$$

$$n = \frac{(0.25) (60000)}{(60000-1)(0.0025/4) + (0.25)}$$

$$15000$$

$$n = \frac{15000}{37.749375}$$

n = 397 clientes encuestados

3.2.5 Proceso de selección

Nuestra población fue delimitada se la realizo por edades, entre personas de 15 hasta 80 años y fue aplicada en instituciones públicas y privadas ya que estos serán clientes potenciales debido a sus ingresos económicos.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

En el desarrollo del diseño del proyecto se aplico el método empírico por cuanto ha permitido fundamentar n la percepción búsqueda directa del objeto de investigación y del problema. Así como también se empleo el método sintético que permitió la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, en el que se realiza el planteamiento de la hipótesis general y particulares de tal manera que el investigador sintetiza las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que someterá a prueba.

Otros de los métodos utilizados en esta investigación es el descriptivo que consiste en llegar a conocer las situaciones, producidas en problema a través de la descripción exacta de las actividades realizadas por los investigadores. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

3.3.2 Métodos empíricos

El método o que se utiliza para este tipo de investigación corresponde:

Método Inductivo: se lo está utilizando cuando tomamos análisis ya establecidos de investigaciones para posteriormente ampliarlas en el proyecto cuyos resultados son

tomados para extraer conclusiones de carácter general también el Método hipotético deductivo. Un investigador propone una hipótesis como consecuencia de sus inferencias del conjunto de datos empíricos o de principios y leyes más generales. En el primer caso arriba a la hipótesis mediante procedimientos inductivos y en segundo caso mediante procedimientos deductivos. Es la vía primera de inferencias lógico deductivo para arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis y que después se puedan comprobar experimentalmente.

Método Deductivo: necesitaremos su aplicación para elaborar el marco teórico que nos permitirá ver cómo se desarrolla la problematización y la importancia de nuestro proyecto como solución al problema de la carencia de productos y servicios de calidad turística en el Cantón Naranjal.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas que se utiliza será el de la encuesta y entrevista que permitan obtener información de estudio proporcionada por los sujetos. Encuesta: será aplicada a los estudiantes de escuela, colegios, universidad y sociedad en general la entrevista: a expertos en las diferentes áreas que cubre nuestro proyecto (Licenciado en Turismo, máster en diseñar proyectos)

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Para obtener los análisis de los resultados utilizaremos el diagrama de columnas. Para el procesamiento y análisis de la tabulación de los correspondientes datos obtenidos en el estudio de campo, se utilizara el diagrama de columnas en cada una de las preguntas de encuestas hechas y también se realizara la interpretación de las mismas, cada uno de estos cuadros estadísticos estarán con enumeración y fuente y tendrá su propio índice de datos. Para de esta manera presentar organizada y específica la información expuestas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual

El Turismo sostenible constituye hoy en día una de las estrategias fundamentales de desarrollo económico del país por sus enormes potencialidades naturales y culturales para el desarrollo turístico, es un sector (y de desempeño positivo) desde el punto de vista económico, ya que es una actividad de mucha jerarquía por su incidencia en el desarrollo nacional, especialmente sobre la redistribución de la renta, sobre la balanza de pagos, sobre el nivel de empleo, sobre el producto bruto interno y sobre las economías regionales.

El Ministerio de Turismo indica que los ingresos al sector aumenten cerca del 10% anual hasta el 2014, esto sería el equivalente a un incremento de aproximadamente \$100 millones por año. El subsecretario de Turismo, Esteban de la Cuadra, indicó que este año el país ha recibido a más de 950.000 turistas, generando un gran porcentaje de ingresos dentro de la economía. En el 2010 - 2014 contempla posicionar al Ecuador como destino turístico sostenible líder a nivel internacional.

Vicente Paredes anunció que han llegado a Ecuador 150.000 turistas más que años anteriores. Además, sostuvo que el destino más visitado fue la provincia del Guayas, donde los extranjeros admiraron su belleza y fueron a los lugares más representativos. Los cuales 228 mil turistas visitaron la provincia y el turista gasta aproximadamente \$804 para un total de \$186.6 millones en divisas de turismo. El impacto total del turismo en la economía es de \$381 millones.

4.2 Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas.

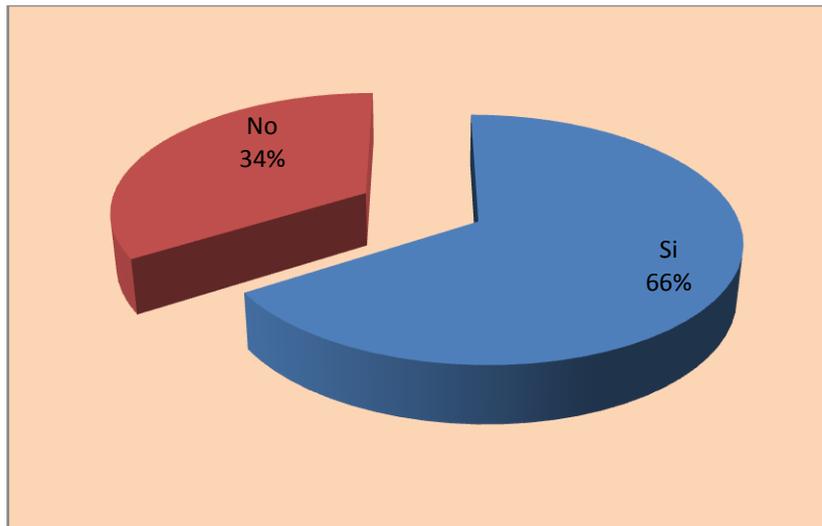
1.- ¿Conoce usted sobre una Operadora de Agroturismo?

Cuadro 3. Operadora de Agroturismo

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	262	66%
NO	135	34%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 1. Operadora de Agroturismo



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Los datos obtenidos de la encuesta que se realizó a 397 personas que habitan en el cantón Naranjal de los cuales el 66% de los encuestados contestaron que si conocen sobre una Operadora de Agroturismo; el 34% mencionaron que no conocen. Con los resultados obtenidos queda evidenciado que la población del Cantón Naranjal tienen conocimiento sobre una Operadora de Agroturismo.

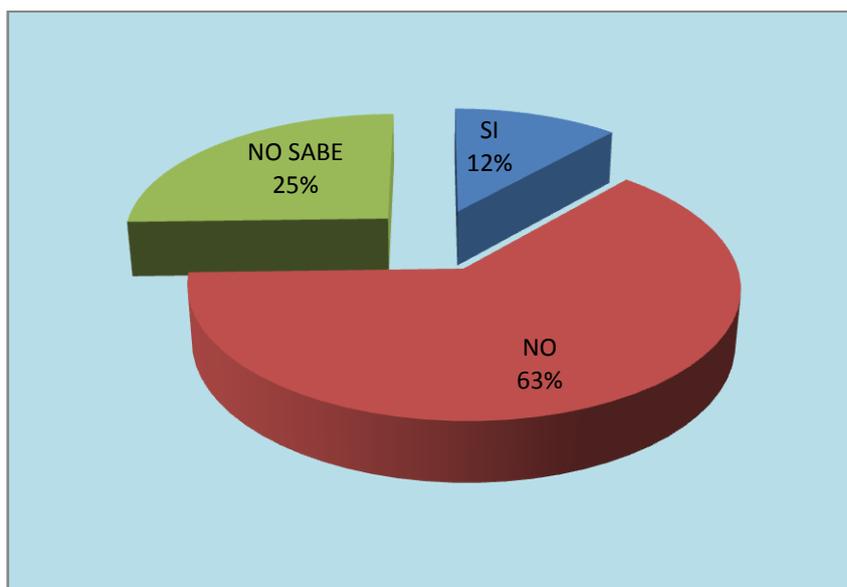
2,-¿Cree usted que existe una Operadora de Agroturismo en el Cantón?

Cuadro 4. Operadora de Agroturismo

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	46	12%
NO	250	63%
NO SABE	101	25%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 2. Existe una Operadora de Agroturismo en el Cantón



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

En este siguiente gráfico se puede comprobar que en la encuesta realizada nos indican que el 63% de la población del Cantón Naranjal señalan la no existencia de una Operadora de Agroturismo; el 25% opinan que desconocen de la existencia de una Operadora de agroturismo y el 12% indican que si existe. Con los resultados obtenidos se puede dar convencimiento que la mayoría de personas piensan que no existe dentro de la Ciudad este tipo de microempresa.

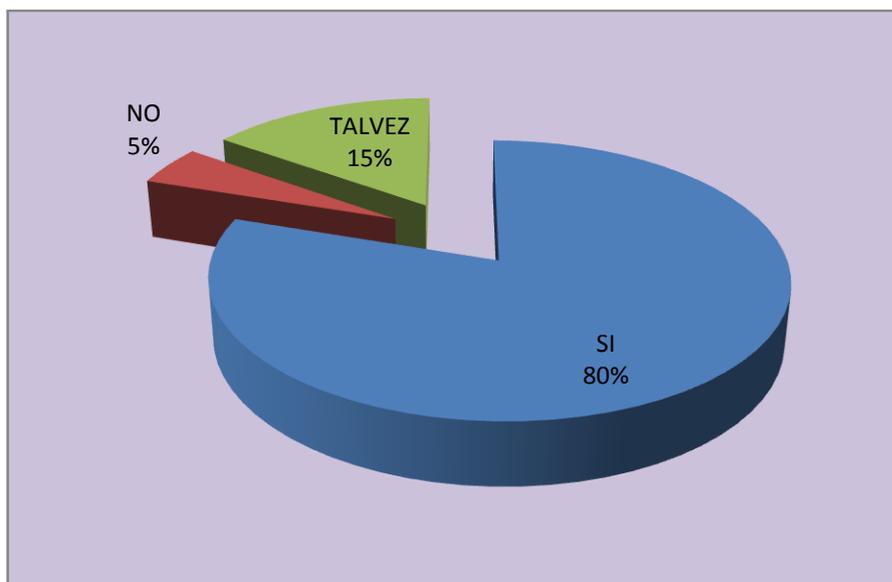
3. ¿Considera usted importante la creación de la Operadora de Agroturismo?

Cuadro 5. Creación de la Operadora de Agroturismo

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	318	80%
NO	20	5%
TAL vez	59	15%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 3. Es importante la creación de la Operadora de Agroturismo



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

En relación del resultado obtenido en base a esta pregunta nos señalan que el 80% de personas de la Ciudad de Naranjal están de acuerdo con la creación de una Operadora de Agroturismo; el 5% no lo están y 15% no lo saben. Estos resultados se demuestran la aprobación de la creación de la microempresa.

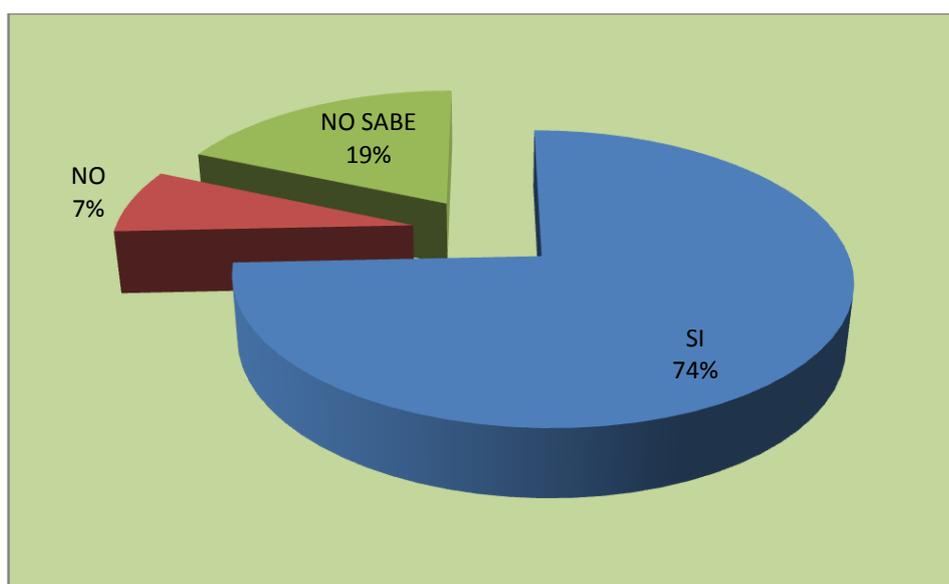
4¿Piensa usted que es necesario involucrar al sector público y privado para la creación de la Operadora de Agroturismo?

Cuadro 6. Sector público y privado

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	295	74%
NO	29	7%
NO SABE	73	19%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 4. Involucrar al sector público y privado para la creación de la empresa



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Del total de la encuesta el 74% de las personas encuestadas consideran que es importante involucrar al sector público y privado para la creación de la Operadora de Agroturismo; el 19% opinan que no es factible incluir a las mismas y el 7% desconocen sobre el tema.

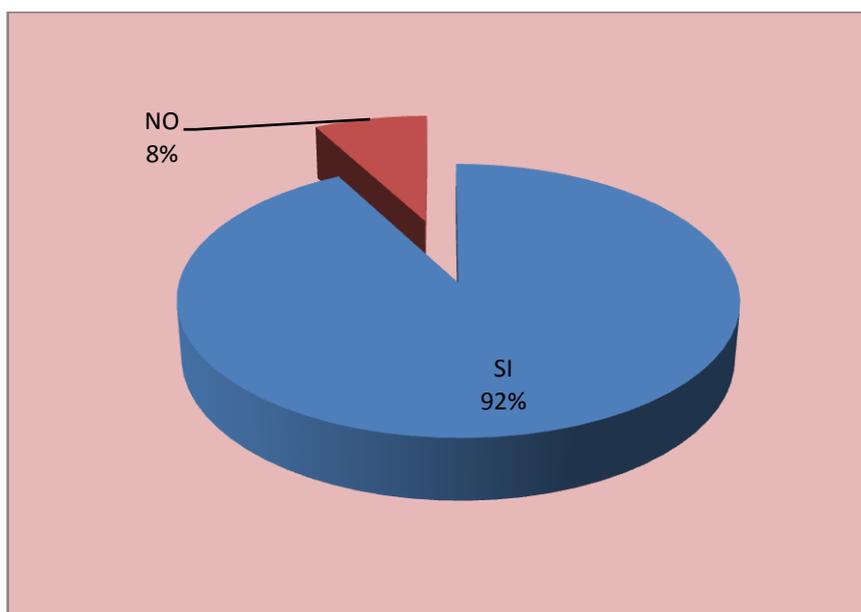
5¿Cree usted que la banca pública y privada deben apoyar para el financiamiento de este tipo de microempresa?

Cuadro 7. La banca pública y privada

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	365	92%
NO	32	8%
Total	397	100%

**Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos**

Grafico 5. Apoyar para el financiamiento de este tipo de microempresa



**Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos**

Según los datos obtenidos el 92% de las personas encuestadas consideran que la banca pública y privada debe incluirse para el financiamiento que requiere la creación de la Operadora de Agroturismo; y una pequeña parte de las personas encuestadas del 8% opina que no apoyaran al financiamiento de la misma.

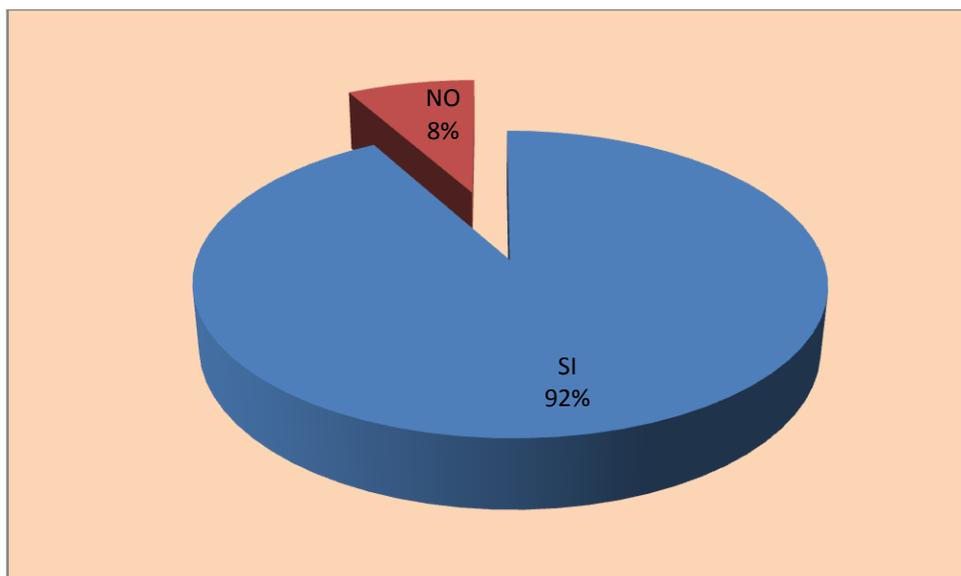
6. ¿Cree usted que con un personal especializado la empresa ofrecerá productos y servicios de calidad?

Cuadro 8. Personal especializado

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	365	92%
NO	32	8%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
 Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 6. Brindar productos y servicios de calidad



Fuente: Cantón Naranjal
 Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Ante la pregunta realizada en la encuesta el 92% de las personas consideran importante que la Operadora de agroturismo cuente con un personal especializado para ofrecer productos y servicios de calidad, en cambio el 8% opina que no es necesario emplear personal especializado. Señalando de esta manera que un personal especializado dentro de la Operadora de Agroturismo es una parte esencial de la misma.

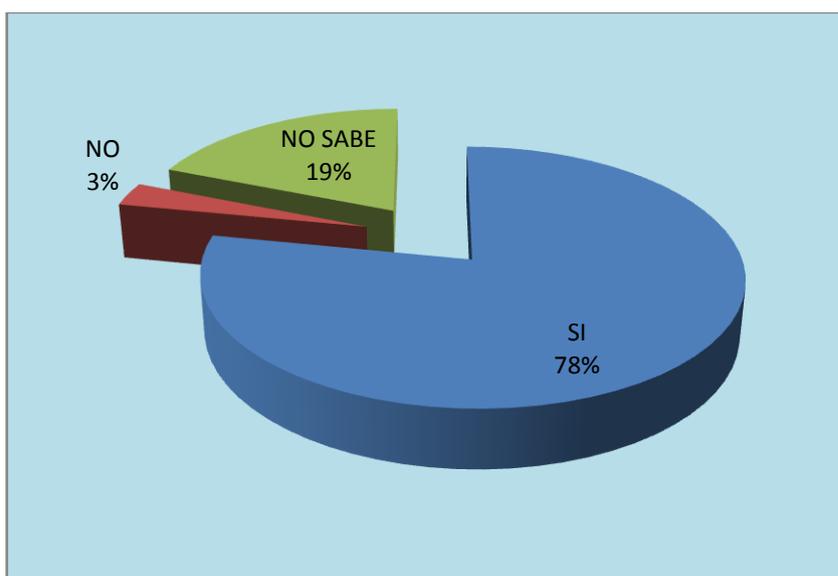
7. ¿Piensa usted que es importante la presencia de una Operadora de Agroturismo para incentivar la recreación y el esparcimiento de la población de Naranjal?

Cuadro 9. Operadora de Agroturismo

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	310	78%
NO	12	3%
NO SABE	75	19%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
 Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 7. Lograr incentivar la recreación y el esparcimiento de la población de Naranjal



Fuente: Cantón Naranjal
 Autoras: Carme Saraguro y Jessica Pinos

Dentro de los encuestados el 78% de la población del Cantón están de acuerdo que con la presencia de este tipo de microempresa, para incentivar para la recreación y así también el esparcimiento de la población, y únicamente el 3% están en desacuerdo.

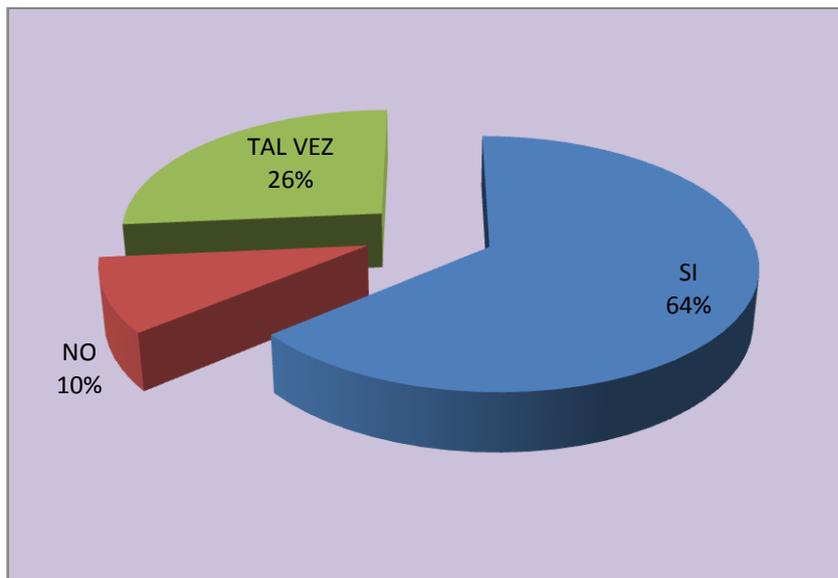
8. ¿Considera usted que con la creación de una Operadora de agroturismo ayudara a disminuir el desempleo en el Cantón?

Cuadro 10. Con la creación de una Operadora de agroturismo

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	254	64%
NO	38	10%
Tal vez	105	26%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 8. La Operadora disminuirá el desempleo en el Cantón



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Del total de los encuestados con respecto a esta pregunta se demuestra en el grafico que el 64% de los encuestados, opinan que esta microempresa si ayudara a disminuir el desempleo de los habitantes del Cantón de Naranjal, un 10% opina que no y un 26% dice que tal vez.

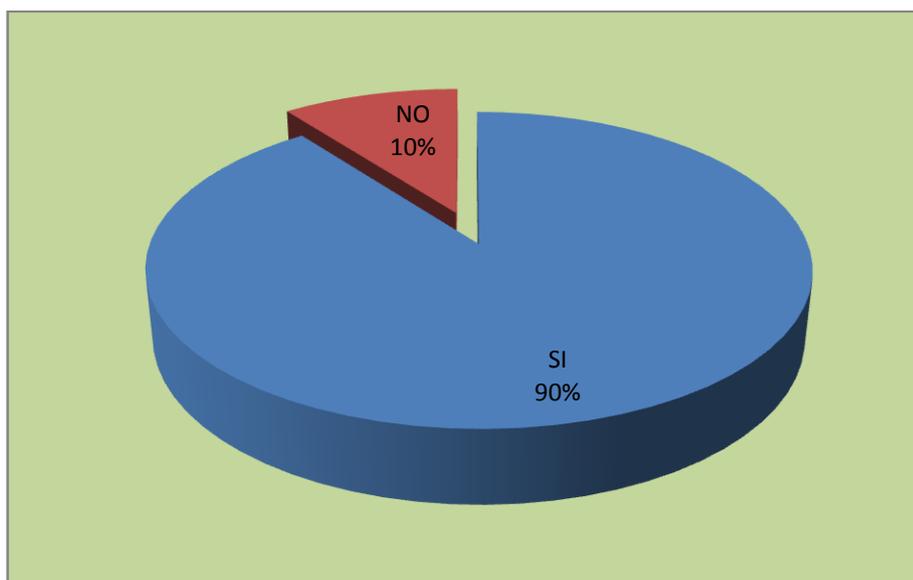
9. ¿Considera usted importante que la Operadora de Agroturismo contrate personal especializado del Cantón?

Cuadro 11. Personal especializado del Cantón

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	356	90%
NO	41	10%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 9 Contratar al personal especializado del Cantón



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

En relación a que si la microempresa (Operadora de Agroturismo) tiene como objetivo contratar con un personal altamente especializado del Cantón, un contundente 90% de personas están de acuerdo, y únicamente el 10% nos manifestaron que no del total de las personas que fueron encuestadas en Naranjal.

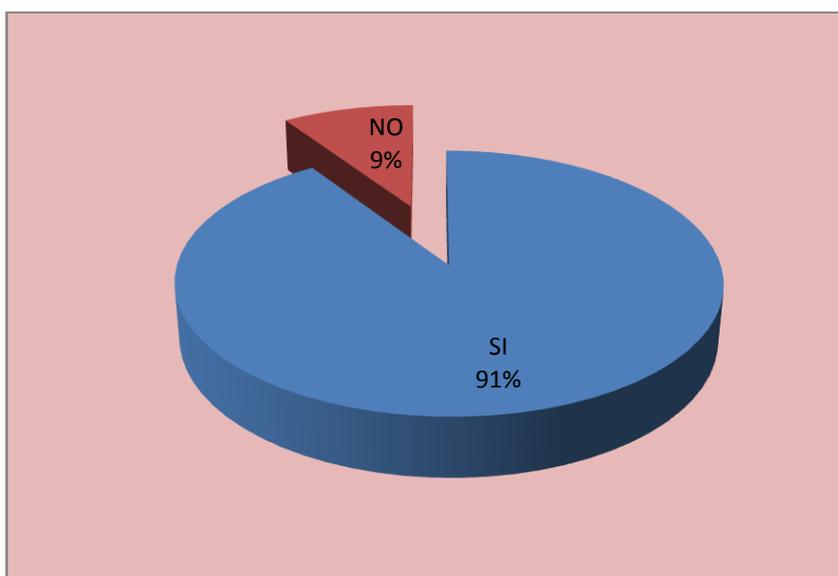
10. ¿Cree usted que la Microempresa Turística contribuirá al desarrollo del turismo social del Cantón?

Cuadro 12. La Microempresa Turística

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	360	91%
NO	37	9%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 10. Contribuirá al desarrollo del turismo social del Cantón



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Según la pregunta número 10 de la encuesta, nos indican que el 91% de la personas encuestadas consideran que la microempresa resultara muy beneficiosa para la población y los distintos sectores turísticos y contribuirá al desarrollo de los mismos, y solamente el 9% señalan que no.

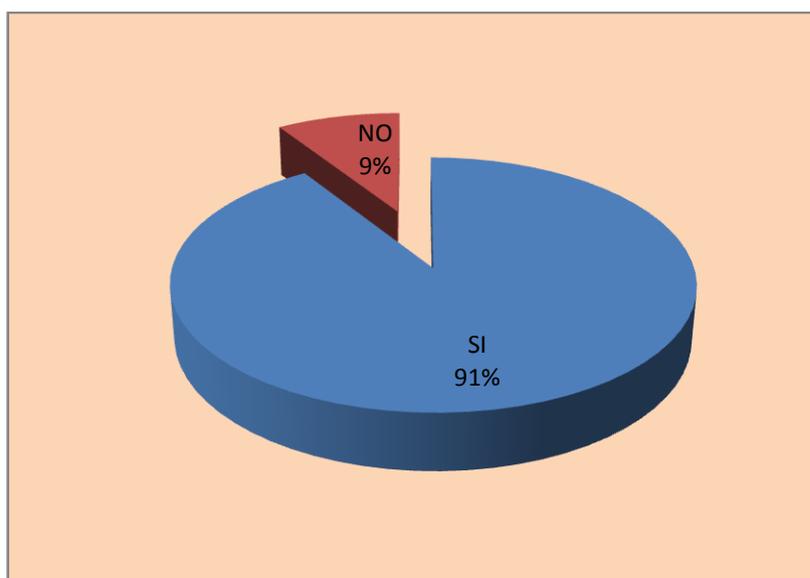
11. ¿Considera usted importante la creación de una Operadora de Agroturismo para el impulso al mejoramiento y calidad de vida del Cantón?

Cuadro13. Creación de una Operadora de Agroturismo

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	361	91%
NO	37	9%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 11. Mejorar la calidad de vida del Cantón



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Según las encuestas realizadas el 91% de información almacenada a través de la encuesta considera que es importante la creación de una Operadora de Agroturismo para el impulso, mejoramiento y calidad de vida de la población Naranjaleña; y así lograr un mayor desarrollo para el Cantón.

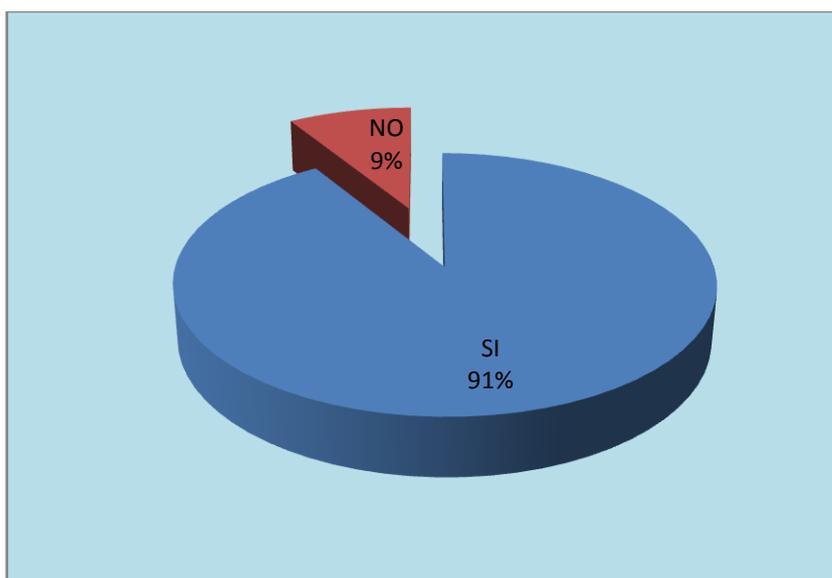
12. ¿Piensa usted que es importante averiguar a la población si desean una microempresa de este tipo antes de proceder a crear la misma?

Cuadro 14. Averiguar a la población sobre la creación de este tipo de empresa

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	358	91%
NO	39	9%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 12. Preguntar a la población antes de crear este tipo de empresa



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Según los datos obtenidos en la encuesta realizada, los resultados indican que el 91% de la población señala que si desean una microempresa de este tipo en la ciudad de Naranjal; y un 9% considera que no es necesario.

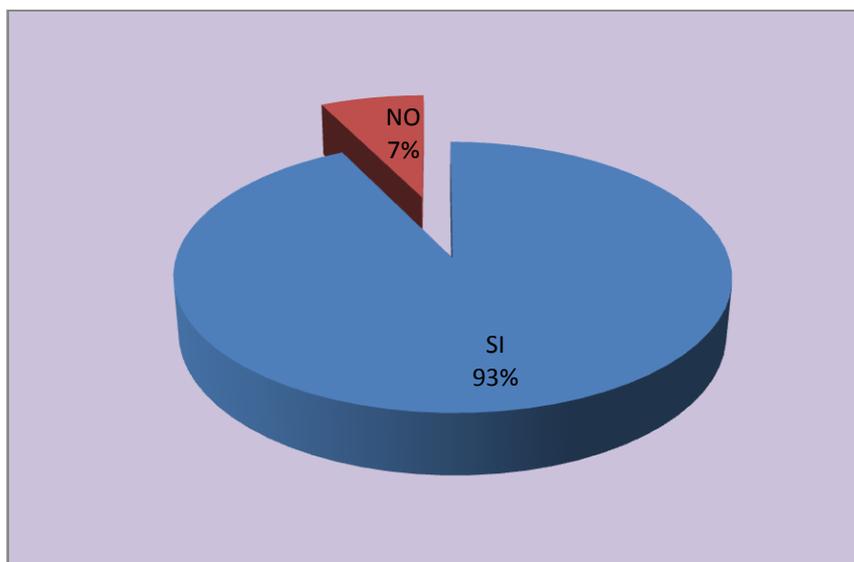
13. ¿En caso de crearse la microempresa, usted requeriría de sus servicios para pasear y distraer a su familia de una manera saludable?

Cuadro 15. La microempresa e

Alternativa	Total	Porcentaje
SI	365	93%
NO	32	7%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Grafico 13. Disfrutar con su familia de una manera saludable



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

De los resultados obtenidos el 93% de las personas encuestadas manifiestan que los servicios que brinde la Operadora de Agroturismo lo utilizarían para pasear y distraer con su familia de una manera saludable; y solamente el 7% piensan que no es dable esta opción.

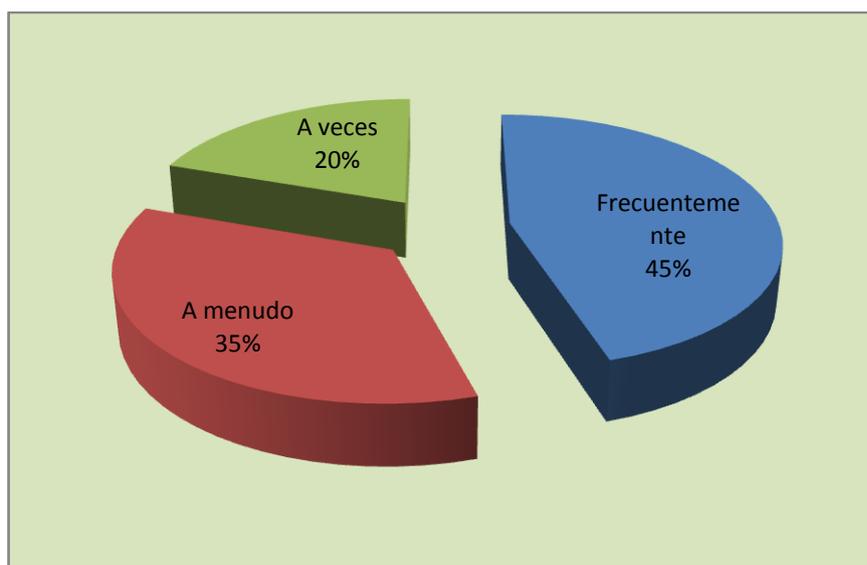
14¿Con la creación e implementación de la Operadora de Agroturismo, en que magnitud la visitaría?

Cuadro 16. Implementación de la Operadora de Agroturismo

Alternativa	Total	Porcentaje
Frecuentemente	180	45%
A menudo	139	35%
A veces	78	20%
Total	397	100%

Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Gráfico 14. Con la creación de la operadora visitar con frecuencia para conocer los atractivos turísticos



Fuente: Cantón Naranjal
Autoras: Carme Saraguro y Jessica Pinos

Según los datos obtenidos en esta pregunta 14, la población del Cantón de Naranjal señalan que los productos y servicios que brindara la Operadora de Agroturismo, el 45% de la población visitaría frecuentemente, el 35% de los habitantes de la ciudad de Naranjal visitarían a menudo; el 20% que lo visitarían a veces, esto nos da a entender que existiría una demanda por parte de la sociedad en visitar la operadora.

4.3 Resultados

Entre los resultados que se dieron de las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Naranjal notamos la necesidad que tienen los turistas de una Operadora de Agroturismo en el Cantón que ofrezca las diferentes alternativas de acceso y diversión a los diferentes atractivos turísticos que se ofrecen, por lo cual sería factible que exista este tipo de negocio ya que el turismo se lo realiza y se lo practica a diario.

Entre una de las preguntas realizadas a las personas que si ¿Conoce usted sobre una Operadora de Agroturismo? Los resultados de la encuesta que se realizó a 397 personas que habitan en el cantón Naranjal lo cual el 66% de los encuestados contestaron que si conocen sobre una Operadora de Agroturismo; el 34% mencionaron que no conocen. Con los resultados obtenidos queda evidenciado que la población del Cantón Naranjal tienen conocimiento sobre una Operadora de Agroturismo.

En lo que respecta a otra de las preguntas realizadas que si ¿Cree usted que la Microempresa Turística contribuirá al desarrollo del turismo social del Cantón? El 91% de la personas encuestadas consideren que la microempresas resultara muy beneficiosa para la población y los distintos sectores turísticos y contribuirá al desarrollo de los mismos, y un 9% señalan que no.

Según los datos obtenidos en esta pregunta 14, la población del Cantón de Naranjal señalan que los productos y servicios que brindara la Operadora de Agroturismo según el porcentaje obtenido el 45% de la población visitaría frecuentemente y el 35% de los habitantes de la ciudad de Naranjal visitaran a menudo; considerando un porcentaje de 20% que lo visitaría a veces, con la existencia de la demanda por parte de la sociedad.

Cuadro 17. Catastro turístico de las provincias

ESTABLECIMIENTO	CIUDAD	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD	CATEGORIA
JUKAJO EL	BABAHOYO	AV. GRAL. BARONA Y 27 DE MAYO	AGENCIA DE VIAJES	MAYOR
TAXTOUR FIRST CLASS S.A.	QUEVEDO	CDLA. SANTA ROSA. AV. WALTER ANDRADE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
QUEVETRAVEL	QUEVEDO	TOVAR CHONG JORGE ENRIQUE	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
DESTINO SEGURO PARIS	VINCES	AV. AQUILES CARRIEL S/N Y CALLE PRIMERA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
WINDOWS TOURS	VENTANAS	CALLE 9 DE OCTUBRE #244	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
DELGADO TRAVEL	LA LIBERTAD	AV.9 DE OCTUBRE Y CALLE GUAYAQUIL	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ENGOROY TOUR	LA LIBERTAD	AV. MALECON, LOCAL 7	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
VIANKA TOURS	LA LIBERTAD	AV.10 SOLAR BARRIO PUERTO NUEVO	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
AVISTATRAVEL	SALINAS	AV. ENRIQUE GALLO Y CALLE C-40	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
AVISTATRAVEL	SALINAS	ZONA CENTRAL, BARRIO RAFAEL	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
BARCELO ECUADOR	SALINAS	MALECON INTERSECCIÓN CALLE 38 Y 40	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CAROLTOUR	SALINAS	CALLE MALECON CENTRAL,	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CAPTATRAVEL	SALINAS	AV. MALECON S/N Y CALLE GUAYAQUIL	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
COCOS HOSTAL & TOUR	SALINAS	AV. MALECON Y FIDÓN TOMALÁ ESQ.	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
COSTATOUR	SALINAS	AV. MALECON EDIF CORBETA PB. RAFAEL	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CRUSANT CITY TOUR	SALINAS	BARRIO 9 DE OCTUBRE. CALLE 13	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
ECUADIVE	SALINAS	AV. CARLOS ESPINOZA EDIF.	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
GUAYATUR SUCURSAL	SALINAS	GRAL. ENRIQUEZ GALLO Y RUMINAHUI	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
MOTOTOUR	SALINAS	LAS PALMERAS S/N Y AV. MARIA LUZ	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
PESCATOURS	SALINAS	CALLE 19AVA Y AV. MALECON No. 577	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TRANSFER CAR VIP	SALINAS	CALLE JOSE ESTRELLA S/N Y AV. ENRIQUEZ	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
RELAX TOUR	SALINAS	AV. CUARTA S/N Y CALLE 17	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TUVENTURA	SALINAS	JOSE ESTRELLA Y AV. 11AVA	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
CONTURCONSA	SANTA ELENA	CALLE CHANDUY S/N VIA PUBLICA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
PACIBRIS S.A.	SANTA ELENA	JUAN MONTALVO 812 Y SUCRE	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
PROMACTURIS S.A.	SANTA ELENA	AV. PRINCIPAL A UNA CUADRA DEL HOTEL	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TURISPALMA C.A.	MANGLARALTO	CALLE GUIDO CHIRIBOGA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TURISWIL	SALINAS	AV. MALECON S/AV ENTRE 38 Y CALLE 40,	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
AEROMUNDO	GUAYAQUIL	JUNIN 430 Y GRAL. CORDOVA	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
ALOHA TRAVEL	GUAYAQUIL	CDLA. LA GARZOTA AV. DE LAS AMERICAS	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
AMERICA S CLUB TRAVEL	GUAYAQUIL	COLON 602 Y BOYACA. EDIF. COLON, PISO 3, OF.	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
BARBARATUR	GUAYAQUIL	BOYACA 1616 Y CLEMENTE BALLEEN	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CANODROS	GUAYAQUIL	SANTA LEONOR MZ 5 SOLAR 10 VIA TERMINAL	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
CANSIONG TRAVEL	GUAYAQUIL	V.M. RENDON 616 ENTRE BOYACA Y ESCOBEDO	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
COLIBRI TOUR OPERADOR	GUAYAQUIL	CDA. ALBORADA 7MA ETAPA C.C GRAN ALBOCENTRO	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
DOLORES ALCIVAR DATRAVEL S.A.	GUAYAQUIL	SAUCES 8, AV. ROLANDO BAQUERIZO, MZ. 454F-14,	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
ECUATOURS	GUAYAQUIL	VELEZ 1807 Y TULCAN	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
EFITRAVEL S.A.	GUAYAQUIL	CDLA. BELLAVISTA, MZ. 27, SOLAR 2	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
EMELATUR	GUAYAQUIL	LUIS URDANETA #121 Y GENERAL CORDOVA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
EMELATUR	GUAYAQUIL	AV DE LAS AMERICAS S/N Y AV. CONSTITUCION AEROPUERTO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
EUROEXPRESO	GUAYAQUIL	GARCIA AVILES 408 Y LUQUE EDIF. FINEC 6TO. PISO 608	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
FANTASTIC TOURS	GUAYAQUIL	ESCOBEDO 702 Y PADRE SOLANO	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
FERVAIAJES	GUAYAQUIL	CARCHI 701 Y PRIMERO DE MAYO	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
GALANET	GUAYAQUIL	CDLA. GUAYAQUIL CALLE V.H. SICOURET MZ. 11 V 7	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
GALASAM	GUAYAQUIL	EDIF. GRAN PASAJE PISO 11	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD

GLORIA TRAVEL COMPANY S.A.	GUAYAQUIL	JOSE ANTONIO PAEZ S/N Y MANUELITA SAENZ, EDIF.	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
GUANI TOURS	GUAYAQUIL	PEDRO CARBO 123 Y JUNIN, PASAJE COMERCIAL LA MERCED	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
HOSTELLING INTERNACIONAL	GUAYAQUIL	CDLA.A SAUCES 1 AV. ISIDRO AYORA	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
INTERNATIONAL TOURS	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY ANTIGUA 602 Y CALLE SEPTIMA, PISO 1	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
ISAITUR	GUAYAQUIL	BOYACA 1618 Y CLEMENTE BALLEEN	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
JACKELINE TOURS	GUAYAQUIL	AGUIRRE #104 Y MALECON, LOCAL 110	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
JOIN TOURS	GUAYAQUIL	CHIMBORAZO 203 Y VELEZ. EDIF. CHIMBORAZO, PISO 3	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
LEXUSTRAVEL	GUAYAQUIL	CENTRO COMERCIAL PROMOCENTRO LOCAL 8-9, ELOY	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
LUJOR REP	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 424 Y CHILE PISO 9 OFIC. 903 - 904	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
MARCY TOUR	GUAYAQUIL	CDLA. GARZOTA PRIMERA ETAPA, AV. GUILLERMO PAREJA	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
M Y M ECUACONSOLIDADORA	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 100 Y MALECON PISO 25 EDIF. BCO.	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
MARIBEL TOUR	GUAYAQUIL	ELOY ALFARO Y CUENCA C.C. PROMOCENTRO 2DO PISO 83	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
METROPOLITAN TOURING	GUAYAQUIL	CALLE SANTA CRUZ #103 Y AV. DE LAS AMERICAS, EDIFICIO	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
METROPOLITAN TOURING	GUAYAQUIL	AV. JUAN TANGA MARENGO S/N Y AV. CONSTITUCION, EDIF.	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
METROPOLITAN TOURING	GUAYAQUIL	AV. DEL BOMBERO S/N Y SECUNDARIA, EDIF. MEGAMAXI LOS CEIBOS OFIC. 11	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
METROPOLITAN TOURING	GUAYAQUIL	CALLE PRINCIPAL S/N Y SECUNDARIA, EDIF. UNILEVER ANDINA ECUADOR S.A.	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
MISSING TRAVEL	GUAYAQUIL	CALLE FRANCISCO DE PAULA ICAZA #437 ENTRE CORDOVA Y BAQUERIZO MORENO, EDIFICIO GRAN PASAJE LOCAL 3-A	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MONEDA LA	GUAYAQUIL	CALLE GOMEZ RENDON #931 Y VILLAVICENCIO	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
MUNDO ECUADOR	GUAYAQUIL	URDESA, CALLE ILANES 516-B Y AV. LAS AGUAS CONDOMINIO ILANES PISO 1 DPTO. 8	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
NATUAVENTURA	GUAYAQUIL	P. ICAZA 407 Y GENERAL CORDOVA. EDIF. EL ALFIL TERCER PISO OFICINA 303	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
NOVATOURS	GUAYAQUIL	AV. LAS AMERICAS 904 Y CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN P1	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
PLATINUM TRAVEL AGENCIES	GUAYAQUIL	QUISQUIS #1401 Y LOS RIOS	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
PIÑAS TOUR	GUAYAQUIL	PADRE SOLANO #200 Y BAQUERIZO MORENO	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
R.T.A. REPUBLIC TRAVEL AGENCY	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY NORTE PRIMER PASAJE #150 NAHIM ISAIAS - JUSTINO CORNEJO MZ. 404 PISO 2 OFICINA 1 CENTRO DEL NORTE	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
ROSS TOUR	GUAYAQUIL	PADRE SOLANO 1703 Y LOS RIOS	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
SPEEDTRAVEL	GUAYAQUIL	JUNIN 107 Y MALECON SIMON BOLIVAR, EDIF. VISTA AL RIO, OFIC 107	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
SPRING TRAVEL	GUAYAQUIL	CORDIVA #810 Y JUNIN EDIF. TORRES DE LA MERCED, PISO 12	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
TECNOVIAJES	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY NORTE, EDIF. TORRES DEL NORTE TORRE A L6 PB	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
TECNOVIAJES (SUCURSALES)	GUAYAQUIL	GENERAL CORDOVA 700 Y LUIS URDANETA (ESQUINA)	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
TRAVELSAM	GUAYAQUIL	CDLA. ACUARELA DEL RIO MZ. # 4 SL.# 7	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
VALTUR	GUAYAQUIL	ROCAFUERTE 742 Y LUIS URDANETA	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
AEROTUR S.A.	GUAYAQUIL	CDLA. GUAYAQUIL, CALLE VICTOR HUGO SICOURT, SOLAR 18 Y ALBERTO NUQUES, MZ. 2	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
AGENSITUR	SAMBORONDON	KM. 1,5 VIA A SAMBORONDON, AV. PRINCIPAL, EDIF. SAMBORONDON BUSINESS CENTER PISO 3, OFIC A-1	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
AGUIMAR	GUAYAQUIL	CORDOVA 640 Y L. URDANETA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ALBATUR	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 2317 Y LIZARDO GARCIA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ALCOCER & MORAN	GUAYAQUIL	URDESA CENTRAL, LOS CEIBOS No. 118 Y CALLE PRIMERA BL.3 OF.3	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL

ALPITUR AMERICANA	GUAYAQUIL	AGUIRRE Y CHILE. EDIF. CASA TOSI P.ICAZA 606 Y ESCOBEDO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
AMERICANTUR	GUAYAQUIL	PICHINCHA 400 Y LUQUE EDIFICIO BANCO PARK LOCAL 7 Y 8	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ANDREA'S TOUR	GUAYAQUIL	CDLA. ADACE, AV. ONCE S/N Y CALLE A	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
BARREIRO INSUA VIAJES Y TURISMO	GUAYAQUIL	MALECON 1405 Y AGUIRRE LOCAL 7	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
BM TOURS S.A. BMTOURS	GUAYAQUIL	AV. JUAN ORRANTIA Y AV. JUAN TANCA MARENGO EDIFICIO EQUILIBRIUM LOCAL #8	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
BM TOURS	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY NORTE AV. FRANCISCO DE ORELLANA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
C & J TOURS	GUAYAQUIL	C. BALLEEN 511 Y BOYACA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CARLOS TUR	GUAYAQUIL	DELTA Y MONTE SACRO D.5 CDLA BOLIVARIANA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CENTRO VIAJERO	GUAYAQUIL	BAQUERIZO MORENO 1119 Y 9 OCTUBRE ofic. 805	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CETITUR	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 113 Y MALECON PLANTA BAJA, EDIF. SANTISTEVAN	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CEVIAR	GUAYAQUIL	WORLD TRADE CENTER. PISO 5	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
COLTUR	GUAYAQUIL	CORDOVA 1011 E/ P. ICAZA Y 9 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CONFORTUNA	GUAYAQUIL	BOYACA 1107 E/ P. ICAZA Y 9 DE OCTUBRE. EDIFICIO ZEA, MEZANINE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CONTIVIAJES	GUAYAQUIL	ANTEPARA 912 Y HURTADO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CONTIVIAJES SUC.	GUAYAQUIL	AVDA. FRANCISCO DE ORELLANA HOTEL HILTON COLON GALERIAS COLON LOCAL 20	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
CRETER TOURS	GUAYAQUIL	CDELA. NAVAL NORTE CALLE SUFRAGIO LIBRE MZ 6 3L. 10 EDIF. HOSTAL Q	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
DELFIN TRAVEL	GUAYAQUIL	MALECON SIMON BOLIVAR 208 Y JUAN MONTALVO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
DELGADO TRAVEL	GUAYAQUIL	EDIF. SAN FRANCISCO 300, CORDOVA 1021 Y 9 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
DELGADO TRAVEL	GUAYAQUIL	GARCIA MORENO 917 Y HURTADO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
DELGADO TRAVEL FRADELSA	GUAYAQUIL	ALBORADA 3RA. ETAPA AV GUILLERMO PAREJA ROLANDO Y JOSÉ MARÍA EGAS , C.C. PLAZA MAYOR LOCAL 29	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
DILLONTOUR	GUAYAQUIL	JOSE DE ANTEPARA 1007 Y HURTADO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
DITURSA	GUAYAQUIL	CORDOVA 601 Y MENDIBURO PLANTA BAJA, ESQUINA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
DREAMKAPTURE TRAVEL	GUAYAQUIL	ALBORADA 12 AVA. MAZ. 1203 C.C. ALBONEGOCIOS	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ECOTIPAN	GUAYAQUIL	CDLA LA GARZOTA MZ 48 VILLA 16	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ECUADORIAN TOURS	GUAYAQUIL	AV. 9 DE OCTUBRE 411 Y CHILE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ECUAMULTI S.A.	GUAYAQUIL	GOMEZ RENDON 217 Y ELOY ALFARO. COND. GRUNAVIL, OF. 1	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ECUAMUNDI	GUAYAQUIL	CHILE 210 Y LUQUE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ECUATORIANA DE VIAJES	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 411 Y CHILE PASAJE VALCO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
EMELA TOUR	GUAYAQUIL	MALECON SIMON BOLIVAR #416 Y TOMAS MARTINEZ OFICINA #1	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
EVATUR S.A.	GUAYAQUIL	LA GARZOTA 1 MZ # 34 GARZOCENTRO 2000 OFICINA 604-609	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
FABUL TOUR	GUAYAQUIL	AGUIRRE 116 ENTRE MALECON Y PICHINCHA P1 OFIC. 2	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
FERAUDVIAJES	GUAYAQUIL	LUIS URDANETA 1908 Y CARCHI	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
FOCAS MARINAS	GUAYAQUIL	CDLA. SIMON BOLIVAR MZ.1 VILLA 185 P1	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
G - 1	GUAYAQUIL	BAQUERIZO MORENO 1102 Y P.ICAZA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
GALAMAZONAS	GUAYAQUIL	KM. 1.8 AV. JUAN TANCA MARENGO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
GALASAM	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 424 Y P. ICAZA EDIF. GRAN PASAJE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
GLOBALTOURS	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY. AV. FCO. DE ORELLANA S/N Y MIGUEL HILARIO ALCIVAR. EDIF. LAS CAMARAS, LC. 21	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
GOLDEN TRAVEL	GUAYAQUIL	JUNIN 106 Y MALECON	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
GRANDTURS	GUAYAQUIL	URDANETA 200 Y CORDOVA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
GREEN HORIZONS TOUR	GUAYAQUIL	ALBORADA 7 ETAPA, AV. JOSE MARIA EGAS MZ 706 V 11 Y FRANCISCO DE ORELLANA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
GRUDENTUR	GUAYAQUIL	ESCOBEDO 807 Y JUNIN	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
IDIOMAS TRAVEL	GUAYAQUIL	JUNIN 203 Y PANAMA PISO 2 OFIC. 4	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL

INTERCONTINENTALES	GUAYAQUIL	CHIMBORAZO 111 Y 9 DE OCTUBRE 1PISO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
JAPAN TOURS	GUAYAQUIL	ANTEPARA 715 Y 1 DE MAYO EDIF. VANDERBILT P3	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
KARNIHA S TOURS	GUAYAQUIL	JUNIN 504 Y BAQUERIZO MORENO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
LANATOUR S.A.	GUAYAQUIL	BARRIO ORELLANA. LUIS URDANETA 1914 Y CARCHI	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MAGNITOURS	GUAYAQUIL	10 DE AGOSTO 417 Y CHIMBORAZO. C.C. LA CAROLINA, PISO 1, OF. 11	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MARGOTH CHAVEZ	GUAYAQUIL	CORDOVA 803 Y JUNIN	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MARIN TRAVEL	GUAYAQUIL	JUNIN 434 Y BAQUERIZO MORENO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MEDITERRANEO	GUAYAQUIL	AV. CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN Y AV. FCO. BOLOÑA C.C. PLAQUIL OFIC. 17	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MEGATUR	GUAYAQUIL	ILLINGWORTH 115 Y MALECON	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
METROPOLITAN TOURING	GUAYAQUIL	CDLA. ATARAZANA CALLE 11 A NE Y AV. PRINCIPAL NE (FRENTE A CARTIMEX)	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MILLENIUM TRAVEL	GUAYAQUIL	VICTOR MANUEL RENDON #440 ENTRE BAQUERIZO MORENO Y CORDOVA EDIF. SANTA ROSA PISO #1 OFIC 32	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MUNDO TRAVEL	GUAYAQUIL	P. ICAZA 509 Y ESCOBEDO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
NANCY'S TUR	GUAYAQUIL	AGUIRRE 116 Y PICHINCHA 1 ER PISO OF. 10	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
NATIONAL TOURS	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 109 Y MALECON 1er. PISO OF. 3 EDIF. SANTISTEBAN	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
MEGADESTINOS	GUAYAQUIL	URDESA CENTRAL, GUAYACANES #117 ENTRE BALSAMOS Y CIRCUNVALACION SUR	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
OROTRAVEL	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE Y GARCIA MORENO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
PRINCETUR S.A.	GUAYAQUIL	KM. 2.5 CARLOS JULIO AROSEMENA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
PROYAGURET	GUAYAQUIL	C.C. GRAN ALBOCENTRO, BL. J, LC. 8 (ATRÁS DE LA CLINICA KENNEDY DE LA ALBORADA)	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
QUEEN'S TRAVEL	GUAYAQUIL	CDLA. LA GARZOTA MZ. 69 V15 SEGUNDO PISO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
REALTURIS	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY NORTE, AV. FCO. DE ORELLANA S/N EDIFICIO WORD TRADE CENTER TORRE A	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
REBETRAVEL	GUAYAQUIL	CDLA. NUEVA KENNEDY, AV. SAN JORGE #200 Y SEGUNDA ESTE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
ROYALTOURS	GUAYAQUIL	JUNIN 502 Y BAQUERIZO MORENO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
RUTAS DE AMERICA	GUAYAQUIL	GARZOTA TRES, MZ. 84, SL. 1. OF. PB	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
SAYAGO TRAVEL	GUAYAQUIL	CORDOVA 604 Y MENDIBURO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
SEITUR	GUAYAQUIL	AV. ALBATROS 404 Y PLAZA DANIN	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
SU TOUR	GUAYAQUIL	BOYACA 1011 Y P. ICAZA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
TAIWANTOURS	GUAYAQUIL	CHILE 801 Y COLON	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
TOUR CENTER	GUAYAQUIL	MALECON SIMON BOLIVAR 1709 Y 10 DE AGOSTO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
TRANSTOUR	GUAYAQUIL	CDLA. LA FAE, F/ BOLOCENTRO AV. PLAZA DAÑIN MZ.13 V7 Y CAPITAN ROBERTO MATA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
TRAVELSUR	GUAYAQUIL	9 de OCTUBRE 411 Y CHILE EDIFICIO PASAJE VALCO LOCAL 13	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
TROPICAL TOURS	GUAYAQUIL	CDLA. ALBATROS, AV. PLAZA DANIN #811 Y PELICANO ESTE, EDIF. PIRAMIDE OFIC #2	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
TURENCA	GUAYAQUIL	CHILE 725 Y COLON	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
TURISMO VIMILSA	GUAYAQUIL	MIGUEL ALCIVAR S/N Y NAHIN ISAIAS	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
VALERO TRAVEL	GUAYAQUIL	JUNIN 422 Y G. CORDOVA	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
VIA ECUATORIAL VIECSA	GUAYAQUIL	BAQUERIZO MORENO 1119 Y 9 OCTUBRE EDIF. PLAZA P-5 OFIC.504	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
VIAJES Y DESTINO	GUAYAQUIL	CDLA GUAYAQUIL MIGUEL ALCIVAR No 55 Y C. L.P DAÑIN MZ 1 OF 55	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
WAGONS LITS	GUAYAQUIL	AV.DE LAS AMERICAS EDF.MECANOS	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
WANDERJAHR	GUAYAQUIL	C.C. OLIMPICO MODULO 1, AV. KENNEDY Y AV. LAS AMERICAS	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
WEEKEND TRAVEL	GUAYAQUIL	10 DE AGOSTO 300 Y PEDRO CARBO, EDIF. MENALI, 1ER PISO, OFIC 102	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
YES TRAVEL	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY OESTE, CALLE DECIMA S/N Y CALLE H, C.C. LAS VITRINAS LOCAL 45	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
ADINEPLUS	GUAYAQUIL	BOYACA 642 Y PADRE SOLANO. EDIF. EL TORREON, PISO 7, OF. 7-A	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
AMERICAN VACATION	GUAYAQUIL	CDLA. LA GARZOTA MZ. 42 SOLAR 37	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA

SAVAME				
CEKSA	GUAYAQUIL	STA. LEONOR MZ. 5 S.10 VIA TERMINAL TERRESTRE	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
CHARTER & CHARTERS	GUAYAQUIL	URDANETA 121 Y GENERAL CORDOVA	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
DESTIMUNDI	GUAYAQUIL	AGUIRRE # 212 ENTRE PEDRO CARBO Y PICHINCHA	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
DREAM & TRAVEL	GUAYAQUIL	AV. 9 DE OCTUBRE #406 Y CORDOVA EDIF. MU PISO #2 OFIC #2	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
G. S. A.	GUAYAQUIL	JOSE MASCOTE 701 Y QUISQUIS	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
GRUPO ECUATORIAL	GUAYAQUIL	B. MORENO 1119 Y 9 DE OCTUBRE. ED. PLAZA, PSIO 5, OF. 503	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
H.D.P. REPRESENTACIONES	GUAYAQUIL	BAQUERIZO MORENO 1111 A E/P. ICAZA Y 9 DE OCTUBRE, EDIF. CAMSOL PISO 2	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
HOLYREPS	GUAYAQUIL	URDESA, VICTOR EMILIO ESTRADA 722 Y GUAYACANES	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
KOMOLY TRAVELS	GUAYAQUIL	BAQUERIZO MORENO #922 Y VICTOR MANUEL RENDON PISO #1 OFICINA #1-B	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
LUJOR	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 424 Y CHILE, EDIF. GRAN PASAJE PISO 9 OFIC. 904	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
MARVENTI S.A.	GUAYAQUIL	TUNGURAHUA #603 Y HURTADO	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
MAYDETURI	GUAYAQUIL	CORDOVA 810 ENTRE JUNIN Y V.M. RENDON. EDIF. TORRES DE LA MERCED, PISO 17, OF. 5	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
METROPROMOCIONES	GUAYAQUIL	AV. 9 DE OCTUBRE #406 Y GENERAL CORDOVA EDIF. MU PISO #4 OFICINA #2	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
OPETUR	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 424 Y CHILE	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
PROMOCIONES LUJOR	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE #424 ENTRE CHILE Y GARCIA MORENO, EDIF. GRAN PASAJE PISO #9 OFIC. #903-904	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
REPVIJES	GUAYAQUIL	CORDOVA 1013 Y 9 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
SALMOR	GUAYAQUIL	PICHINCHA 406 Y LUQUE. EDIF. BANCO PARK, OF. 8	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
STTRAVEL	GUAYAQUIL	KENNEDY NORTE. AV. FCO. DE ORELLANA S/N. EDIF. WORLD TRADE CENTER, LC. 27	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
TECNOREP'S	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY NORTE, CALLE EZEQUIEL S/N Y NAHIM ISAIAS BARQUET, TORRE A, EDIF. TORRES DEL NORTE, LC. 6	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
TURISMO E.V.G. AVENTURA TOTAL S.A.	GUAYAQUIL	THOMAS MARTINEZ 102 Y MALECON SIMON BOLIVAR. EDIF. CONDOMINIO KIL, LC. 1	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
V.M. SERV. Y REPRESENTACIONES TURISTICAS	GUAYAQUIL	JIGUAS NORTE 101 Y V. E. ESTRADA, PISO 2, OF. 2-B. URDESA	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
VIPE VAC	GUAYAQUIL	PADRE AGUIRRE 104 Y MALECON SIMON BOLIVAR. EDIF. FORTIN, PISO 3, OF. 1	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
W. F. D. TOUR	GUAYAQUIL	CDLA. KENNEDY NORTE LUIS ORRANTIA NAHIN ISAIAS	AGENCIA DE VIAJES	MAYORISTA
ARTOUR	GUAYAQUIL	CDLA. FAE MZ. #1 SOLAR #18 (REF. A UNA CUADRA DE LA BASE AEREA, CALLE CHARLES LINDBER Y ALAN SHEPARD)	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
BASORE S.A	GUAYAQUIL	CDLA.LAS GARZAS, MZ.#10 SOLAR #10	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
BERTINI' S TOURS	GUAYAQUIL	ASUNCION 105 Y BOGOTA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
BLUE MARLIN	GUAYAQUIL	SARGENTO VARGAS # 112 Y AVDA. OLMEDO	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
BLUETERRA TRAVEL	GUAYAQUIL	CDLA IETEL, AV. FCO DE ORELLANA#1007, MZ 30 EDIFICIO BAUHAUS PISO# 1 OFICINA 17	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CAJAGUA	GUAYAQUIL	CDLA. CORDILLERA EL CONDOR AV. RAUL GOMEZ LINCE SL.#22 MZ. #170	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CAVIOSA S.A.	GUAYAQUIL	CDELA. BELLAVISTA CALLE JUAN LEON MERA SL.21	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CENTROS DE VIAJES ECUADOR	GUAYAQUIL	LUQUE Y PICHINCHA, EDIFICIO BANCO PARK, LOCAL #13	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CHASQUITUR	GUAYAQUIL	ACACIAS 605 Y AVDA. LAS MONJAS 1ER.PISO URDESA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CIUDAD DE LAS PALMERAS SUCURSAL	GUAYAQUIL	SUCRE 210 Y PICHINCHA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CRUEXPLOR	GUAYAQUIL	GUASMO NORTE, COOP. 10 DE AGOSTO, AV. GALO PLAZA, MZ. 1 SOLAR 1-A	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CONDOR TRAVEL	GUAYAQUIL	CENTRO COMERCIAL GARZOCENTRO	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA

		2000 2da. ETAPA LOCAL 306		
COSTA VIEJA	GUAYAQUIL	CDLA. URDENOR 2 MZ. 209 SOLAR 21	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
DIGMARY DISCOVERY FIESTA	GUAYAQUIL	MALECON SIMON BOLIVAR S/N Y TOMAS MARTINEZ BL. AREA DE PARQUEOS 31	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
ECOVENTURA	GUAYAQUIL	AV. PRINCIPAL, BLOQUE A, EDIF. SAMBORONDON BUSINESS CENTER, PISO 3, OFIC. A-2	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
ECUADIVE	GUAYAQUIL	AV. FRANCISCO BOLOÑA #727 Y CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
ECUADOR EXPEDITIONS	GUAYAQUIL	CDLA. URDESA V. E. ESTRADA 1305 Y COSTANERA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
ECUANDINO PLANET	GUAYAQUIL	ESCOBEDO 835 Y JUNIN PISO 2 OFIC. 205	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
ECUATRIPS CORPORATION	GUAYAQUIL	CDLA. URDENOR No 227 S.9 Y 10 2DO PISO	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
FASTICKETS	GUAYAQUIL	VICTOR EMILIO ESTRADA #304 Y CEDROS LOCAL #304	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
FILIBON	GUAYAQUIL	AV. FRANCISCO DE ORELLANA No. 222	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
METROPOLITAN TOURING	GUAYAQUIL	CDLA. ATARAZANA, CALLE 11-A NORESTE #103 Y AV. 1 NORESTE OFICINA PB	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
GALAHOST	GUAYAQUIL	URDESA NORTE AV. RODRIGO CHAVEZ GONZALEZ 529 A	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
JACIS TRAVEL	GUAYAQUIL	CLEMENTE BALLEEN 309 ENTRE CHILE Y PEDRO CARBO	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
JUNGLE ADVENTOURS	GUAYAQUIL	CDELA. ALBORADA XII ETAPA CALLE RODOLFO BAQUERIZO MZ. 1 V. 1	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
KALLSEN TRAVEL	GUAYAQUIL	CDLA. PUERTO AZUL MZ B4B V 11	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
MACHALATUR	GUAYAQUIL	PICHINCHA 720 Y SUCRE	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
MANGUAY	GUAYAQUIL	CDLA. GUAYACANES, MZ. 147 SOLAR 6 PISO 1	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
MAROTURSA S.A. (MANGLAR ROJO)	GUAYAQUIL	LOS RIOS #818 Y HURTADO LOCAL #1	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
MASHIPURAVIAJES S.A.	GUAYAQUIL	VELEZ 501 Y BOYACA. EDIF. LANCIA, PISO 6, OF. 6-1	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
MONGEBROS	GUAYAQUIL	DOLORES SUCRE #700 Y CALLE ORIENTE	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
MUNDO SAN RAFAEL	GUAYAQUIL	AV. CONSTITUCION #100 Y AV. JUAN TANCA MARENGO, EDIF. EXECUTIVE CENTER PISO 2	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
MYSTICTOURING	GUAYAQUIL	AV. JUAN TANCA MARENGO KM. 1.2 EDIF. PROFESIONAL CENTER PISO 2, OFIC. # 211	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
OTRAMS S.A.	GUAYAQUIL	CDLA. ALBORADA VI ETP. M: 625 SOLAR 5 AV. BENJAMÍN CARRIÓN	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
PACIFICO TOUR	GUAYAQUIL	AV. FRANCISCO DE ORELLANA SOLAR 1, MZ. #41, EDIF. FRANCISCO DE ORELLANA, PISO 1, OFIC 22	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
PAIS QUE SONRIE EL	GUAYAQUIL	JOSE DE ANTEPARA # 704 Y PRIMERO DE MAYO	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
SANS SOUCI	GUAYAQUIL	CDLA. URDENOR 2 MZ. 229 VILLA 9	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
SERVICEMAGNA	GUAYAQUIL	CDLA. ADACE, CALLE 11 S/N, INTERSECCION A	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
SELVAVENTURA	GUAYAQUIL	EDIF. SAMBORONDON BUSINESS CENTER, BLOQUE A, PISO 3	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
SIR HENRY MORGAN	GUAYAQUIL	P. ICAZA 437 Y CORDOVA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TRANSFER CAR VIP	GUAYAQUIL	GRAL. CORDOVA 547 Y MENDIBURO	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TRAVTURIS	GUAYAQUIL	LOS RIOS 1316 Y CLEMENTE BALLEEN	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TANGARA TURISMO	GUAYAQUIL	CDLA. BOLIVARIANA CALLE MANUELA SAENZ F1 Y O'LEARY	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TITULIS LAS	GUAYAQUIL	C.C. ALBAN BORJA, PLANTA ALTA OFICINA 108, AV. CARLOS JULIO AROSEMENA S/N	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TOMASTUR S. A.	GUAYAQUIL	9 DE OCTUBRE 424 Y CHILE, EDIF. GRAN PASAJE PISO 1 OFIC. 104	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TOUR & TRAVEL	GUAYAQUIL	CDLA. SIMÓN BOLIVAR, AV. DE LAS AMÉRICAS MZ. 4 SOLAR 25 LOCAL 4	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TURISMO RUTA DEL SOL	GUAYAQUIL	PANAMÁ 501 E/ ORELLANA E IMBABURA, EDIF. HOTEL RAMADA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
TURISTICA ESTUDIANTIL	GUAYAQUIL	ESCOBEDO 805 Y LUIS URDANETA PISO 3 OF. 31-32	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
VERGARA ORGANIZATION	GUAYAQUIL	CDLA. LA FAE MZ. #42 SOLAR #1 (REF. A UNA CUADRA DE LA UNIDAD EDUCATIVA LICEO AERONAUTICO)	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA

VIAMREY S. A.	GUAYAQUIL	CDLA. MIRAFLORES, AV. CENTRAL, MZ. 7 SOLAR 112-A	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
VISOLIT	GUAYAQUIL	SAUCES IX MZ. L-11 VILLA 12 A	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
ZOCO	GUAYAQUIL	AV. CARLOS JULIO AROSEMENA KM 1 1/2 EDIF. VEPAMIL-MOVIL PRIMER PISO	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
VIPECUADOR VACACIONES	GUAYAQUIL	PADRE AGUIRRE #104 Y MALECON SIMON BOLIVAR EL FORTIN PISO3 OFC. 1	AGENCIA DE VIAJE	MAYORISTA
AVENTURAS ECUADOR	GUAYAQUIL	AV. QUITO #602 Y LUIS URDANETA EDIF. SECAP PISO. 2 OFIC. 15	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA
ÑUCALLACTA TOURS	GUAYAQUIL	AV. 9 DE OCTUBRE #100 Y MALECON EDIF. LA PREVISORA PISO#5	AGENCIA DE VIAJE	DUALIDAD
RECORMUNDO	GUAYAQUIL	LOS RIOS #606 Y PRIMERO DE MAYO	AGENCIA DE VIAJE	MAYORISTA
ATENASTOURS	GUAYAQUIL	AV. AMERICAS #103 C.C. DE NEGOCIOS EL TERMINAL BLOQUE E LOCAL #48	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA
JMORTOLA TRAVEL	GUAYAQUIL	EDIF. C.C. LAS VITRINAS LOCAL #1	AGENCIA DE VIAJE	DUALIDAD
REPRESENTACIONES TURISTICAS DICIVIAJES	GUAYAQUIL	CARCHI #703 Y AV. 9 DE OCTUBRE EDIF. BOUTIQUE DEL BOULEVARD OFIC. 5	AGENCIA DE VIAJE	INTERNACIONAL
BLUE PLANET EXPEDITION	GUAYAQUIL	CDLA. LOS OLIVOS SOLAR#3 # 105 EDIF. OLIVOS BUSINESS CENTER PISO #2 OFIC. 207	AGENCIA DE VIAJE	DUALIDAD
ECOLOGICAL EXPEDITION	GUAYAQUIL	RIOBAMBA #146 Y JULIAN CORONEL	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA
BMTRAVEL S.A.	GUAYAQUIL	AV. JOAQUIN ORRANTIA S/N EDIF. EQUILIBRIUM PLANTA BAJA LOCAL # S7	AGENCIA DE VIAJE	MAYORISTA
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO WALKING BY ECUADOR	GUAYAQUIL	CDLA. URBANOR #33-B MZ. V	AGENCIA DE VIAJE	DUALIDAD
TURISFROSUR	GUAYAQUIL	CHILE #616 Y SUCRE	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA
TRAVESIAS OPERADORA TURISTICA	PLAYAS	KM. 4,5 VIA A POSORJA JUNTO A LA CASA DE LA TORTUGA	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA
CHUSAN TRAVEL	EL TRIUNFO	AV.8 DE ABRIL 106 Y CARLOS AMEN	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
JET TOURIST S.A	MILAGRO	5 DE JUNIO 432 Y 9 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
WORLD TOURIST	MILAGRO	GARCIA MORENO Y 9 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD
DELGADO TRAVEL	MILAGRO	5 DE JUNIO Y 9 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
INSTITURIS	MILAGRO	GARCIA MORENO Y 9 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
TURISMO INTERNACIONAL	MILAGRO	5 DE JUNIO 422 Y 9 DE OCTUBRE	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL
VIMILSA	MILAGRO	JUAN MONTALVO 917 Y 12 DE FEBRERO	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL

Fuente: Ministerio de Turismo

Una vez resaltando la información que logramos obtener en la subsecretaria de turismo acerca de las existencia de los Operadores de Turismo que estén legalmente constituida en la Región Costa y resaltando al cantón Naranjal la no existencia de un operador de turismo en la ciudad por la cual es notable la existencia de un operador de turismo en el cantón por la gran afluencia y acogida de turistas que visitan a menudo la ciudad de naranjal.

4.4 Verificación de hipótesis

Cuadro 18. Verificación de las hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	Verificación
La creación de una Operadora de agroturismo contribuirá al progreso socioeconómico cultural y natural en la Ciudad Naranjal.	Al examinar los resultados obtenidos se puede observar en el grafico nº 2, donde se evidencia la falta de una Operadora de Agroturismo, alcanzando un total de 65% de personas que afirmaron esto.
HIPÓTESIS PARTICULARES	
El financiamiento se obtiene involucrando a empresas públicas y privadas del Cantón.	En lo que se refiere a financiamiento el 94% de entidades públicas y privadas generan en su mayor parte créditos para este tipo de microempresarios creando beneficios y facilidad para la misma.
Un inventario turístico aportará al crecimiento turístico del cantón.	En una empresa turística es fundamental realizar un inventario turístico porque de esta manera contribuirá al crecimiento del Cantón.
Un talento humano competente contribuirá a ofrecer productos y servicios de calidad turística	Es elemental que la microempresa cuente con un personal capacitado dentro de la misma para que brinde productos y servicio Turísticos de calidad a los futuros clientes, lo cual afirma el 93% de personas encuestadas en la ciudad de naranjal.
Un plan de marketing lograra mantener a la empresa en el mercado.	En esta hipótesis se confirma que un plan de marketing es una buena estrategia para proteger los bienes de la empresa
Una buena administración se lograra mediante la rentabilidad del negocio	En una empresa para lograr su desarrollo debe existir una buena administración
La operadora impactará al avance del turismo social del cantón	El 80% de personas encuestadas afirmaron que es beneficiosa la presencia de una Operadora de Agroturismo para lograr el avance del turismo social de tal manera impulsar a Naranjal como una ciudad Turística

Fuente: Cantón Naranjal

Autoras: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación de una operadora de agroturismo que contribuya al progreso socioeconómico, cultural y natural en la ciudad de naranjal.

5.2. JUSTIFICACIÓN

En cuanto a todos los resultados que se obtuvieron en la muestra tomada de la población Naranjal se logró demostrar, que es de tal importancia una Operadora de agroturismo en el Cantón; debido a la no existencia de la misma los habitantes no pueden hacer uso de los productos y servicios de calidad turísticos, y a su vez disfrutar de todas las riquezas existentes tanto Naturales, culturales y gastronómicos de la Ciudad.

Lamentablemente ninguna empresa pública o privada se ha encargado de la creación de un Operador de Agroturismo en la ciudad para que este genere beneficios y ventajas a la misma como es el desarrollo socio-económico turístico.

La Operadora de Agroturismo será un pilar fundamental para generar fuentes de trabajo de tal manera que brindara oportunidad de empleo especialmente a la comunidad local, logrando ubicar a Naranjal como uno de los sectores Turísticos más desarrollado y reconocido a nivel provincial. Demostrando ser una microempresa que desarrolla sus actividades con disciplina y responsabilidad. Para la cual contara con las siguientes áreas principales como son: área financiera, operaciones y promoción. Contribuyendo de esta manera con el desarrollo y progreso de la sociedad.

La propuesta de este proyecto es tratar de resolver la falta de un Operador de Agroturismo que está afectando al Cantón Naranjal .Por lo que este proyecto está destinado a satisfacer todas las necesidades e inquietudes, para que los turista se sienta muy informado la creación de la Operadora de Agroturismo será de mucha importancia porque el Cantón va a tener un desarrollo e incremento de turista dentro y fuera de la ciudad.

En las encuestas realizadas la población de Naranjal está de acuerdo con la creación de un Operador de Agroturismo siendo uno de estos un gran factor para que este proyecto se dé, entre los servicios que brindará el Operador será la de dotar y de enriquecer a los turistas de toda la información necesaria de los diferentes puntos turísticos y el tipo de turismo que en ella podría realizarse, para que aumente aun más la necesidad de viajar y conocer los diferentes atractivos que tiene nuestra operadora y nuestro País.

La Operadora le brindara al turista todo tipo de información tales como:

- 1.-Charlas
2. Videos
3. Entrega de folletos
4. Trípticos
5. Viajes y toda la información necesaria.

5.3. FUNDAMENTACIÓN

El Ministerio de Turismo ha desarrollado y ejecutado diversas iniciativas con el fin de proporcionar canales de acceso a la información de los recursos de los ecuatorianos y que requiere el turista nacional como extranjero, así como para el desarrollo, simplificación descentralización de ciertos procesos administrativos que permiten mejorar la oferta turística ecuatoriana.

Podemos decir que la microempresa Turística se define como un conjunto de operaciones, técnicas que las emplean para el desarrollo con las actividades que se

realizan tanto interno como externo de la misma, como toda microempresa requiere desarrollar aplicando la planificación, organización, controlar y dirigir de manera tecnificada.

Ofreciendo diferentes actividades, destinos y lugares de interés, mostrando lo mejor de la provincia y sus alrededores, para aquellos que gozan de la naturaleza y desean disfrutar de inolvidables aventuras.

Atractivos paquetes con guías especializados, información turística actualizada lo que le permite interactuar con nuestra gente y a la vez mostrarle las maravillas que encierra este fantástico país. Empresa de profesionales en Turismo con una conciencia medio ambiental, respeto a la naturaleza, etnias y demás manifestaciones culturales que son parte de la historia y mega diversidad que se puede encontrar en los territorios ecuatorianos.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

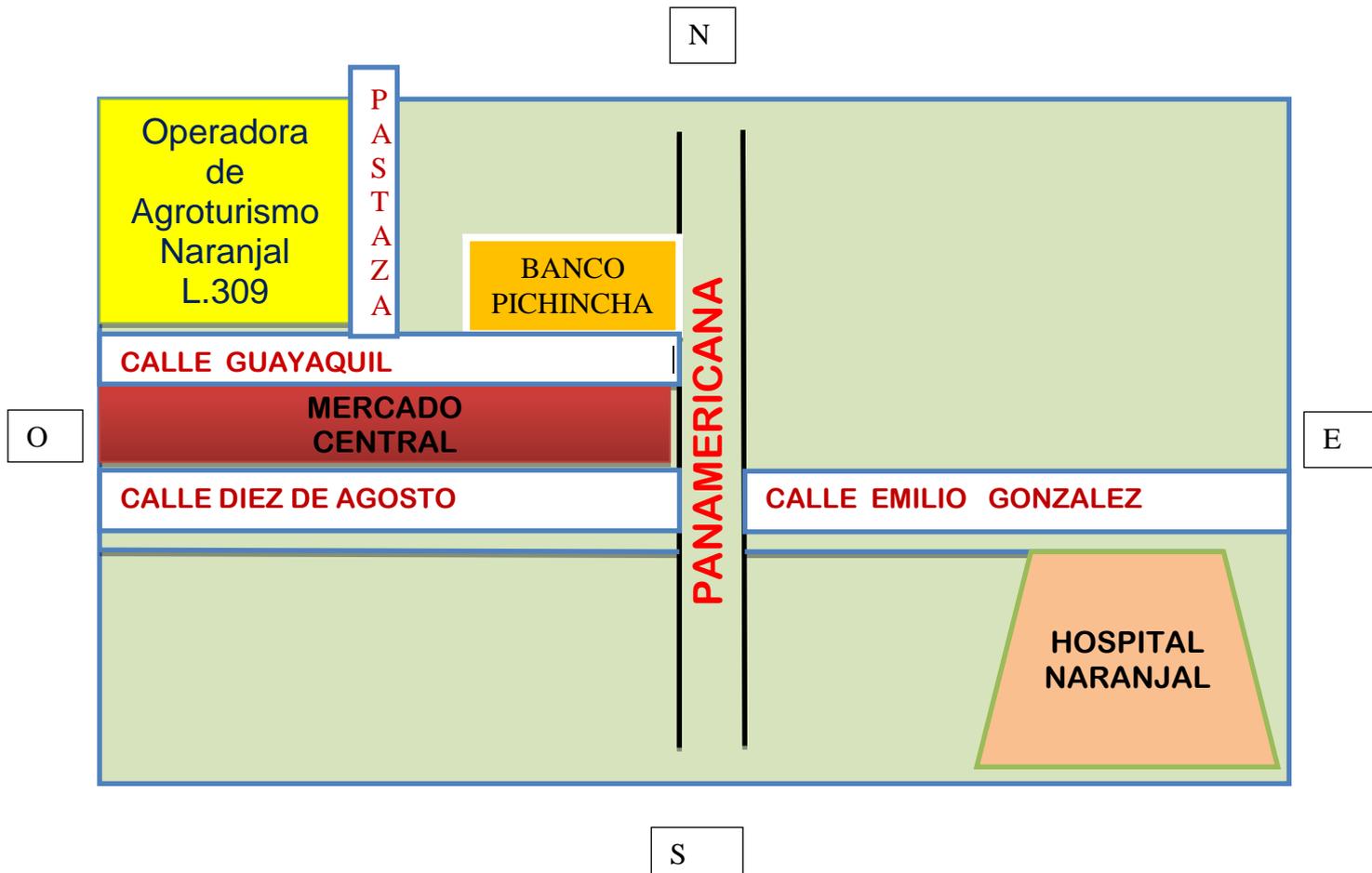
Lograr ser una microempresa productiva, competitiva y generadora de empleo con una gran estandarización en el mercado, ofreciendo productos y servicios de primera, calidad.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- ✓ Creación de una Operadora de agroturismo
- ✓ Contribuir al desarrollo del turismo local.
- ✓ Generar fuente de trabajo.
- ✓ Ofrecer productos y servicios de calidad.
- ✓ Mantenerse vigente en el mercado
- ✓ Aplicar las habilidades y destrezas para dirigir adecuadamente.
- ✓ Obtener rentabilidad económica.

5.5 UBICACIÓN

Grafico 16. Ubicación de la empresa

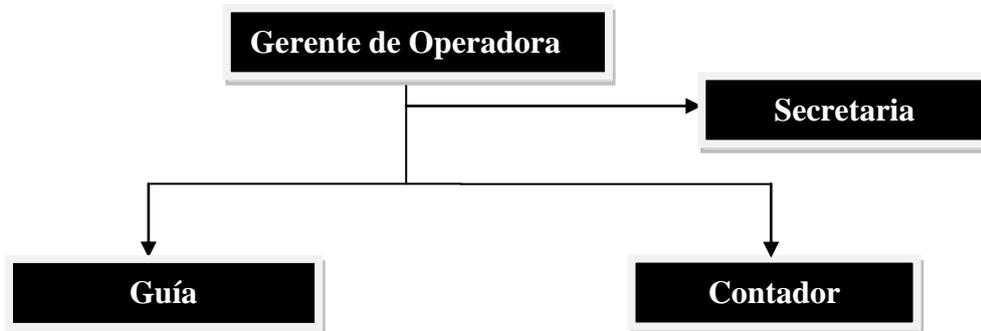


La operadora se encuentra ubicada en el País de Ecuador, en la Provincia del Guayas, Cantón Naranjal.

En la zona centro, ubicado entre la Av. Principal, Calle Guayaquil y Pastaza local N° 309 frente al Banco Pichincha y Mercado Central: Este local será alquilado, el inmueble consta de una sola planta color hueso y olivo, con puerta enrollables, aquí estará ubicada nuestra empresa debido a un mayor acentamiento de visitantes a la localidad.

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Marco Administrativo



Gerente de Operadoras. El gerente de operadora se ocupa, principalmente, de gestionar las actividades económicas, administrativas, de personal y de recursos tecnológicos, actuando

Empresarialmente para la satisfacción del cliente, el crecimiento y la sustentabilidad del negocio.

El gerente de operadora debe:

Representar a la organización:

- a) Representar a la empresa en eventos de la comunidad;
- b) Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios Turísticos, instituciones públicas y privadas;
- c) Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico;
- d) Conducir reuniones y conferencias de la empresa.

Definir estrategias de desarrollo

- a) Establecer objetivos y metas
- b) Definir necesidades y gestionar prioridades de movilización de recursos;
- c) Planificar y desarrollar nuevos servicios y productos turísticos;
- d) Establecer cronogramas, plazos y presupuestos;

e) Mantener información sobre nuevas tecnologías y cambios en el mercado.

Administrar el negocio

- a) Alcanzar la mayor rentabilidad y beneficios;
- b) Definir criterios para la administración del equipo;
- c) Establecer políticas de remuneración e incentivos;
- d) Optimizar resultados;
- e) Controlar costos, presupuestos, estadísticas y rentas;
- f) Ejecutar acuerdos y contratos;
- g) Verificar en forma frecuente la calidad de los productos turísticos;
- h) Desarrollar informes.

Realizar actividades de mercadeo (marketing) y ventas

- a) Realizar investigaciones de mercado para determinar productos turísticos y servicios;
- b) Desarrollar programas de comercialización;
- c) Ejecutar campañas promocionales;
- d) Establecer acuerdos y alianzas comerciales;
- e) Identificar mercados objetivos;
- f) Realizar el marketing mix.

Supervisar la operación de sistemas y equipos

- a) Verificar la implementación y el uso de sistemas informáticos de turismo, computadora, fax, teléfonos, centrales telefónicas, fotocopiadora, calculadoras, máquinas de tarjeta de crédito;
- b) Asegurar el mantenimiento de los equipos y el entrenamiento adecuado del personal involucrado.

Supervisar la presentación del personal:

- a) Cumplir y hacer cumplir los cuidados de higiene y apariencia personal.
- Asegurar la satisfacción del cliente:
- a) Analizar los reportes de investigación de satisfacción de los clientes, sugerencias y reclamos de los servicios otorgados y aplicar las acciones correctivas necesarias;
 - b) Mantener contacto con el cliente;

- c) Supervisar el servicio de atención al cliente;
- d) Establecer políticas de seguridad y privacidad;(Continúa)
- e) Mejorar la eficacia de los servicios que eleven la calidad de los productos turísticos ofertados al cliente y la imagen de la empresa;
- f) Orientar la atención personalizada en la selección del servicio turístico solicitado por el cliente;
- g) Verificar el cumplimiento de contratos, servicios ofertados y el mantenimiento de la documentación necesaria.

Liderar el equipo

- a) Organizar al equipo necesario para la realización del servicio turístico;
- b) Supervisar y orientar el trabajo de todos los miembros del equipo;
- c) Transmitir la información y entrenamiento necesario para el desarrollo de las actividades;
- d) Incentivar la cooperación de sus empleados;
- e) Desarrollar acciones motivadoras y crear estímulos laborales;
- f) Promover un buen ambiente de trabajo;
- g) Estimular el trabajo en equipo;
- h) Conciliar intereses profesionales;
- i) Definir funciones de cada empleado.

Competencia

El gerente de operadora, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

Conocimientos

- a) Herramientas básicas de planificación, control y método de optimización de resultados;
- b) Administración especializada en productos turísticos;
- c) Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales;
- d) Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros y pólizas de seguros utilizadas en el turismo;

- e) Técnicas básicas de negociación y administración de contratos;
- f) Características y conocimiento de productos, servicios comerciales y de los destinos vendidos;
- g) Vocabulario técnico del turismo;
- h) Informática y sistemas específicos de agencias operadoras;
- i) Aspectos legales básicos pertinentes a la administración de operadoras;
- j) Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas;
- k) Aspectos laborales de empleados fijos y ocasionales de la empresa;
- l) Técnicas básicas de liderazgo, ventas, negociación y gestión de personal;
- m) Planificación de paquetes turísticos;
- n) Comercialización turística por internet.

Habilidades

- a) Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva con empleo de gramática y vocabulario adecuados;
- b) Planificación de corto, mediano y largo plazo;
- c) Análisis y juzgamiento con base en datos;
- d) Raciocinio numérico aplicado a negocios;
- e) Toma de decisiones en situaciones críticas;
- f) Raciocinio lógico y verbal;
- g) Capacidad para solucionar conflictos;
- h) Capacidad para evaluar ideas;
- i) Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales;
- j) Análisis del comportamiento humano e interrelación del lenguaje corporal, en particular gestual.

Actitudes

- a) Previsor. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos. (Continúa)
- b) Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- c) Persuasivo. Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las opiniones de otros, negociador.

d) Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.

e) Razonador con datos. Le gusta trabajar con datos, se basa y actúa sobre hechos, goza midiendo y evaluando.

f) Optimista. Feliz, animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo o bueno de las cosas.

Secretaria. La profesión de auxiliar administrativo está orientada a realizar actividades elementales en centros privados o públicos. Sin duda, son un elemento vital si se quiere llevar a cabo una buena gestión empresarial.

Sus funciones principales están relacionadas con el trabajo de oficina, como pueden ser:

- Tramitar correspondencia, su entrada y salida.
- Recepción de documentos.
- Atender llamadas telefónicas.
- Atender visitas.
- Archivo de documentos.
- Cálculos elementales.
- Informar sobre todo lo referente al departamento del que depende.
- Estar al día de la tramitación de expedientes.
- Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.
- Poseer conocimiento de los departamentos de las Administraciones Públicas con los que esté más relacionada la sección de que dependa.
- Asimismo, tener conocimiento del manejo de maquinaria de oficina, desde calculadoras hasta fotocopiadoras, pasando por ordenadores personales y los programas informáticos que conllevan.
- Completo conocimiento de uno o más idiomas extranjeros.
- Amplios conocimientos en protocolo institucional y empresarial. si usted llama y le contesta pregunte de donde le contestan, para mayor seguridad.

En definitiva, la figura de la persona profesional del secretariado es como gestora del tiempo del directivo con el que colabora, para que éste no deba preocuparse más que en la toma de decisiones que beneficien el progreso de la compañía.

Marketing.- El término marketing es un anglicismo que tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler (considerado por algún padre *del* marketing) es “el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios”. Sin embargo, hay otras definiciones; como la que afirma que el marketing es el *arte* o *ciencia* (cabe aclarar para evitar confusiones que el Marketing pertenece a la ciencia de la *Administración*, este es una sub-ciencia o área de estudio de esta) de satisfacer las necesidades de los *clientes* y obtener *ganancias* al mismo tiempo

La dirección de marketing es la aplicación práctica de las técnicas de marketing. Es el análisis, planeación, implementación y control de programas diseñados para crear, construir y mantener intercambios de beneficio mutuo con los mercados objetivo. El director de marketing tiene la tarea de influir sobre el nivel, el tiempo y la composición de la demanda de modo que pueda alcanzar los objetivos organizacionales.

Las funciones de marketing implican

- Comprender la estructura económica del sector industrial
- Identificar los segmentos existentes en el mercado
- Identificar la estrategia de marketing que mejor se adapta a la compañía
- Identificar el mercado objetivo
- Realizar investigación de mercado para desarrollar perfiles (demográfico, sicográfico y comporta mental) del conjunto de tus clientes
- Comprender a tus competidores y sus productos
- Desarrollar nuevos productos
- Establecer mecanismos de control del entorno para detectar amenazas y oportunidades
- Comprender las fortalezas y debilidades de tu compañía
- Auditar la experiencia de los clientes acerca del conjunto de la marca

- Desarrollar estrategias de marketing para cada uno de los productos utilizando las variables del marketing mix: producto, precio, distribución y publicidad
- Crear una ventaja competitiva duradera
- Comprender dónde deben estar en el futuro las marcas de la compañía y redactar planes de marketing de forma regular para ayudar a conseguirlo
- Establecer sistemas de retroalimentación (sistemas de información para la dirección) para ayudar a determinar los cambios necesarios para optimizar los procesos de mercadeo y generación de productos medios y terminales.

La promoción cubre una amplia variedad de incentivos para el corto plazo cupones, premios, concursos, descuentos- cuyo fin es estimular a los consumidores, al comercio y a los vendedores de la propia compañía, gasto en la promoción de ventas ha aumentado más rápidamente que el de publicidad en los últimos años. La promoción de ventas exige que se fijen unos objetivos, se seleccionen las herramientas, se desarrolle y pruebe los programas antes de instrumentarlo, y se evalúen sus resultados.

Funciones de la Promoción

Promoción de consumo.- ventas promocionales para estimular las adquisiciones de los consumidores.

Instrumentos de promoción de consumo:

Muestras: Obsequio de una pequeña cantidad de un producto para que los consumidores lo prueben.

Cupones: certificados que se traducen en ahorros para el comprador de determinados productos.

Devolución de efectivo(o rebajas): Devolución de una parte del precio de compra de un producto al consumidor que envíe una 'prueba de compra' al fabricante.

Paquetes promocionales (o descuentos): Precios rebajados directamente por el fabricante en la etiqueta o el paquete.

Premios: Productos gratuitos o que se ofrecen a bajo costo como incentivo para la adquisición de algún producto.

Recompensas para los clientes: Recompensas en efectivo o de otro tipo por el uso regular de los productos o servicios de alguna compañía.

Promociones en el punto de venta (ppv): Exhibiciones o demostraciones en el punto de venta o compra.

Concursos, rifas y juegos : Eventos promocionales que dan al consumidor la oportunidad de ganar algo por suerte o con un esfuerzo extra.

Promoción Comercial.- promoción de ventas para conseguir el apoyo del revendedor y mejorar sus esfuerzos por vender.

Promoción para la fuerza de ventas.- promoción de ventas concebidas para motivar a la fuerza de ventas y conseguir que los esfuerzos de ventas del grupo resulten más eficaces.

Promoción para establecer una franquicia con el consumidor.- promoción de ventas que promueven el posicionamiento del producto e incluyen unos mensajes de venta en el trato.

Contador. Toda empresa o entidad requiere para su buen funcionamiento de los servicios del contador por ser la persona capaz de estructurar el sistema de procesamiento de operaciones mas adecuadas que proporcionen la información financiera confiable para tomar a tiempo las decisiones más acertadas

Funciones que realiza el Contador

- ✓ Implanta el sistema contable más conveniente para la empresa
- ✓ Establecer el procedimiento optimo de registros de operaciones efectuadas por la empresa
- ✓ Verificarla exactitud de las operaciones registradas en libros y registros auxiliares
- ✓ Vigilar el cabal cumplimiento de las obligaciones fiscales
- ✓ Elaborar, analizar e interpretar los estados financieros
- ✓ Proporcionar a la dirección información confiable y oportuna para la toma de decisiones en el curso diario

Gerente financiero El concepto de gerencia financiera o administración financiera implica que esos flujos de fondos se manejen de acuerdo con algún plan preestablecido.

El gerente financiero se responsabiliza por:

- 1) Determinar el monto apropiado de fondos que debe manejar la organización (su tamaño y su crecimiento)
- 2) Definir el destino de los fondos hacia activos específicos de manera eficiente.
- 3) Obtener fondos en las mejores condiciones posibles, determinando la composición de los pasivos. En el pasado, el gerente financiero estaba encargado casi exclusivamente de la función, hoy está ligado con toda la organización.

La combinación de factores tales como la competencia creciente, la inflación persistente, la explosión tecnológica, la preocupación nacional, los problemas del medio ambiente, la sociedad, las regulaciones gubernamentales, las operaciones internacionales, ligan al gerente financiero con los aspectos de la dirección general, y a su vez estos factores han exigido a las empresas un grado de flexibilidad.

En la medida en la cual los fondos se asignen equivocadamente, el crecimiento de la economía será lento y en una época de escasez y de necesidades económicas insatisfechas, van en detrimento en toda la sociedad.

El gerente financiero a través de una optima asignación de fondos, contribuyen al fortalecimiento de su firma, a la vitalidad y crecimiento de toda la economía.

Jefe de Operaciones. El jefe de operaciones, director general de operaciones o COO (del inglés chief operating officer) de una empresa es el ejecutivo responsable del control de las actividades diarias de la corporación y de manejo de las operaciones (OM). El COO es uno de los puestos más altos en una organización y reporta directamente al director ejecutivo (CEO) o a la junta de directores de la empresa.

Funciones del Jefe de operaciones

Lleva los libros o registros de contabilidad de una empresa, registrando los movimientos monetarios de bienes y derechos. Dentro de dichos informes se encuentran los estados contables o *estados* financieros, los presupuestos y las

rendiciones de cuentas o balances de ejecuciones presupuestales, utilizados internamente en las empresas u organismos y también por parte de terceros, como reguladores, oficinas recaudadoras de impuestos o bancos.

En muchos casos los terceros exigen que dichos informes estén confeccionados o respaldados por un profesional contable. Su trabajo es registrar conforme a la normativa aplicable los movimientos u operaciones económicos que hace la compañía, de forma que se puedan publicar esos resultados con vistas a informar a accionistas, inversores, proveedores y demás personas interesadas (como trabajadores, entidades públicas, entidades financieras, etc.). Esta tarea tradicionalmente se ha hecho a mano o con máquinas de calcular, pero en la actualidad se cuenta con numerosos sistemas informáticos que facilitan la gestión.

- ✓ Administra los servicios de la empresa
- ✓ Garantiza la operatividad de los equipos, instalaciones y configuraciones de los sistemas inherentes a internet
- ✓ Administra la seguridad de la operadora
- ✓ Evaluación del despliegue de paquetes turísticos existentes para satisfacer la demanda de los turistas
- ✓ Supervisar y evaluar la implementación de nuevos servicios
- ✓ Supervisar y evaluar el crecimiento de la operadora
- ✓ Supervisar el trabajo del personal de todas las áreas.

Guías. Es la persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes.

Funciones Generales. El guía es el responsable de la coordinación, recepción, asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Funciones Específicas Coordinar con el operador de turismo

Recibir las instrucciones de la empresa operadora sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar que influye: número de vuelo o las

especificaciones del barco, día y hora de llegada, tipo de tour, ordenes de servicios, presupuesto para gastos del tour y pases a instalaciones servicios, presupuestos para gastos del tour y pases a instalaciones restringidas

- ✓ Supervisar la unidad de transporte a utilizar
- ✓ Elaborar informe al finalizar los itinerarios
- ✓ Acompaña a los turistas en sus compras, paseos, visitas, espectáculos y diversiones

La Operadora de Agroturismo se creara en la ciudad de Naranjal donde se tendrá como eje principal la planificación, organización, dirección y control para el buen funcionamiento de nuestra Empresa.

Nuestra operadora se dedicara a elaborar y ofrecer toda clase de paquetes Turístico en lo que incluye desde el transporte, hospedaje, alimentación, traslado a los diferentes sitios turísticos a nivel cantonal y nacional, con los mejores servicios de calidad que hay en el mercado.

La Administración estará conformada por un Gerente de Operadoras, Secretaria, Jefe de Marketing y Operaciones, Contador, Guía.

Misión

Ser una Operadora de Agroturismo sólida y responsable, capaz de atender las necesidades de todos nuestros clientes. Operando sobre la base del desarrollo tecnológico, la honestidad y la calidad humana de nuestra gente.

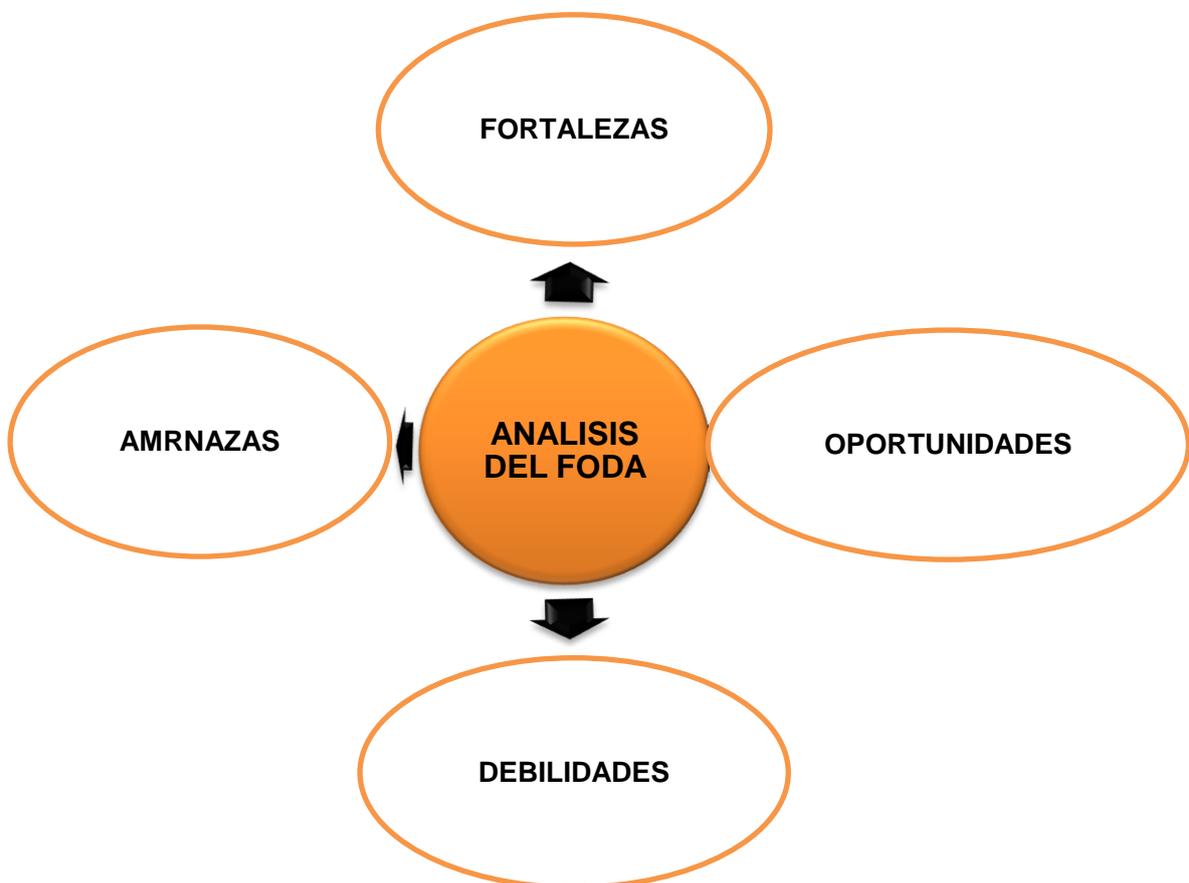
Visión

Ser reconocidos por la industria como la mejor Operadora de Agroturismo del Ecuador, basada en la calidez, eficacia, profesionalismo y el desarrollo tecnológico, habiendo logrando que nuestra gente sienta a Operadora Agroturismo como su propia empresa.

Análisis Foda

Es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar la Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas enfocándose solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

Grafico Nº15. Análisis del FODA



Fuente: Carmen Saraguro y Jessica Pinos

Fortaleza

- Capacidad de trabajo
- Contar con mano de obra calificada
- Capacidad administrativa
- Experiencia laboral

Debilidades

- No contar con capital de inversión
- No contar con el área del local
- No contar con transporte
- No contar suministro de oficina
- No contar con oficinas de información turística

Oportunidades

- Apertura de mercado
- Obtener afluencia de turistas nacionales internacionales
- Extenderse a otras ciudades
- Brindar servicio de calidad

Amenazas

- La competencia
- Señalización
- Delincuencia
- Fenómenos naturales y sierre de vías
- Impuestos

Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado de la microempresa está dirigida a una parte de la población del Cantón Naranjal, y la segmentación está compuesta con características demográficas, pictográficas, sociográficas y geográficas. Por lo general nuestros futuros clientes (Turistas) serán todas las personas de instituciones públicas y privadas.

Composición del Mercado

La composición del mercado corresponde a las siguientes características que influyen en la segmentación:

Demografía: comprende entre las personas de género masculino y femenino y las edades están en los 15 años en adelante, lo cual pueden adquirir todos los productos y servicios de calidad que la microempresa está dispuesta a ofrecer.

Geografía: Cantón Naranjal, Provincia del Guayas, Región Costa, País Ecuador.

Psicografía: Es esencial tener en consideración las diferentes necesidades y expectativas de los clientes (Turistas). Sin embargo todos los propósitos de la microempresa es cumplir satisfacer a sus Turísticas.

Sociografía: Nuestro principal objetivo estará dirigido a Turistas locales, Nacionales.

Nombre comercial de la empresa: Operadora de Agroturismo “Naranjal”

Productos y servicio: Venta de paquetes Turísticos y también brindaremos servicios de Guía.

Características de la microempresa Operadora de Agroturismo:

Nuestro microempresa contara:

- Furgoneta
- Guías Turísticos
- Mapas turísticos
- Trípticos
- Folletos

MARKETING MIX

PRODUCTO

El producto no existe como tal, sino como un conjunto de atributos o características de aquél, que en principio son capaces de reportarle al comprador algún beneficio con relación a los usos o funciones buscados, es decir, sus necesidades.

Misión

Nuestro objetivo principal es crear paquetes turísticos que brinde a los turistas nacionales e internacionales un sano esparcimiento en las diferentes regiones del

país y también tengan conocimientos sobre los lugares turísticos del cantón Naranjal.

Visión

Ofrecer información y calidad de servicio personalizada para que nuestra empresa sea reconocida a nivel nacional e internacional procurando que los turistas que visiten el establecimiento tengan un trato adecuado y contribuyan con el desarrollo turístico del cantón.

El producto en este caso serían los paquetes turísticos ofrecidos por la Operadora de Turismo "Naranjal".

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El proyecto será viable y alcanzable y para poder ejecutarlo se realizara mediante un crédito financiero a través de entidades privadas Financieras que nos permitirá obtener un capital para poder plantear nuestro negocio y entre los objetivos principales de lo que ofrece nuestra microempresa será la venta de paquetes turística todo incluido llenando las expectativas de nuestros clientes.

Con los elementos que la operadora va a trabajar será con los materiales necesarios de publicidad tanto de la operadora como del Cantón y con una oficina amplia, segura y legalmente registrada para que el cliente no sienta inseguridad al momento de comprar su paquete.

Nuestra empresa estará segura porque contamos un personal altamente calificado y distribuido en áreas diferentes dentro y fuera de la empresa, entre los profesionales con los que la empresa contara será:

Un gerente de operadora, Una secretaria, Un Gerente de Marketing y de Operaciones, Un contador, Un guía.

Nuestra empresa estará ubicada en el País Ecuador, en la Provincia del Guayas en la Ciudad de Naranjal entre la Av. Olmedo calle 7 de Noviembre y Carchi local 309

frente a la oficina de la UTE y al Municipio Municipal. Características del inmueble: edificio de tres pisos color hueso y olivo, dos locales con puertas enrollables, de hormigón armado.

Este Proyecto se ejecutara mediante la aprobación del Crédito Financiero después de un año.

5.7.1 Actividades

Nuestra Operador de Agroturismo realizara diferentes actividades turísticas, las cuales se desarrollaran con empresas tanto públicas como privadas, contando con diferentes recursos especializados, y su vez brindando productos y servicios de calidad como paquetes turísticos con diferentes costes, servicio de guías especializadas, servicio directo e indirecto para con los Turistas y a su vez empleando una sostenibilidad turística.

La microempresa aportara al aprovechamiento de todos los recursos turísticos para un Cantón productivo y Turístico.

ESTRATEGIA DE MARKETING

La estrategia de Marketing consta de tres partes:

El Mercado Objetivo, el Posicionamiento del producto planeado y las ventas, la cuota de mercado y los beneficios esperados para los primeros años.

Mercado Objetivo

El Mercado Objetivo para la Operadora de Agroturismo Naranjal se lo ha decidido luego de realizar el estudio de Mercado, el cual nos ha permitido identificar que nuestros potenciales clientes, a los cuales va a estar dirigido nuestro producto son Turistas principalmente nacionales, aunque en un porcentaje menor también extranjeros, de entre 15 y 80 años de edad que gusten de actividades turísticas participativas que les permitan tener experiencias nuevas y diferentes al compartir experiencias en los principales lugares turísticos del país y del cantón Naranjal.

Posicionamiento del producto planeado y ventas

Para posicionar a nuestro producto se debe desarrollar una estrategia de ventas que nos permita darlo a conocer en el mercado turístico nacional e internacional para de esta forma atraer a nuestros potenciales clientes.

Cuota de Mercado

Nuestra cuota de mercado será tomada de la demanda insatisfecha existente, que en este caso es de 130.911 turistas por año.

PAQUETES TURÍSTICOS



PAQUETES AGROTURISTICO MARANJAL

RUTA DEL CACAO

Estadía de 2 noches y 3 días, incluido desayuno y cena.

1er Día:

Visita hacia la Reserva Ecológica Manglares Churute, directo hacia Puerto de los Mangles, ahí nos embarcaremos en una lancha y navegaremos por su exuberante manglar, observación de aves, peces, cangrejos por todos los mangles como son el mangle jeli, rojo, negro también vistaremos la laguna del Can clon para visualizar la ave única en la provincia; y acompañados de un guía especializado. Duración del viaje 2 horas. Incluidos refrigerios.

En este día realizaremos actividades de captura de cangrejos, conchas y ostiones. Se realizará también la preparación de platos típicos con estos frutos del mar

2do Día:

Visita a las plantaciones de cacao y café; para la elaboración de la esencia del café y el chocolate, desayuno y degustación del mismo.

Visita la comuna Shuar ahí encontraran agua termales que le ayudaran aliviar dolores las cuales de las consideran muy medicinales, también se disfrutara de bailes y danzas folklóricas y disfrutar de la gastronomía típica del lugar.

3er Día:

Recorrido por la ciudad donde conoceremos su historia, su folklor, su patrimonio cultural como el monumento de Simón Bolívar y disfrutaremos de los platos tradicionales como cebiches de camarón, ensalada de cangrejo, seco de guanta.

Visita al Cerro de Hayas este lugar paradisiaco se encuentra en la ciudad de Naranjal en las estribaciones bajas de Molleturo en la Cordillera Occidental de los Andes, aquí se encuentran series de cascadas la cual hay que ir escalando para poder pasar a las siguientes son 6 cascadas seguidas, además de eso hay gran diversidad de aves, y árboles forestales también puedes realizar Ecoturismo, caminata, camping, recreación y observación de paisaje.

Visita a "Camino Real del Inca" Desde la entrada, donde está el arco hasta el "Bosque de piedras gigantes el tramo del "Camino Real del Inca. En el camino nos encontramos con esta ruta, hecha de piedra a lo largo del camino, y una historia tendrán estas rocas, si ellas hablaran podrán decirte quienes y que dijeron en esos tiempos.

Incluido: Hospedaje, Transporte, Movilización, Actividades.

Recomendaciones: llevar protector solar, repelente, gorra, zapatos deportivos, ropa ligera, cámara fotográfica.

En la noche de despedida se les realizara una fiesta con presentaciones de bailes folklóricos típicos del Cantón.

Costo del paquete

COSTO	\$114
P.V.P (Margen de Utilidad 30%)	150

COSTOS

DETALLE	VALORES
Hotel	\$ 40
Alimentación \$ 13 por día tres comidas	39
Transporte	20
Actividades Varias	15

PAQUETES ALTERNATIVOS

Ruta del SOL / SPONDYLUS ESTADIA 4Días / 3Noches



ITINERARIO:

Día 1

Salida 7:00 am Naranjal de la (**oficina**)

11:00 Llegada a Salinas

11:30 visita playa punta carnero

12:30 almuerzo

15:00 visita laya chocolatera

16:30 visita Museo Amantes de Sumpa en **Santa Elena**

18:30 Llegada a Ballenita

19:30 check-in en el hotel Farallón Dillon

20:00 cena

Día 2

8:00 am desayuno continental

9:30 check- out

12:00 Llegada a Montañitas

12:30 Almuerzo en Montañitas

15:30 salida de Montañitas

19:00 Llegada a Puerto Lopez

19:30 check-in en el Hotel el Pacifico

20:00 cena

21:00 fogata en la playa

Día 3

8:00 am desayuno

9:00: avistamiento de ballena jorobadas

12:00 visita Isla de la plata

12:30 lonche

13:00 camina por senderos de la Isla

18:00 llegada al hotel

20:00 cena

Día 4

9:30 am desayuno en el Hotel

10:30 visita playa de los frailes

11:30 visita Parque Nacional Machalilla

13:00 almuerzo

19:00 Llegada a lugar de residencia

RUTA SIERRA NORTE ESTADIA 3ías / 2Noches



ITINERARIO:

Día 1

Salida 5:00 am Naranjal de la (**oficina**)
12:00 Llegada a Quito
12:30 check-in Hotel Reina Isabel
13:00 almuerzo
14:00 visita la Catedral la plaza de la Independencia
16:00 visita Volcán Pululahua
15:30 visita mitad del mundo
19:00 Llegada al Hotel
20:00 cena

Día 2

8:00 am desayuno continental
9:30 visita teleférico
13:00 almuerzo
14:00 visita Palacio de Carondelet
17:30 visita el Panecillo
19:30 Llegada al Hotel
20:00 cena

Día 3

8:00 am desayuno americano
9:00 check- aut
13:00 visita Ambato
13:20 almuerzo
14:00 visita la Quinta de Juan Montalvo
20:00 Llegada al lugar de origen

5.7.2. Análisis financiero

Sueldos Mensuales

Cuadro 19. Sueldos mensuales del personal de la empresas

GASTOS DE PERSONAL	
Gerente Operadora	\$500
Secretaria	\$318
Contador	\$400
Guía	\$318
TOTAL =	\$1536

Fuente: Carmen Saraguro & Jessica Pinos

Cuadro 20: costos Fijos

COSTOS FIJOS	
SUELDOS	\$ 1.536,00
RECURSOS OPERACIONALES	\$ 410,00
ALQUILER DE OFICINA	\$ 350,00
IMPUESTOS \$380/12	\$ 31,00
TOT AL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.327,00
DIVIDENDO \$ 7284,29/6	\$ 1.214,04
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 5.868,04

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Capital
 \$ 50.000,00
 I: 15%
 T: 5 años
 P: semestrales

No.	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
				CAPITAL
-				\$ 50.000,00
1	3.534,29	3.750,00	7.284,29	46.465,71
2	3.799,36	3.484,93	7.284,29	42.666,35
3	4.084,31	3.199,98	7.284,29	38.582,03
4	4.390,64	2.893,65	7.284,29	34.191,40
5	4.719,94	2.564,35	7.284,29	29.471,46
6	5.073,93	2.210,36	7.284,29	24.397,53
7	5.454,48	1.829,81	7.284,29	18.943,06
8	5.863,56	1.420,73	7.284,29	13.079,50
9	6.303,33	980,96	7.284,29	6.776,17
10	6.776,08	508,21	7.284,29	0,09

Fuente: Carmen & Jessica Pinos

Cuadro 21. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		
PVx	CVx	CF
\$ 150	\$ 114	\$ 5.868,04
	\$ 36	
	163,00	mensual

Fuente: Carmen & Jessica Pinos

Cuadro 22. Beneficio Social

BENEFICIO SOCIAL	
DETALLE	SUELDO X MES
13avo sueldo Diciembre	$1536/12=$ 128
15avo sueldo DE ABRIL	$318*4=1272/12=$ 106
TOTAL	\$ 234 POR MES

Fuente: Carmen & Jessica Pinos

Cuadro 23: Gastos

DETALLE	VALORES
Hotel	\$ 40
Alimentación \$ 13 por día tres comidas	39
Transporte	20
Actividades Varias	15
TOTAL	\$ 114

Cuadro 24. Costos

COSTO	\$ 114
P.V.P (Margen de Utilidad 30%)	\$ 150

Fuente: Carmen & Jessica Pinos

Cuadro 25. Estado de Perdida Y Ganancia

ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIA							
CREACION DE UNA OPERADORA DE AGROTURISMO							
		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$150+ 163 Paquetes							
\$ 150	\$ 163,00	\$ 24.450,00	\$ 293.400,00	\$ 322.740,00	\$ 355.014,00	\$ 390.515,40	\$ 429.566,94
			-	-	-	-	-
COSTOS			-	-	-	-	-
Alimentación 39 por persona y por paquete			-	-	-	-	-
\$ 39	\$ 100,00	\$ 3.900,00	\$ 46.800,00	\$ 51.480,00	\$ 56.628,00	\$ 62.290,80	\$ 68.519,88
Hotel			-	-	-	-	-
\$ 40	\$ 100,00	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00	\$ 52.800,00	\$ 58.080,00	\$ 63.888,00	\$ 70.276,80
Transporte			-	-	-	-	-
\$ 20	\$ 100,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00	\$ 26.400,00	\$ 29.040,00	\$ 31.944,00	\$ 35.138,40
Actividades Varias			-	-	-	-	-
\$ 15	\$ 100,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 19.800,00	\$ 21.780,00	\$ 23.958,00	\$ 26.353,80

TOTAL COSTOS		\$ 11.400,00	\$ 136.800,00	\$ 150.480,00	\$ 165.528,00	\$ 182.080,80	\$ 200.288,88
			-	-	-	-	-
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 13.050,00	\$ 156.600,00	\$ 172.260,00	\$ 189.486,00	\$ 208.434,60	\$ 229.278,06
GASTOS ADMINISTRATIVOS							
SUELDOS		\$ 1.536,00	\$ 18.432,00	\$ 20.275,20	\$ 22.302,72	\$ 24.532,99	\$ 26.986,29
RECURSOS OPERACIONALES		\$ 410,00	\$ 4.920,00	\$ 5.412,00	\$ 5.953,20	\$ 6.548,52	\$ 7.203,37
ALQUILER DE OFICINA		\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 4.620,00	\$ 5.082,00	\$ 5.590,20	\$ 6.149,22
IMPUESTOS \$380/12		\$ 31,00	\$ 372,00	\$ 409,20	\$ 450,12	\$ 495,13	\$ 544,65
BENEFICIOS SOCIALES		\$ 234,00	\$ 2.808,00	\$ 3.088,80	\$ 3.397,68	\$ 3.737,45	\$ 4.111,19
TOT AL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 2.561,00	\$ 30.732,00	\$ 33.805,20	\$ 37.185,72	\$ 40.904,29	\$ 44.994,72
GASTOS FINANCIEROS		\$ 602,91	\$ 7.234,93	\$ 7.958,42	\$ 8.754,26	\$ 9.629,69	\$ 10.592,66
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y TRABAJADORES		\$ 9.886,09	\$ 118.633,07	\$ 130.496,38	\$ 143.546,02	\$ 157.900,62	\$ 173.690,68
15% TRABAJADORES		\$ 1.482,91	\$ 17.794,96	\$ 19.574,46	\$ 21.531,90	\$ 23.685,09	\$ 26.053,60
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 8.403,18	\$ 100.838,11	\$ 110.921,92	\$ 122.014,11	\$ 134.215,53	\$ 147.637,08
25% IMPUESTO		\$ 2.100,79	\$ 25.209,53	\$ 27.730,48	\$ 30.503,53	\$ 33.553,88	\$ 36.909,27
UTILIDAD NETA		\$ 6.302,38	\$ 75.628,58	\$ 83.191,44	\$ 91.510,59	\$ 100.661,64	\$ 110.727,81

Fuente: Carmen & Jessica Pinos

Recursos Administrativos

Cuadro 26. Recursos Administrativos de la Empresa

RECURSOS ADMINISTRATIVOS									
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	MODELO	MATERIAL	MEDIDAS	COLOR	DURACION	PRECIO. U	TOTAL
3	Ecritorios	Pyka	3 Cajoneras	Madera		Café	8 a 10 años	\$ 200,00	\$ 600,00
3	Sillas	Pyka	Oficina			Negra	6 a 8 años	\$ 48,00	\$ 48,00
2	Computadora	Beng	Pantalla Plana			Negra	5 años	\$ 550,00	\$ 550,00
3	Sillas para espera	Pyka				Negra	5 años	\$ 60,00	\$ 180,00
1	Lapto	HP	DVA-2113			Negra	5 años	\$ 700,00	\$ 700,00
1	Telefono	Panasonic	Inalambrico			Blanco	6 años	\$ 80,00	\$ 80,00
2	Archivadores	Pyka	5 cajonera	Madera		Café	8 a 10 años	\$ 150,00	\$ 300,00
1	Aire acondicionado					Blanco		\$ 580,00	\$ 580,00
1	Infocus	Export				Blanco	5 años	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Dispensador de agua	Ecasa				Blanco	3 años	\$ 90,00	\$ 90,00
1	Televisor	sonic	plasma 32"			Negra	5 años	\$ 522,00	\$ 522,00
1	Camara	Sony	10 MGP			Negra	5 años	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Camara Filmadora	Sony				Negra	5 años	\$ 600,00	\$ 600,00
	TOTAL							\$ 4.330,00	\$ 5.000,00

Fuente: Carmen Saraguro & Jessica Pinos

Recursos Operativos

Cuadro 27. Recursos operativos de la empresa

RECURSOS OPERATIVOS									
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	MODELO	MATERIAL	MEDIDAS	COLOR	DURACION	PRECIO. U	TOTAL
100	Tripticos		Cuadrado	Papel		Negro	5 años	0.50	\$ 50,00
25	Revistas		Cuadrado	Papel		Colores		\$ 2,00	\$ 50,00
100	Afiches		Cuadrado	Papel		colores		0.50	\$ 50,00
2	Bandex o roll up		Cuadrado	Papel		colores		\$ 80,00	\$ 160,00
200	Stikers promocionales		Cuadrado	Papel		colores		0.50	\$ 100,00
	TOTAL								\$410,00

Fuente: Carmen & Jessica Pinos

Cuadro 28. Financiamiento de la empresa

FINANCIACIÓN	
INVERSIÓN TOTAL	
FINANCIACIÓN PERSONAL	10000.00

Cuadro 29. Inversión inicial de la empresa

Inversión Inicial

BALANCE GENERAL					
ACTIVO CIRCULANTE				PASIVO CIRCULANTE	
CAJA	10000		OBLIGACIONES BANCARIAS		\$ 50.000,00
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES			SUELDO X PAGAR		\$ 1.536,00
			CUENTA X PAGAR		\$ 602,91
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTE	\$ 10.000,00		TOTAL PASIVO CIRCULANTE		\$ 52.138,91
ACTIVO FIJO			PATRIMONIO		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.900,00		CAPITAL SOCIAL		\$ 10.000,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.900,00		APORTACIONES		\$ 234,00
VEHICULO	\$ 50.000,00		TOTAL CAPITAL		\$ 10.234,00
CUENTA X COBRAR	\$ 150,00				
ALQUILER DE LOCAL	\$ 350,00				
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 54.300,00				
TOTAL ACTIVOS	\$ 64.300,00		TOTAL PASIVOS		\$ 62.372,91
			TOTAL ACTIVO - PASIVO=PATRIMONIO		\$ 1.927,09
			PASIVO + PATRIMONIO= CAPITAL		\$ 64.300,00

5.7.3 Impacto

Nuestra empresa causara un impacto positivo para los habitantes de la ciudad tanto en lo económico como en lo social con los pobladores de la ciudad de Naranjal.

Logrando así el mayor éxito en el mercado competitivo con un personal altamente capacitado, brindando los mejores servicios de calidad y a su vez la oportunidad de tener un empleo y unos ingresos económicos, mejorando así la calidad de vida de sus familiares.

La ciudad de Naranjal podrá contar con una operadora Turística que les ofrezca todos los servicios adecuados y de calidad sin tener la necesidad de buscar otros servicios en las ciudades aledañas de nuestro Cantón, obteniendo nuestra empresa la mejor tecnología, y contando con el mejor Recurso Humano, y Financiero para este tipo de empresas.

5.7.4 Cronograma

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Nuestra operadora se va a dedicar a la venta de paquetes turístico todo incluido con el mejor servicio al cliente con un personal altamente capacitado.

Con los mejores destinos turísticos que existen la ciudad de Naranjal a precios accesibles al turista y al mercado.

CONCLUSIONES

En el momento de haber adquirido la información necesaria para plantear la propuesta llegamos a la siguiente conclusión:

- a) Los operadores de turismo son importante las ciudades, debido a que las personas realizan frecuentemente viajes, ya sea por negocio, salida de estudio o simplemente por placer.
- b) Mediante un muestreo que se realizó en la ciudad de Naranjal, nos dimos cuenta que las personas se trasladan de un lugar a otro y sienten la necesidad de que una empresa les brinde la facilidad de trasladarse y conocer los diferentes atractivos turísticos sin temor alguno.
- c) La falta de un Operador Turístico en la Ciudad de Naranjal que brinde todos los servicios necesarios dentro de la ciudad. Sin que las personas busquen otros medios para poder realizar turismo
- d) En Naranjal es necesario tener este tipo de negocios que brinden servicios de calidad sin dejar pasar por alto la continua innovación de recursos internos de la empresa.
- e) Una buena administración permitirá alcanzar los objetivos trazados por la organización siempre teniendo en cuenta la misión y visión permitiendo la rentabilidad y estabilidad económica y social de la empresa.
- f) Las empresas deben tener un Recurso Humano calificado para brindar siempre el mejor servicio en el Mercado.

RECOMENDACIONES

Cuando una persona siente la necesidad de emprender un negocio siempre debe de tener en cuenta de que existe riesgos de que en el negocio que quiere invertir existe riesgos de perder o ganar por eso nuestra recomendaciones son las siguientes.

- a) Al momento de emprender un negocio se recomienda realizar un proyecto para saber la factibilidad y viabilidad del negocio.
- b) Se debe realizar un estudio de mercado para saber las necesidades de los futuros clientes
- c) Para que una empresa tenga éxito dentro del mercado se debe realizar capacitación continua al personal de Recurso Humano que conforman la empresa.
- d) Mantener continúa innovación de los servicios que ofrece la empresa y nuevas estrategias de ventas para la obtención futuros clientes.
- e) Los servicios que ofrezca la empresa deben de ser perfectos para que los turistas tengan una buena imagen de la empresa y así nos recomienden a mayor mercado.
- f) Al momento de promocionar sus productos y servicios debería de ser a través de diferentes medios de comunicación como en afiches trípticos, folletos, revistas para así llegar al público objetivo.
- g) Las personas que presten los servicios deben de ser las personas más cordiales , didácticos, comprensible de la empresa porque en esas personas son a las que los clientes más confían al momento de realizar algún contrato de venta ellos buscan la fiabilidad y confianza tanto de la persona que lo atiende como de la empresa para sentirse seguros al momento de viajar

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

DE LA PLATA Nicolás, 2006, El entorno jurídico de las nuevas tendencias deportivas: deporte de aventura, animación deportiva y ocio activo, Librería-Editorial Dykinson, 536 páginas (38 p.), Madrid- España

Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 277.

OMT, (1994): Marketing Plans & Strategies of National Tourism Administrations, Madrid.

MANCHÓN, Francisco: Economía y Turismo, Editorial: TRILLAS ISBN.

MINISTERIO DE TURISMO: Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador plandetur 2020

MINISTERIO DE TURISMO, 2.000. Estadísticas de Turismo Receptivo Internacional en el Ecuador

ROMERO R., Marketing, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 156.

STANTON, Etzel y Walker, Fundamentos de Marketing, 13a edición, editorial McGraw Hill, Pág. 248.

THOMAS C., KINNEAR y JAMES R. TAYLOR, (1981): Investigación de Mercados, Mc. Graw Hill.

RANDOLPH Alan, 1993. Gerencia de Proyectos, editorial Mc Graw Hill, Bogotá – Colombia

PÁGINAS DE INTERNET

AMERICAN MARKETING ASOCIATION: MarketingPower.com, Sección: Diccionario Términos de Marketing. Disponible en: <http://www.marketingpower.com>. Sección: Diccionario Términos de Marketing.

Biografías y vidas, 2013, Frederick Winslow Taylor, disponible en: http://www.biografiasyvidas.com/biografia/t/taylor_frederick.htm

EL PRISMA, 2010, Administración Científica y Frederick Winslow Taylor, disponible en: http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/tyac/1.asp

MINISTERIO DE TURISMO. Ley de turismo, <http://www.Ministerio de Turismo.org.ec>.

RDMMercadeo, 2012, Calidad Total, disponible en: <http://rdmercadeo.com/articulos/gestion/398-calidad-total.html>

SANCHEZ Cinthia, 2012, Filosofía de Philip Crosby, disponible en: <http://www.slideshare.net/Edurne/filosofa-de-philip-crosby>

TURISMO Y HOTELERÍA, 2013, Turismo y hotelería en Nicaragua, disponible en: <http://turihotel.blogspot.com/2013/01/magnitud-y-crecimiento-de-la-industria.html>

ANEXOS

Anexo 1 ENCUESTA

Tema: Crear una Operadora Turística que contribuya al Progreso Socioeconómico, Histórico - Cultural, y Natural a la Ciudad de Naranjal.

El diseño del cuestionario consiste en formular las preguntas adecuadas, las cuales nos permitan obtener la información requerida. Por ejemplo, si deseamos recabar información sobre las preferencias de los turistas en los diferentes lugares turísticos a visitar y la falta de una operadora al momento de realizar algún viaje.

Usted debe marcar con una x en las opciones que se le da a escoger si conoce la respuesta, una de las preguntas del cuestionario podría ser:

1.- ¿Conoce usted sobre una Operadora Turística?

SI NO

2. ¿Cree usted que existe una Operadora Turística en el Cantón?

SI NO No sabe

3. ¿Considera usted importante la creación de la Operadora Turística?

SI NO Tal vez

4. ¿Piensa usted que es necesario involucrar al sector público y privado para la creación de la Operadora Turística?

SI NO No sabe

5. ¿Cree usted que la banca pública y privada deben apoyar para el financiamiento de este tipo de microempresa?

SI NO

6. ¿Cree usted que con un personal especializado la empresa ofrecerá productos y servicios de calidad?

SI NO

7. ¿Piensa usted que es importante la presencia de una Operadora Turística para incentivar la recreación y el esparcimiento de la población de Naranjal?

SI NO No sabe

8. ¿Considera usted que con la creación de una Operadora Turística ayudara a disminuir el desempleo en el Cantón?

SI NO Tal vez

9. ¿Considera usted importante que la Operadora Turística contrate personal especializado del Cantón?

SI NO

10. ¿Cree usted que la Microempresa Turística contribuirá al desarrollo del turismo social del Cantón?

SI O

11. ¿Considera usted importante la creación de una Operadora Turística para el impulso al mejoramiento y calidad de vida del Cantón?

SI NO

12. ¿Piensa usted que es importante averiguar a la población si desean una microempresa de este tipo antes de proceder a crear la misma?

SI NO

13. ¿En caso de crearse la microempresa, usted requeriría de sus servicios para pasear y distraer a su familia de una manera saludable?

SI NO

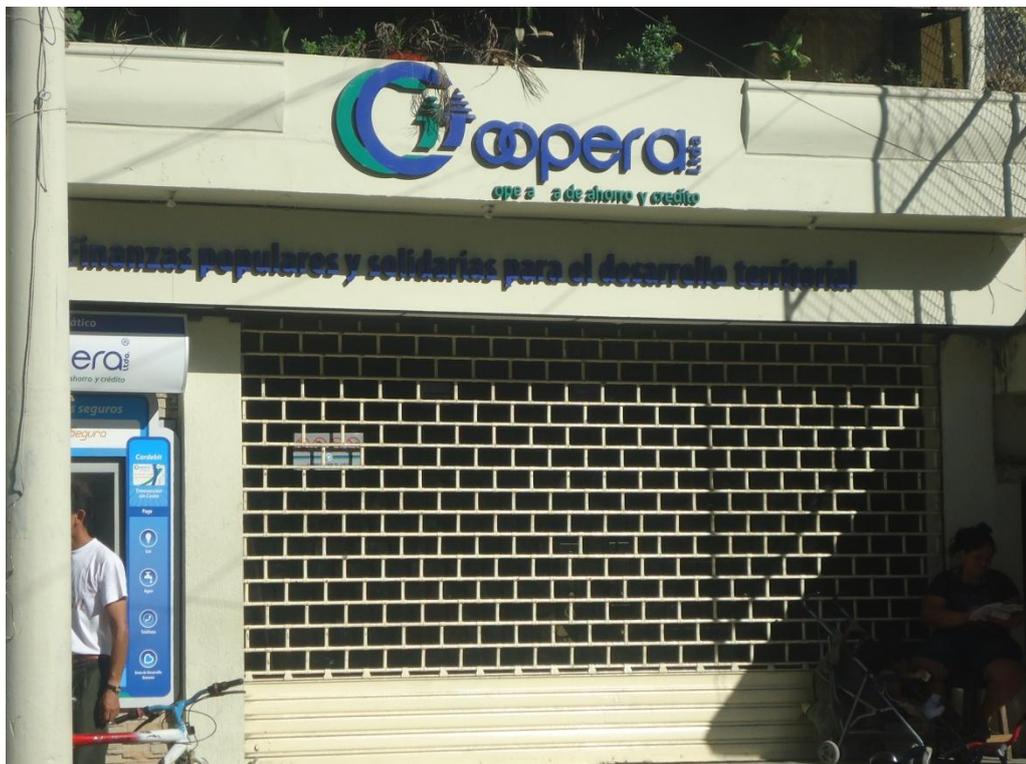
14. ¿Con la creación e implementación de la Operadora Turística, en que magnitud la visitaría?

Frecuentemente A menudo A veces

ANEXOS



La autora del proyecto entrevistando a un profesional de contabilidad



Institución bancaria de la ciudad de Naranjal



Presentando el proyecto al Sr. Mario Gallegos Asesor de crédito de una entidad bancaria para su aprobación



Personal de la Operadora Agroturismo Naranjal